

**L**a proliferazione degli eventi fieristici pare un fenomeno inarrestabile in uno dei mercati più grandi del mondo e in continua evoluzione quale la Repubblica Popolare Cinese. Ogni anno, si promuovono decine d'iniziativa per lo stesso settore merceologico, nello stesso periodo, talvolta nella stessa città, spesso con gli stessi sponsor locali. In tale contesto l'operatore economico occidentale è in difficoltà nello scegliere a quale mostra specializzata partecipare e nel dimensionare le sue aspettative. In questo complesso panorama, può essere utile il parere di un esperto, per ricavare qualche elemento di valutazione in più. Per i nostri lettori, abbiamo intervistato Claudio Celata, amministratore unico della Seint Srl, di Milanofiori/Assago, operante da oltre 15 anni in rappresentanza di organizzatori fieristici in Cina.

**Nei quasi vent'anni di apertura del mercato cinese, qual è stata a suo parere l'evoluzione in campo fieristico?**

All'inizio degli anni '80, le prime mostre organizzate dagli enti di stato cinesi, denominate *multinational exhibitions* e aperte agli espositori occidentali, servono per i primi contatti commerciali fra i potenziali acquirenti locali e i venditori europei, giapponesi e americani. Erano poche iniziative, visitate da moltitudini in uniforme, difficili da selezionare e da classificare. Gli espositori italiani di quei tempi erano indaffarati a impedire che cataloghi e pieghevoli illustrativi terminassero fin dalle prime ore di apertura, contesissimi dalle decine di migliaia di visitatori.

La raccolta degli indirizzi dei visitatori avveniva in sordina - per non suscitare reazioni negative negli organizzatori cinesi - cercando di far compilare su quadernetti in carta di riso il maggior numero d'informazioni sulle fabbriche, le loro attività, il nome dei responsabili tecnici, ecc. Biglietti da visita pochissimi e molti scritti solo con ideogrammi cinesi.

Però, le *multinational exhibitions* erano l'unico mezzo per

## Fiere in Cina, come orientarsi

Nostra intervista a Claudio Celata, amministratore unico della Seint Srl, che da 15 anni opera con competenza sul complesso mercato fieristico cinese

a cura di Maria Luisa Negro

cercare di penetrare in una realtà locale così lontana e avevano il vantaggio di essere davvero poche in un anno. Vi venivano diretti, da ogni provincia cinese, vertici tecnici ed amministrativi delle moltissime fabbriche e delle

dell'industria tessile - riuscirono a concentrare le loro velleità organizzative in poche manifestazioni, garantendo una credibilità per gli espositori occidentali.

Dopo la riorganizzazione della struttura di vertice cinese, con



Sopra e in basso a destra, viste del quartiere espositivo Ciec di Pechino

corporation che ricevevano biglietti ferroviari (per viaggi che duravano giornate intere) e bonus per camere d'albergo pagati dagli stessi organizzatori fieristici.

In pochi anni la situazione è mutata e hanno iniziato a operare i primi organizzatori di Hong Kong, capaci d'imprimere un'impostazione più razionale e ordinata alle mostre internazionali, di svolgere un'azione promozionale per la selezione degli espositori dall'Europa e dagli Stati Uniti e di offrire una serie di servizi di livello occidentale agli espositori esteri.

**È iniziata così la proliferazione fieristica?**

Non subito. Negli anni '80 lo sviluppo fieristico è stato abbastanza ordinato. Il numero delle mostre specializzate è aumentato, ma in modo non esponenziale, grazie al controllo dei ministeri locali e delle associazioni operanti a fianco di tali ministeri.

Le associazioni cinesi più potenti - quella dell'imballaggio, per esempio, ma anche quella

l'abolizione di diversi ministeri, le associazioni si sono trovate senza il sostegno finanziario dell'apparato burocratico e hanno ritenuto essenziale per la loro sopravvivenza raccogliere risorse attraverso il supporto a fiere coorganizzate da società estere, principalmente di Hong Kong, o con l'organizzazione diretta di nuove manifestazioni. Molte associazioni nazionali, anche tramite i propri uffici provinciali, hanno prestatato il nome a più mostre nello stesso anno e, talvolta, nell'ambito della stessa provincia.

Altra conseguenza della tendenza a far ricavi con le fiere è stato il mantenimento di tariffe molto elevate, non paragonabili ai costi per m<sup>2</sup> nelle altre parti del mondo, pur in presenza di eventi di poche centinaia o qualche migliaio di m<sup>2</sup>. Probabilmente, tali elevate tariffe hanno attirato l'attenzione sul mercato cinese delle grandi multinazionali fieristiche e contribuito all'ulteriore confusione del panorama espositivo in questi ultimi anni, in Cina.

**Qual è a suo avviso il diverso ruolo degli organizzatori di fiere cinesi?**

Quattro sono attualmente le tipologie di organizzatori: i "pionieri", con sede a Hong Kong, i "cinesi di Cina", le multinazionali e gli enti fieristici europei.

Rispetto agli inizi anni '80, sono rimasti pochi gli organizzatori di fiere in Cina fra tutti i "pionieri" che realizzarono qualche iniziativa all'apertura del mercato cinese. Fra questi va citato Adsale Exhibition Services di Hong Kong che nel 1999 organizzò, per esempio, la 13<sup>a</sup> Chinaplas (macchine per materie plastiche) e l'8<sup>a</sup> ShanghaiTex (ora biennale delle macchine tessili).

Molti altri "pionieri" si sono arresi col crescere delle difficoltà organizzative e sotto la spinta dei nuovi enti fieristici "cinesi in Cina". Fra questi, certamente, la China International Exhibition Corporation (Ciec) di Pechino occupa una posizione di leadership, anche per il vantaggio di gestire il più grande ed efficiente quartiere espositivo in Cina.

Per le grandi multinazionali, l'attività in Cina negli ultimi dieci anni è stata caratterizzata più da insuccessi che da risultati positivi - ben lontani, comunque, dalla fama acquisita nei mercati d'origine - con un buon numero di mostre annunciate e promosse con dispendio di mezzi, di cui tante annullate in fase organizzativa per l'incapacità di adattarsi alle modeste dimensioni tipiche

