

Eventitalia per cavalcare l'onda delle fiere consumer

La nuova impresa di Francesca Marini, giovane veterana del mondo fieristico italiano

Da alcuni anni si assiste a un costante incremento del pubblico consumer verso le occasioni fieristiche, al punto che la maggior parte di fiere b2b con settori di interesse anche consumer – tecnologie, turismo, servizi, alimentari, etc. – ha visto incrementare la partecipazione del pubblico spesso fino a superare il numero degli operatori professionali.

Per chi, operando nel settore fieristico, è pronto a cogliere le nuove esigenze, tale scenario comporta opportunità di intervento e prospettive di sviluppo di estremo interesse.

Di queste prospettive, parliamo con Francesca Marini, quarantacinquenne romana di origine inglese, che dopo vent'anni di intensissima attività nel settore delle grandi fiere internazionali b2b, ha avviato un deciso riorientamento del focus della sua attività, fondando Eventitalia, società focalizzata sulla organizzazione e realizzazione di fiere orientate al mondo consumer.

Negli ultimi 10 anni, in qualità di rappresentante Italiana della EJ Krause, ha organizzato la partecipazione di aziende italiane in decine di fiere b2b del settore elettronico, informatico e tlc in tutto il mondo. Prima aveva operato nelle fiere del settore petrolifero, dei trasporti e delle costruzioni.

Signora Marini, come nasce l'idea del riorientamento verso le fiere consumer, e quali le strategie di Eventitalia in questo settore?

Il modello delle tradizionali funzioni della fiera sta subendo radicali modifiche legate alle evoluzioni tecnologiche. Basti pensare a come lo sviluppo dei sistemi di e-procurement modifichi la fase – una volta funzione tipica della fiera – di acqui-

sizione delle informazioni sui prodotti e loro comparazione. Allo stesso tempo, il progresso tecnologico rende molti macchinari sempre meno distinguibili in funzione della loro destinazione d'uso finale, e ciò sta gradualmente facendo venire meno l'elemento "spettacolare" delle fiere industriali, fattore non secondario nel determinarne l'appeal. Di qui il lento, ma costante, ridursi degli operatori professionali, sempre meno disposti a lunghe e costose trasferte a fronte di plus ormai meno chiaramente definibili.

Parallelamente, sembra assumere nuova vitalità il settore delle fiere dirette al consumatore finale, che non si accontenta più dei canali informativi tradizionalmente rappresentati dall'advertising classico. A fronte di una sempre più spinta personalizzazione dei prodotti, che almeno in apparenza ne riduce la standardizzazione, al consumatore non basta più la semplice promessa pubblicitaria: vuole vedere, toccare il prodotto che sta cercando e, soprattutto, vuole comparare rapidamente un gran numero di offerte di prodotti o servizi.

Tale nuovo approccio del pubblico Consumer richiede l'adozione di un linguaggio espositivo nuovo che sappia coniugare al meglio il momento informativo con quello spettacolare e il contenuto informativo d'immediato interesse per un pubblico segmentato su base locale, ma riferito a prodotti e servizi rivolti ad un bisogno globale.

È quello che in Eventitalia consideriamo la nostra specifica applicazione del concetto di "globalizzazione" del business.

In questo è il fascino della nuova sfida nel settore b2c in cui Eventitalia, in collaborazione con partner leader nei rispet-

tivi settori, si propone come organizzatore a "tutto tondo": dalla progettazione di eventi fieristici per uno specifico settore di prodotti o servizi, alla organizzazione operativa dell'evento, inclusi i trasporti, gli allestimenti, il catering, etc.

Che cosa intende per "spettacolarizzazione dell'evento"?

Si tratta di adeguare il linguaggio fieristico a moduli già sperimentati in altre fasi del ciclo commerciale. Un esempio della possibile direzione di sviluppo delle fiere consumer può venire dall'esperienza degli *shopping center*. Fino a qualche decennio fa, l'idea che i centri commerciali avrebbero trasformato il modo di andar per negozi o addirittura trasformato il modo di molti ragazzi di passare un pomeriggio in compagnia sembrava più bizzarra che promettente. Oggi, questo modello di fruizione del tempo libero può essere appli-



cato anche al momento fieristico, vivacizzandone la godibilità e quindi la disponibilità all'acquisto del grande pubblico.

Quali ostacoli vede nel progettare fiere a livello locale?

La velocità di trasformazione delle abitudini di consumo, delle mode richiede al progettista di fiere grande flessibilità e velocità di reazione, cui si contrapponeva una certa difficoltà a ottenere dalle autorità locali la serie di permessi necessari. Col recepimento delle direttive europee in materia, la situazione pare stia positivamente evolvendo. E allora, l'unico elemento critico che resta è la capacità competitiva di chi opera su questo mercato. Come avviene, del resto, in ogni settore!

M.C.P.

Notizie dall'Ufficio Turistico Ungherese di Milano:

- inaugurato a novembre il nuovo sito dell'Ufficio, interamente in lingua italiana, con varie informazioni utili sia per il pubblico che per il trade. Offrirà spazio agli operatori italiani per la comunicazione di loro proposte e la visione di quelle dei colleghi ungheresi specializzati nell'incoming: un vero e proprio servizio business-to-business a disposizione di tutti coloro che contribuiscono ad accrescere l'afflusso turistico in Ungheria. Il sito è raggiungibile all'indirizzo: www.turismoungherese.it
- Nel corso dell'autunno sono stati organizzati due study tour in collaborazione con tour operator italiani che inseriscono nel loro programma l'Ungheria, con la partecipazione di 50 persone, tra agenti di viaggio e tour operator.
- Per la fine di novembre l'Ufficio Turistico Ungherese, in collaborazione col Gruppo Corinthia, ha organizzato un educational per promuovere il turismo congressuale e incentive, in occasione dell'inaugurazione del cinque stelle lusso Corinthia Hotel Royal*****, dotato anche di un ampio business centre e di spazi congressuali in grado di accogliere fino a 1.000 persone.
- La direttrice dell'Ente del Turismo Ungherese per l'Italia, Anita Obrofta, è stata nominata vicepresidente dell'Adutei, Associazione dei delegati ufficiali del turismo estero in Italia.