

La conquista dei mercati internazionali è uno degli obiettivi principali delle aziende italiane, e le manifestazioni fieristiche, soprattutto quelle specializzate, sono lo strumento migliore per avere successo. Ma quali mercati e quali fiere scegliere, come risolvere i problemi connessi, ed ottenere il massimo risultato possibile? Ce ne parla Claudio Cecinelli, amministratore della Universal Marketing, azienda romana che, grazie all'esperienza maturata e i rapporti consolidati, ha una profonda conoscenza del settore.

Secondo Cecinelli la ricerca degli strumenti e dei canali più appropriati rappresenta un notevole impegno per molte aziende ed è per questo che può essere utile rivolgersi a dei professionisti dai quali ottenere consigli ed assistenza, e magari un servizio completo, chiavi in mano.

“Negli ultimi anni le imprese italiane si sono evolute parecchio e sono diventate particolarmente competitive proprio su quei mercati più solidi che rappresentano un sicuro riferimento per il futuro. Giusta l'attenzione ai nuovi mercati, ma occorre programmare oculatamente investimenti e risorse nel tempo per non rischiare, al momento buono, di non avere più i necessari mezzi per consolidare le posizioni conquistate faticosamente negli anni”, dice Cecinelli.

Nei prossimi anni sarà quindi viva l'esigenza di non perdere quote nei mercati tradizionali, dove ormai esiste una eccellente presenza delle produzioni italiane e dove le stesse sono ormai stratificate e diversificate come offerta e come domanda.

I mercati di riferimento: gli Stati Uniti...

“Il Nord America continua ad essere il principale mercato di riferimento”, prosegue Cecinelli, “ed anche il Regno Unito manifesta un forte interesse per le nostre produzioni. Questi mercati, da soli, rappresentano una quota altissima delle nostre ven-



Fiere specializzate internazionali: il migliore strumento per conquistare i mercati esteri

Claudio Cecinelli, di Universal Marketing, spiega le strategie da adottare per ottenere i massimi risultati

dite fuori dai confini nazionali e presentano, oggi più che mai, indici particolarmente favorevoli, sia per l'espansione dei consumi che per un interessante rapporto di cambio.

Abbiamo avuto modo di riscontrare enormi successi delle imprese italiane specie nei settori dell'agro alimentare e delle specialità alimentari, e nell'artigianato inteso come articoli da regalo, accessori ed artistico e non possiamo trascurare i successi del settore mobili, specie negli Usa, dove a fronte di una sempre maggiore attenzione alla casa nel suo insieme, si sta sviluppando un interesse particolare verso il mobile italiano specie per il design e l'arredamento moderno”.

Il Nord America ed il Regno Unito sono interessati alle produzioni italiane, e qui gli espositori italiani possono trovare manifestazioni fieristiche di respiro veramente internazionale, vuoi per la grandiosità delle stesse vuoi per l'altissimo numero di operatori locali ed internazionali.

Prendiamo ad esempio i *Fancy Food*. Che cosa sarebbe, per le aziende italiane, il mercato nord americano delle specialità alimentari senza i *Fancy Food*? Queste manifestazioni rappresentano veramente una autostrada per coloro che vogliono entrare nel mercato nordamericano ed ormai, per il livello raggiunto, consentono l'incontro col mondo. Nel 2000 si realizzeranno tre *Fancy Food*,

a San Francisco, a Chicago e a New York: tre eccezionali occasioni per stabilire rapporti col mercato o per consolidare l'esistente. Sempre negli Usa da qualche tempo anche i prodotti del nostro artigianato, la regalistica, gli accessori in genere, vivono una nuova primavera e gli espositori ai diversi Saloni del settore manifestano la loro soddisfazione.”

...e l'Inghilterra

“L'Inghilterra da parte sua, oggi come quattrocento anni fa, è mercato che fa tendenza, che “suggerisce”, e, con essa, Birmingham, il cui centro espositivo Nec - National Exhibition Center, all'avanguardia e con eccellenti servizi, ospita alcune manifestazioni di richiamo mondiale. Stiamo pensando ad International Spring Fair e ad International Autumn Fair, eventi in cui artigianato, regalistica, accessori, insomma il settore Gift nella sua globalità, è rappresentato al massimo dei livelli e degli assortimenti. Sono presenti a Birmingham operatori provenienti dai cinque continenti. Il mondo per qualche giorno è lì, al Nec: centinaia di migliaia di operatori studiano, osservano, analizzano, trattano, discutono e ogni anno, alla chiusura delle manifestazioni, espositori soddisfatti, prenotazioni per la prossima edizione, tanto lavoro realizzato e tanto ancora da fare. Sempre al Nec si tiene Intohome, la maggiore esposizione del tessile e dei complementi d'arredo del

Regno Unito, che con International Spring & Autumn Fair e Glee è organizzata dalla Trade Promotion Services.”

Le proposte di Universal Marketing

“Proprio in virtù delle esperienze maturate, conclude Cecinelli, la Universal Marketing propone, in alternativa all'acquisizione dell'area base, pacchetti chiavi in mano, evitando così agli espositori problemi e perdite di tempo, realizzando inoltre un raggruppamento omogeneo, capace di evidenziare e valorizzare le



diverse produzioni, sotto i colori nazionali, sì da stimolare interesse, curiosità e valore aggiunto alle nostre produzioni: l'Italia per molti stranieri è sinonimo di storia e tradizione, di intelligenza e imprenditorialità.

La capacità di dare un'assistenza specifica e altamente qualificata a tutti gli espositori italiani presenti alla manifestazione rappresenta il principale fattore di eccellenza che fa della Universal Marketing una struttura versatile ed altamente qualificata, conoscitrice dei mercati e delle loro gole.

Certamente ogni società che organizza collettive italiane presso manifestazioni fieristiche internazionali ha punti di forza funzione, in primo luogo, delle manifestazioni che rappresenta ma è sulla qualità dei servizi, sulla puntualità dell'assistenza e nel livello dei rapporti che vengono a definirsi differenze spesso incidenti sulla possibilità, da parte delle imprese, di cogliere pienamente le opportunità che le iniziative espositive ed il mercato possiedono”.

M.C.P.