

Con un +4,4% di espositori e spazi affittati, la Germania ha mantenuto, nel 1998, la leadership nelle fiere professionali internazionali, sempre più importanti nella competizione tra i mezzi di comunicazione. Le 129 fiere professionali, internazionali e nazionali, della Germania hanno visto un +6% degli espositori esteri ed un +2,4% dei nazionali (contro un precedente -0,5%). Anche i visitatori sono aumentati: + 1,5%, contro un precedente -1,1. Di rilievo l'aumento dello spazio affittato: +4,1%, valore non più raggiunto dai primi anni 90.

Questi sono alcuni dei dati salienti esposti da Hermann Kresse, amministratore delegato Auma, Associazione dell'industria tedesca delle fiere professionali, in una conferenza stampa a Colonia.

L'ampliamento di diversi quartieri fieristici ha permesso di ridurre le liste d'attesa e di soddisfare le richieste di maggiori spazi. Le fiere dei beni d'investimento continuano a crescere sopra la media, soprattutto in espositori e visitatori. Notevole anche l'aumento dei visitatori delle fiere di beni di consumo: +4%, contro un -3% del '97.

Nel 1998 gli espositori alle fiere internazionali e nazionali sono stati 154.391 (+3000 sul '97) di cui 71.774 esteri (+1.600). Lo spazio affittato ha raggiunto i 6.497.134 m² (+160.000 m²), e i visitatori sono stati 9.355.467 (-400.000). I confronti sono influenzati dalle cadenze di importanti manifestazioni come l'International consumer electronics show di Berlino e l'Iaa Car show di Francoforte, che si svolgono solo negli anni dispari. Il giro d'affari degli organizzatori, comprese le fiere regionali ha superato nel 1998 i 4 miliardi di marchi (3,9 nel 1997).

Negli ultimi 5 anni il numero degli espositori esteri è cresciuto del 24%, raggiungendo il 47% del totale, e i visitatori esteri sono cresciuti del 15%, avvicinandosi al 19% del totale. Altri paesi europei, come Francia e Italia, non arrivano al 30% di espositori esteri e al 10% di visitatori esteri.



Auma: sempre in testa le fiere internazionali della Germania

La forte competizione interna non impedisce utili collaborazioni. Crescono gli investimenti nel marketing all'estero

Per la crisi dell'Est Asia, molte imprese della regione hanno puntato di più sulle fiere in Germania per sostenere le loro esportazioni: nel '98 gli espositori dalle Filippine sono aumentati del 33%, del 27% quelli dalla Corea del Sud e del 18% dall'Indonesia.

Il Centro-Est Europa è sempre più importante per le fiere della Germania: da Polonia, Slovenia, Repubblica Ceca e Ungheria arrivano circa 2200 espositori l'anno. Polonia e Repubblica Ceca sono presenti in più di 80 fiere.

Chiuderà bene anche il 1999

Per le fiere del 1999, l'Auma prevede un aumento del 3% degli espositori e del 2% dei visitatori e spazi affittati. Gli espositori alle

fiere professionali internazionali e nazionali nel 1999 dovrebbero arrivare a 160.000, di cui 76.000 esteri, gli spazi affittati ai 6,6 milioni di m² e i visitatori, con oltre 10.4 milioni, dovrebbero superare il valore record del 1995.

L'incidenza sull'economia tedesca

Un ricerca dell'ifo Institut e dell'FfH Institut, per il Ministero federale dell'Economia, ha confermato la grande importanza economica delle fiere per la Germania: è stata valutata una spesa di 17 miliardi di marchi nel 1997 da parte di espositori e visitatori e un indotto di 41 miliardi di marchi (compresi gli investi-

Accordi in vista tra fiere tedesche e italiane

Auma, con le fiere di Colonia, Düsseldorf ed Essen, e Cfi, Comitato fiere industria, con le fiere di Bari, Bologna, Milano e Verona, si incontreranno a dicembre a Colonia, per esplorare collaborazioni all'estero utili a fronteggiare la concentrazione nei settori produttivi e la concorrenza dei media telematici. Modello di riferimento sarà l'accordo avviato tra l'Igedo Company di Düsseldorf (con Cpd/Igedo Body & Beach, 1-4 agosto) e la Köln Messe (con Herren-ModeWoche/ Inter-Jeans, 30 luglio-1 agosto), in base al quale saranno unificate le attività di comunicazione, messi a punto speciali pacchetti di viaggio per buyer e visitatori, studiati i calendari di sfilate e appuntamenti in

modo da non creare sovrapposizioni.

"Grazie a questa partnership - dice Wilhelm Niedergoker, direttore generale Köln Messe - gli operatori potranno avere il meglio dalle due fiere, circa il 30% dei buyer visita entrambi i saloni, con notevoli risparmi di tempo e denaro".

Cpd ha chiuso i battenti il 4 agosto con oltre 48.000 compratori (+2 sul '98), il 35% esteri. I buyer in visita per la prima volta sono saliti al 10%, grazie anche alla nuova joint venture con Colonia, che fissa, come detto da Manfred Kronen, presidente di Igedo Company, "Nuovi standard per un'azione globale" tra le due fiere più grandi al mondo, a solo mezza ora di auto l'una dall'altra.

menti delle imprese fieristiche). Dipendono dalle fiere 230.000 posti di lavoro a tempo pieno.



Hermann Kresse

Intensificato il marketing internazionale

Secondo Kresse, la competizione nel settore fieristico tende a crescere ulteriormente. Tuttavia è notevole che i casi di conflitto in Germania vengano in genere superati rapidamente, mentre le sfide sui mercati internazionali sono affrontate con crescenti investimenti nel marketing: la rete di rappresentanti all'estero è uno dei punti di forza degli organizzatori di fiere della Germania.

Anche l'Auma ha aumentato la sua azione di marketing all'estero e si propone ulteriori incrementi fino al 2000. In Germania è suo impegno costante avvicinare nuovi espositori al mezzo fiera il più presto possibile: soprattutto le imprese minori non sono abbastanza consapevoli che con le fiere si possono raggiungere molti più obiettivi oltre alla semplice presentazione dei prodotti.

Cresce anche l'organizzazione di fiere all'estero

A seguito della crisi economica nell'Est Asia e in Russia, molti espositori hanno ridotto gli investimenti, alcune fiere minori hanno visto drastiche riduzioni negli spazi venduti, ma le cancellazioni, limitate a Indonesia e Thailandia, sono state l'eccezione.

Il successo di Technogerma Jakarta, la mostra delle tecnologie della Germania tenuta nel marzo 1999, con circa 460.000 visitatori, 22.000 professionali, ha comunque evidenziato il notevole potenziale del mercato indonesiano.

La Germania organizza sempre più fiere all'estero: in particolare nell'Est Asia e nel Centro-Est Europa. Nel 1998 sono state realizzate 195 manifestazioni all'estero (175 nel 1997) e se ne prevedono oltre 200 per il 2000.

M.C.P.