



2004: segnali di svolta per le fiere professionali in Germania 2004: signals for turnaround for trade fairs in Germany

Le prime 20 fiere internazionali del 2004, organizzate in Germania entro la metà di febbraio, hanno in generale dato buoni risultati, registrando in media un aumento dell'1% di espositori e dell'1,5% di visitatori rispetto ai corrispondenti eventi precedenti. Questi dati vengono da stime provvisorie Auma, l'Associazione dell'industria delle fiere professionali tedesche.

Sulla base di questi dati iniziali positivi, l'Auma si attende un leggero incremento generalizzato per il 2004 o quantomeno la stabilità degli espositori e visitatori, per l'insieme delle 152 fiere professionali internazionali programmate.

Così, per la prima volta dal 2001, si avrà un risultato positivo. Il motivo di tutto ciò, oltre al risveglio del mercato interno in vari settori, sta nel continuo aumento dell'interesse dall'estero per le fiere professionali tedesche. Mercato che sta diventando più importante anche per la posizione geografica centrale della Germania all'interno della Ue, specialmente in vista dell'allargamento a est nel maggio 2004.

Per alcuni settori dell'economia tedesca, come l'edilizia, non vi sono ancora segni di ripresa. Non sono perciò da attendersi cifre più positive per le fiere commerciali internazionali nel 2004. Il direttore generale dell'Auma, dott. Hermann Kresse ha commentato:

“Specialmente in questo periodo instabile di ripresa, le fiere professionali di successo offrono impulsi importanti per la posizione economica della Germania: lo scambio di opinioni tra i partner commerciali di solito riflette gli umori del mercato meglio di molte previsioni economiche. Le fiere hanno perciò una funzione di guida per l'innovazione e la tendenza di crescita nei rispettivi settori industriali.”

Nel 2003, secondo i risultati provvisori, le fiere professionali internazionali in Germania registrarono un -1,5% tra gli espositori e -4% tra i visitatori.

The first 20 international trade fairs of 2004, organized by the middle of February in Germany, generally obtained good results, registering on average around 1% more exhibitors and 1.5% more visitors than the corresponding previous events. Such figures come from provisional calculations made by Auma, the Association of the German Trade Fair Industry.

Based on these positive initial results, for the year 2004 as a whole Auma expects a slight increase in the number of exhibitors and visitors of the 152 international trade fairs planned, or at least a black zero.

Thus, for the first time since 2001 a positive result will be achieved. The reason for this, besides the brightening up of the domestic business in several sectors, is the continuously increasing foreign interest in trade fair participations in Germany, also due to its central geographical location within the Eu, especially in view of the Eastern expansion in May 2004.

For some sectors of the German economy like the building industry, there are still no signs of a revival. Therefore, more substantial positive figures for the international trade fairs in 2004 are not to be expected.

Auma's Chief executive officer Dr. Hermann Kresse commented: "Especially in the current unstable period of revival, successful trade fairs provide important impulses for the economic location of Germany: the concentrated exchange of opinions between the market partners usually offers a more reliable reflection of the mood in the market than many economic forecasts. Trade fairs thus have a lighthouse function for innovative-

ness and the growth trend in the respective sectors of industry."

In 2003, according to the provisional results, the internatio-

nal trade fairs in Germany had over 1.5% fewer exhibitors and 4% fewer visitors.

Corrado Scattolin

Francia: prosegue la diversificazione delle attività per la filiera fiere, saloni, congressi France: the differentiation of the fair, exhibition and congress industry goes on

L'associazione Fiere, saloni e congressi di Francia (Fscf) annuncia i primi risultati del 2003, basati su un campione di 179 manifestazioni commerciali: è stato confermato il richiamo delle fiere professionali che, dopo un primo semestre difficile, grazie a un positivo secondo semestre hanno visto crescere dello 0,2% il numero complessivo di visitatori; successo anche per le fiere aperte al pubblico, con un +2,4% di visitatori.

Per le sedi espositive e congressuali, il secondo semestre è andato meglio del previsto, e prosegue la diversificazione delle attività con una crescita notevole degli eventi aziendali, spettacoli, ...

Per il 2004 le previsioni sono ottimistiche, visto che le prenotazioni sono più avanti rispetto allo stesso periodo del 2003.

The association Fairs, Salons and Congresses of France (Fscf) announces the first results for 2003, based on a sample of 179 trade shows. The number of visitors confirmed the appeal of professional fairs, which registered a +0.2% due to very positive results for the second half of the year, after the difficult first six months; the fairs open to the general public recorded a total +2.4% increase in the number of visitors.

The second semester 2003 was better than expected for the congress and exhibition sector. The differentiation of activities is increasing, with a considerable growth of company meetings, shows, ... An excellent 2004 is expected, since reservations are in advance compared to the same period in the previous year.

www.foiresaloncongres.com

a cura di Fabrizio Cataldi

Atlante della comunicazione italiana 2004

Roma, Comunicazione italiana, 2004, pp. 600, euro 55,00

Un progetto, giunto alla seconda edizione, che unisce i comunicatori d'Italia in una sola guida, certificata da importanti associazioni della comunicazione (Acpi, Aidim, Aism, Assintel, Assorel, Comunicazione Pubblica, Federpubblicità, Ferpi, Unicom).

L'atlante non è solo una rubrica di contatti per comunicare, ma uno strumento che permette di conoscere le sfaccettature della comunicazione: quindi contiene email, indirizzi, telefoni, ma non solo. Sono segnalate 7058 tra agenzie, istituzioni, organizzazioni, testate e aziende, coi riferimenti a 14.558 professionisti; 1900 di essi hanno contribuito coi propri profili, e molte segnalazioni, a arricchirne i percorsi interni.

Un libro in cinque sezioni, ognuna delle quali è una guida a una specifica area della comunicazione: formazione, aziende, servizi, associazioni e istituzioni, mezzi. Si può acquistare una copia su www.comunicazioneitaliana.it oppure in libreria.

