



COLORE E MERCATO

Il mondo del colore, inteso come mercato delle pitture e dei rivestimenti in genere, è particolarmente complesso e articolato, nonché estremamente "riservato" agli addetti ai lavori. Un approfondimento, con un punto di vista nuovo, può essere utile e determinante per compiere un passo in avanti e allinearsi alle nuove richieste del mercato.

Colore 2011

di Federico Picone

In questi anni di crisi si è detto più volte che probabilmente una delle conseguenze positive sarebbe stata una sorta di "pulizia" del mercato e una selezione spontanea che avrebbe permesso alla qualità di prevalere sulla quantità e avrebbe finalmente dato qualche spazio a nuove idee e iniziative, pur sempre estremamente livellate verso l'alto.

Tra i tanti settori in crisi quello fieristico è un ambito delicato da sempre che negli ultimi anni soffre particolarmente per il proliferare di manifestazioni di ogni genere e livello e per i costi sempre più ingenti che gravano sulle aziende espositrici e specialmente per un dichiarato cambio di destinazione d'uso di tali manifestazioni, tradizionalmente legate strettamente al business; negli ultimi anni le fiere più grosse, che hanno fatto la storia di determinati settori, si sono trasforma-



te più in necessità di esserci per motivi di immagine e di posizionamento che per puro business, snaturando un po' la loro identità e deviando leggermente dagli obiettivi soliti della piccola e media impresa, zoccolo duro della nostra economia.

Un leggero senso di tradimento si è quindi iniziato a percepire sul mercato e da anni ci si interroga sulla necessità di essere presente e quanto in effetti sia poi il ritorno tangibile, misurabile di un investimento ormai diventato importante nei budget di tali aziende.

A fianco a questo momento di impasse, come accennavamo prima, è iniziato un movimento di idee che hanno cercato di rispondere alle esigenze del mercato attuale e di riequilibrare anche il mondo delle manifestazioni fieristiche. Manifestazioni più mirate, verticali, riproporzionate sia nelle dimensioni, che nei costi, hanno iniziato a proporsi sul territorio e a solleticare i palati di settori che, seppur in un clima di diffidenza iniziale comprensibile, sentono la necessità di tale cambiamento di rotta.



COLORE E MERCATO

Il mondo del colore, inteso come mercato delle pitture e dei rivestimenti in genere, è particolarmente complesso e articolato, nonché estremamente "riservato" agli addetti ai lavori. Un approfondimento, con un punto di vista nuovo, può essere utile e determinante per compiere un passo in avanti e allinearsi alle nuove richieste del mercato.

Anche nel settore che ci interessa è accaduto qualcosa di simile. Il 2011 infatti, si è aperto con una importante ed eclatante novità in merito: PiacenzaExpo ha ospitato "Colore", la prima fiera italiana dedicata esclusivamente alla filiera del colore, finiture, decorativi, sistemi e accessori dedicati.

L'idea nasce da una prima semplice constatazione: la fiera del colore a cui ci riferiamo col suo indotto rappresenta un mercato di circa 3 miliardi di euro. E' quindi un mercato di grande rilevanza nel panorama nazionale e, no-

nostante ciò, non ha un suo momento rappresentativo, una fiera in cui identificarsi ed affermarsi riuscendo a soddisfare tutte le esigenze dei suoi utenti. Il colore ha avuto sempre un suo spazio all'interno della principale fiera per l'edilizia in Italia, l'ex Saie2 di Bologna e oggi MadeExpo di Milano; quindi è stato sempre rappresentato ma al tempo stesso è sempre stato una costola di un mondo vastissimo come quello dell'edilizia con evidenti pregi e difetti della cosa.

Inoltre, riallacciandoci alle considerazioni iniziali, la fiera dell'edilizia negli ultimi anni, con lo spostamento a Milano ha anche cambiato profondamente la sua *mission* virando decisamente verso il mondo del progetto, dell'immagine e dell'internazionalità (MADE è acronimo di Milano Architettura Design Edilizia). Nobile intento e interessante prospettiva per tanti settori ma certo mossa non troppo gra-



Figura 3: Un convegno durante la fiera

data al nostro settore di riferimento, essendo la filiera del colore, un mercato strettamente legato al nostro territorio e strettamente connesso con i suoi operatori locali, a tutti i livelli. Vi sono aziende di dimensioni considerevoli che da anni hanno iniziato a guardare all'estero e al mondo del progetto, ma nel numero totale delle aziende di produzione e della filiera, sono una percentuale molto bassa e comunque sono aziende che mantengono una importantissima fetta di fatturato nel mercato italiano e che la ottengono grazie all'ottimo funzionamento e alla gestione della nota filiera produttore - distributore - applicatore.

Va da sé che un ambito ricco e importante come quello del colo-



Figura 2: Ingresso della Fiera (Esterno)



COLORE E MERCATO

Il mondo del colore, inteso come mercato delle pitture e dei rivestimenti in genere, è particolarmente complesso e articolato, nonché estremamente "riservato" agli addetti ai lavori. Un approfondimento, con un punto di vista nuovo, può essere utile e determinante per compiere un passo in avanti e allinearsi alle nuove richieste del mercato.

re mancava di un appuntamento dedicato, personalizzato, assolutamente verticale che potesse dare le risposte giuste a chi vive e opera solo ed esclusivamente in questo settore.

"Colore" è stata una sfida, partita con mille dubbi e perplessità ma con grande determinazione data la solidità dell'idea di base. Tale determinazione ha in effetti, portato ad una prima edizione che ha riscosso un deciso successo, andando anche oltre le aspettative sia degli organizzatori che degli espositori che dei visitatori.

Il mercato delle pitture&vernici ha delle esigenze particolari e assolutamente "personali" e ha trovato in "Colore" un interlocutore flessibile con cui partecipare alla creazione di un appuntamento su misura. Un esempio su tutti, la necessità e la richiesta, da anni inascoltata, di un appuntamento biennale. L'annualità per questo mercato non è giustificata e comporta investimenti in termini di denaro e di idee che non si confanno a tale mercato. "Colore" ha visto la sua nascita e affermazione a Marzo 2011 (con oltre 10.000 visitatori), vedrà la sua edizione di consolidamento a Marzo 2012, per poi darsi l'appuntamento due anni dopo, nel 2014, dando vita quindi a quella biennialità necessaria per soddisfare le esigenze degli operatori di settore.

"Colore 2011" ha dato segnali interessanti, presentando un mercato tutt'altro che sopito, tutt'altro che spaventato dalla crisi, piuttosto



Figura 4: Logo Fiera Colore 2011

carico di iniziative e novità e con un ottimismo importante che nonostante le difficoltà oggettive in termini, ad esempio, di aumento di costi delle materie prime che causano disagi non indifferenti ai produttori, vuole crescere e affermare la sua importanza.

L'edizione del 2012 mirerà a consolidare la manifestazione ampliandola e aumentando i plus derivanti da un evento così verticale; concentrandosi quindi sulla sempre maggiore efficacia dell'incontro fra aziende e operatori, ampliandosi anche al mondo degli architetti e tenendo sempre in grande considerazione, come già fatto nella prima edizione con un programma importante, la parte convegnistica che garantisce aggiornamenti importanti e scambi culturali fondamentali per l'evoluzione del mercato.

www.coloreitalia.it

Per contattare l'autore dell'articolo scrivere a:

rainbow@ncscolour.it