

# Gli Italiani amano la Spring Fair Birmingham

di Giovanni Paparo

**I**l favorevole andamento delle vendite nel periodo natalizio e a gennaio ha portato dei compratori molto ben disposti alla Spring Fair Birmingham, una delle fiere leader e di maggiore prestigio nel mondo per il settore degli articoli regalo e per la casa. Gli oltre 4500 espositori distribuiti nelle otto nuove sezioni della mostra (*Tabletop, Housewares, Gifts, Festive, Greeting, Gallery, Design Accents e Jewellery*) hanno quindi registrato ordini eccezionalmente elevati.

Tra questi cresce ogni anno il numero degli Italiani, attratti da una manifestazione che oltre ad essere la principale porta di accesso al mercato britannico è sempre di più un punto d'incontro con compratori qualificati da tutto il mondo.

L'efficiente assistenza della Universal Marketing, rappresentante della Spring Fair Birmingham in Italia, è un altro elemento a favore della manifestazione tra gli Italiani. Anche con la collaborazione del suo amministratore Donato Cinelli abbiamo incontrato diversi espositori italiani raccogliendone impressioni e valutazioni.

Ne è venuto fuori un quadro variegato con alcuni punti fermi: • tutti riconoscono il ruolo insostituibile della fiera come principale strumento di marketing, anche se con ottiche diverse; • il giudizio sulla Spring Fair è positivo o molto positivo; • quasi tutti gli espositori presenziano anche ad altre fiere nel mondo, in genere l'iniziale partecipazione ad eventi internazionali in Italia, viene poi estesa a fiere estere, direttamente nei mercati d'interesse. Per ragioni di spazio, riportiamo solo alcuni interventi.

*Florence srl* (Casole d'Elsa, Siena), Giancarlo Fortunati: "Facciamo i due Macef e la Spring Fair da molti anni, almeno dal 1992. Prima avevamo importatori. Nel '92 abbiamo creato Florence UK Ltd. E quindi siamo presenti direttamente, con una rete di agenti.



Fatturato: oltre 30 miliardi, di cui 10% in UK, Usa circa il 45%, Italia sotto il 10%. Produciamo statuette in caolino e resina decorate a mano. Inizialmente stile Capodimonte, adesso anche le nostre linee si vanno affermando. Importante anche il mercato delle statuette montate su lampade. La fiera è un momento d'incontro, di presentazione delle novità alla clientela e di verifica delle reazioni alle novità. Esportiamo anche nella Cina Popolare, sono apprezzabili anche i mercati emergenti che si affacciano adesso all'importazione".

*Valigeria Roncato Spa* (Campodarsego), Enrico Roncato: "È la quarta volta che veniamo alla Spring Fair, nel Regno Unito abbiamo alcuni grossi clienti Gdo. Siamo presenti ad Intergift di Madrid, a Maroquinerie di Parigi, a Offenbach, al Mipel e all'Asia Pacific Leather Fair di Hong Kong. Siamo presenti in tutti i Paesi d'Europa coi agenti/rappresentanti locali. L'azienda è conosciuta un po' dappertutto (valigeria e articoli da viaggio e pelletteria). Con 70 miliardi di fatturato, siamo già abbastanza consolidati sui mercati e presen-



ti con una nostra organizzazione di vendita. I nostri competitor sono Samsonite, Delsey e in Gran Bretagna Carlton. Per noi le fiere sono importanti, soprattutto come fatto d'immagine e incontro diretto col cliente e rafforzamento del rapporto".

*Bormioli Rocco e Figlio Spa* (Divisione Casa- Fidenza), Dario Cornolti export sales manager: "La Bormioli Rocco e Figlio Spa, nata nel 1825, ha acquisito recentemente varie vetrerie in Italia, Francia, Germania e Spagna. Partecipiamo a Nhma/Int. Houseware Show di Chicago e a Igs/Int. Gift Show di Tokyo, Macef di Milano, Francoforte (primavera e autunno), Gastro ad Helsinki e altre minori in Italia".

*Alessi UK Ltd* (Londra) – Elexia Sophocleous, sales & administration: "L'azienda madre è l'Alessi Spa di Crusinallo, i cui articoli per la casa sono conosciuti in tutto il mondo. La Alessi UK Ltd si è costituita a gennaio per la distribuzione nel Regno Unito. Debutteremo alla Spring Fair: l'impressione sulla fiera è molto positiva, stiamo conoscendo i nostri clienti Gdo e dettaglianti che erano seguiti da un agente".

