

Vivacità di Festivity 2009

Appreziate dai visitatori l'ampia vetrina di addobbi natalizi e articoli per le feste e la presenza del giocattolo. L'Area Tendenze e le dimostrazioni di visual merchandising e packaging. Il Tavolo tecnico delle Dogane per contrastare gli articoli fuori norma

testo e foto
di Leonella Zupo

Malgrado la crisi, che pure c'è, il mercato sembra resistere e continua a premiare le aziende che hanno voglia e capacità di proporre ai consumatori prodotti nuovi, quelle che hanno una storia industriale importante e marchi affermati nel mondo e che non intendono rinunciare ai loro progetti di sviluppo, ad ampliare il loro business in Italia e all'estero, a rappresentare prospettive di lavoro.

Gli oltre 80.000 operatori commerciali (di cui 11.450 esteri) che nel gennaio 2009 hanno visitato Macef e Festivity hanno testimoniato che anche i canali distributivi riconoscono e apprezzano l'impegno dell'industria e sono disposti a investire sulla ripresa (i dati dei visitatori forniti da Fiera Milano International riguardano congiuntamente MACEF e Festivity, in quanto le due mostre si sono tenute pressoché in contemporanea e in sinergia e gli ingressi sono stati conteggiati unitamente). Salone Internazionale del Giocattolo srl organizza da più di quarant'anni in Italia e all'estero fiere ed esposizioni collettive nazionali per i set-



tori del giocattolo, giochi, hobby e modellismo, ornamenti natalizi e per feste, Carnevale, articoli di puericultura. Ancora una volta, anche quest'anno, Festivity ha mostrato attraverso un'ampia vetrina come e quali saranno gli addobbi e le decorazioni delle prossime festività, sicuramente a partire dal Natale ma senza trascurare il Carnevale, la Pasqua, Halloween e tutte le altre molteplici ricorrenze che siamo ormai soliti festeggiare (San Valentino, la festa della mamma, i compleanni eccetera).

I SETTORI RAPPRESENTATI

Tante le novità e le tendenze presentate in questa nuova edizione, che si è svolta in semicontemporaneità con Macef, Salone Internazionale della Casa (nei giorni 15-19 gennaio 2009), nei consueti padiglioni 22 e 24: 102 le aziende espositrici che hanno occupato una superficie di oltre 14.000 metri quadrati. Festivity si è confermato un appuntamento fondamentale per specialisti, grossisti e buyer della grande distribuzione, che in Fiera hanno trovato spunti interessanti anche nei settori complementari dell'addobbo, ovvero quelli della carta e degli articoli per i party, oltre al tradizionale gioco e giocattolo. Nei momenti di relax, ai visitatori ed espositori è stato possibile visitare il Villaggio di Natale (al padiglione 22), a tema "Alto Adige all'insegna del Natale", con la riproduzione di una montagna innevata alta circa 4,5 metri, circondata da alberi e piccoli animali (oggetti di produzione artigianale), dove è stata ricreata l'atmosfera altoatesina con profumi, suoni e rumori del bosco e giochi di luci, mentre intrattenimenti musicali hanno accompagnato i visitatori anche nel momento serale dell'Happy Hour, apprezzata occasione per assaggiare alcuni prodot-

Un gioco di quiz
presentato da FiiGo!
e, in basso, set
per i party a licenza
Scuola di Vampiri
(Pegaso Giochi).



ti tipici, dallo speck ai formaggi, dal pane allo strudel, dai succhi di mela ai vini.

Magari non numerosissime, ma unanimemente entusiaste di esserci, le aziende del settore **giocattolo** presenti: **Gruppo Preziosi, Pegaso Giochi, Fassi Toys, Sticktoy, FiiGo!**, solo per citarne alcune. Non tanto per "firmare ordini", quanto per i **contatti** che normalmente si creano in fiera e le sempre **nuove opportunità professionali** e, non ultimo, per un discorso di **visibilità e prestigio**.

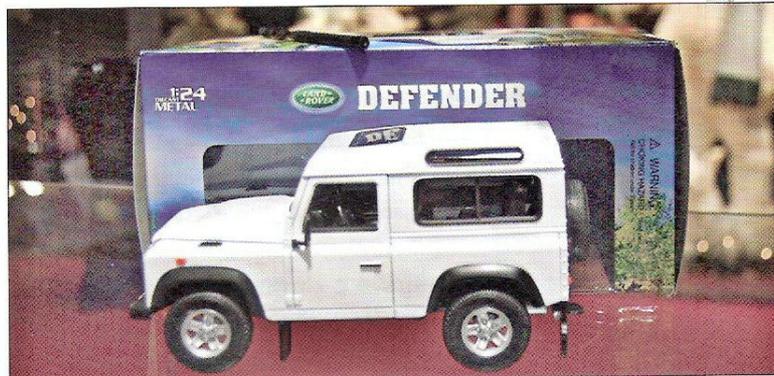
«Vista la crisi», ha dichiarato il presidente di Salone Internazionale del Giocattolo s.r.l., **Gianfranco Ranieri**, «le aziende hanno presentato le loro novità per la prossima stagione in un Salone dove gli **addobbi natalizi** e il **giocattolo** hanno **mantenuto le loro posizioni** nonostante la scarsa propensione agli acquisti. A Festivity è sempre vincente **l'azione di marketing** che, ancora una volta, ha premiato quelle aziende che hanno voglia di innovare e di comunicare ai consumatori i loro prodotti di qualità; questo aspetto è emerso soprattutto grazie all'**armoniosa esposizione** all'interno degli stand: la **cura dei dettagli** ha incoraggiato i visitatori all'acquisto.»

AREA TENDENZE

Un'anticipazione del mood della **stagione invernale 2009-10** è stato presentato presso l'**Area Tendenze** con un allestimento di grande **suggestione e impatto**. In tale contesto sono stati presentati, secondo i **quattro temi** scelti (aureo, artico, ardente, teatrale) **prodotti trend** di alcune aziende espositrici, selezionati da un Comitato istituito a tale scopo. Nel **Laboratorio** di Festivity, allestito a fianco dell'Area Tendenze, si sono tenuti **incontri** a ore programmate nella giornata sugli argomenti **Trend & immagine nel visual merchandising e nel packaging**, con **dimostrazioni** ed **esempi** di allestimenti vetrinistici, corner, aree espositive a soggetto e confezionamento di pacchi regalo. L'importante iniziativa è nata in seguito al **progetto** avviato alcuni mesi fa da Festivity e **All Italian Mood** ed è stata sviluppata sotto la guida di **Ivana Ferrero** e **Liviana Pontelli**. Da segnalare la presenza di alcuni **stand istituzionali** quali Salone Internazionale del Giocattolo, Assogiocattoli, Istituto Italiano Sicurezza dei Giocattoli, Agenzia delle Dogane, dove era disponibile anche **un servizio gratuito di consulenza** a tutti gli operatori ed espositori di Festivity su temi quali la contraffazione, la sicurezza dei prodotti elettrici e non, il marchio CE, aggiornamenti e chiarimenti sulle Direttive RAEE, ROHS, ftalati eccetera.

IL TAVOLO TECNICO DELLE DOGANE

E, proprio in tema di **contraffazione** e **sicurezza**, nella giornata d'inaugurazione del Salone si è tenuto il **Tavolo tecnico delle Dogane**, composto dai dirigenti dell'**Ufficio centrale delle Dogane** e da tutte le **associazioni di categoria** legate a **Confindustria-Concommercio**, che da ormai dieci anni hanno firmato un **memorandum d'intesa** con le stesse dogane, in forza del quale esiste uno **scambio reciproco di informazioni** per contrastare il fenomeno della contraffazione e dei prodotti fuori norma. Abbiamo chiesto a **Giovanni Battista Orsi**, consulente di **Assogiocattoli**, di spiegarci in che modo si concretizza questo accordo: «Attraverso questo **interscambio** continuo di notizie», ha dichiarato, «aiutiamo le Dogane a **individuare quei prodotti che non dovrebbero circolare** sul mercato e quindi a bloccarli per sottoporli a verifica e, se è il caso, a sequestrarli. Il nostro obiettivo è dunque quello della **moralizzazione** del mercato, un aspetto molto importante. Tanto per citare un



esempio, le **luminarie natalizie** munite di giochi di luce – se non rispettano le Direttive europee sulla compatibilità elettromagnetica – possono essere molto pericolose. Talvolta il mercato nazionale ed europeo sono "invasi" da **prodotti d'importazione fuori norma**. Per questo noi continuiamo ad aiutare a **ripulire il mercato**, segnalando le situazioni anomale per mettere le Dogane in condizione di poter bloccare alcune partite. Abbiamo fatto **un'analisi del prezzo** minimo medio d'importazione, al di sotto del quale il prodotto è – oltre che scadente – insicuro, e questo ha fatto sì che le Dogane avessero in mano un **critério oggettivo di valutazione**. Queste operazioni», ha concluso Orsi, «hanno funzionato da **deterrente** e fatto sì che per due anni il nostro mercato fosse **quasi esente da prodotti fuori norma**. Ecco spiegata l'importanza di questi controlli».

Anche nell'edizione 2009 di Festivity non è mancata la presenza di aziende del settore giocattolo, con particolare accento sul modellismo. Sopra, un modellino di Land Rover proposto da Fassi Toys; in alto, espositore per le linee Siku nello stand di Sticktoy.