

RI ATTUALITÀ

Un Sun splendente

PIÙ VISITATORI, GRANDE INCREMENTO DI VISITATORI INTERNAZIONALI, PIÙ ESPOSITORI, PIÙ SUPERFICIE OCCUPATA PER L'EDIZIONE 2010 DELLA MANIFESTAZIONE RIMINESE DEDICATA ALL'OUTDOOR E ALLA VITA ALL'APERTO. OTTIMI RISULTATI PER LE MOLTE INIZIATIVE CULTURALI E DI SPERIMENTAZIONE

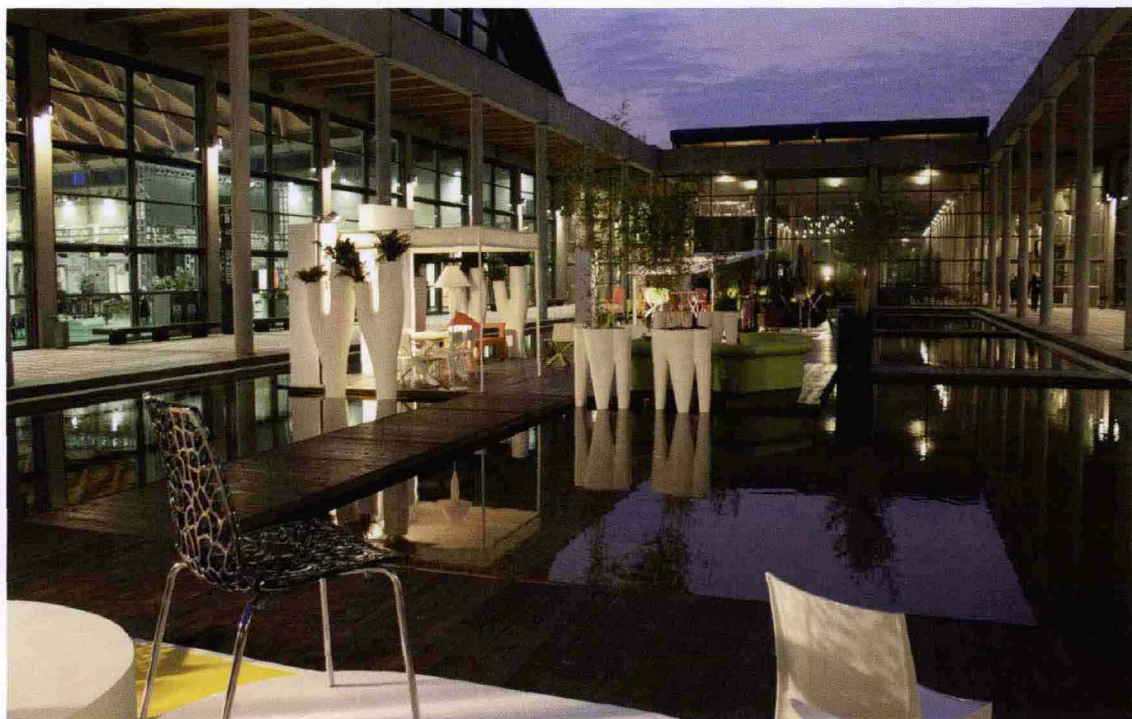
La 28ª edizione del Salone Internazionale dell'Esterno si è chiusa sabato 16 ottobre a Rimini Fiera nel segno della positività e dell'ottimismo: raggiunta la quota dei 25.000 visitatori (25.117, +4%) nei 3 giorni di fiera, con un sensibile aumento degli esteri (+31%, da 56 Paesi), **SUN** - quest'anno, come ogni anno pari, 'orfano' della manifestazione internazionale biennale T&T-Tende e Tecnica - si conferma e rilancia come kermesse di riferimento per l'outdoor a 360°: non solo arredo, progettazione, accessorio e corredo per esterni, ma una vera e propria 'piazza degli affari' internazionale dedicata alla vita all'aria aperta e al contempo una incantevole vetrina di eventi, novità, offerte e ambientazioni altrimenti introvabili.

SUN 2010 ha rafforzato il proprio ruolo di evento indispensabile per la grande filiera dell'Outdoor, di momento unico di confronto per gli attori di tutto il mercato di riferimento. Un mercato dell'Outdoor, inteso come arredo e corredo, che in Italia ha raggiunto il valore di vendita di 1,2 miliardi di Euro (2008), e che secondo le analisi di SUN è destinato a crescere ancora. Anche Giosun, il Salone Internazionale del Giocattolo e dei Giochi all'Aria Aperta, in questa edizione (la 25ª) a un sostanziale

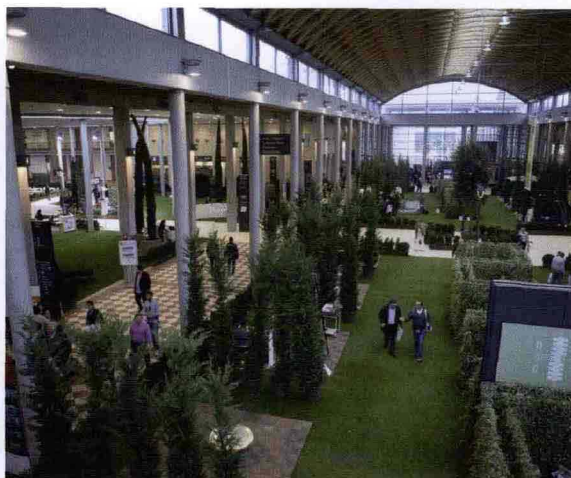
mantenimento della superficie occupata, affianca un +3% per numero di espositori.

La scelta di escludere la domenica è stata confermata dall'organizzazione e gradita dagli espositori, che hanno potuto concentrare le proprie attenzioni verso un pubblico sempre più qualificato e decisivo per il loro business.

Architetti e progettisti, designer e paesaggisti, manager dell'accoglienza (villaggi, resort, hotel, ho.re.ca, stabilimenti balneari, campeggi che valgono il 35% del mercato dell'Outdoor in Italia) e amministratori pubblici, canali di distribuzione e vendita indipendenti e delle grandi insegne, garden center, agenti, buyer, contractor: questa la panoramica che emerge dalle primissime analisi dei dati di affluenza. Analisi che confermano la forte impronta e territorialità italiana (i visitatori sono giunti da ogni Regione italiana) e un marcato aumento di operatori dall'estero. Premiata la formula degli oltre 500 business meeting realizzati tra espositori e compratori delle delegazioni ufficiali internazionali invitate, positivi i riscontri dagli investimenti esteri fatti in termini di azioni commerciali e di comunicazione, apprezzata la presenza di buyer qualificati provenienti dai mercati emergenti (soprattutto



28 Rifiniture



Il mercato mondiale dell'Outdoor Living & Gardening è cresciuto del 2.6% nel 2008 e ha raggiunto il valore di 167.5 miliardi di dollari (€: 114 miliardi e 150 milioni circa)

Est Europa e Sud/Sud-Est Mediterraneo), rilevata con soddisfazione anche la presenza di acquirenti e distributori dai mercati tradizionali forti del mondo dell'Outdoor in Europa (Francia, Germania e Spagna in primis).

Inoltre, nel comparto espositivo dedicato alla ferramenta, al giardinaggio e al fai date (2Work), presso il buyer point appositamente allestito, giovedì 14 e venerdì 15 decine di buyer invitati in rappresentanza di alcune delle grandi insegne della GDS hanno incontrato molte decine di espositori, con l'obiettivo, raggiunto, di superare i 300 business meeting della passata edizione.

Mercato mondiale in fermento

Una ricerca di SUN, il Salone internazionale dell'Esterno (RiminiFiera, 14-16 ottobre 2010), conferma il trend positivo di un settore sempre più nel mirino dei produttori e rivenditori di accessori, corredi, arredi e prodotti per la cura del verde. Come rileva Sergio Rossi, Direttore Generale di Fiere e Comunicazioni, "soprattutto quello dell'arredo è un mercato relativamente giovane, dinamico e in grado di offrire sempre nuove soluzioni in termini di qualità, durabilità e, non ultimo, sostenibilità". Nel 2010, prosegue Rossi, "SUN arriverà alla 28^a

edizione. In questo lasso di tempo abbiamo visto cambiare profondamente il concetto di Outdoor a tuttotondo, della cura del verde ma soprattutto dell'arredo. Ora le nuove tendenze progettuali e le nuove abitudini abitative hanno cambiato la distribuzione dello spazio domestico nella sua interezza, prendendo di mira e valorizzando quanto più possibile una nuova frontiera dell'arredo: l'esterno. E, con esso, i confini stessi della propria casa".

"Siamo fieri - conclude Rossi - di essere stati gli antesignani di questo mercato che, anno dopo anno, si dimostra sempre più interessante, ricco e completo nell'offerta. Esattamente come SUN". Il mercato mondiale dell'Outdoor Living & Gardening è cresciuto del 2.6% nel 2008 e ha raggiunto il valore di 167.5 miliardi di dollari (€: 114 miliardi e 150 milioni circa).

Le previsioni per il 2013 parlano di una crescita del 9.3% sui valori del 2008, per arrivare a 183.1 miliardi di dollari. Il verde vivo ha costituito la parte più cospicua del mercato, generando nel 2008 il 57.7% del mercato nel suo complesso. L'Europa vale il 39.3% (66 miliardi di dollari circa) del mercato mondiale dell'Outdoor Living & Gardening. Di questo mercato, la Germania rappresenta il 20.2%, la Francia sfiora il 14 (13.9%), la Gran Bretagna supera il 10% (10.1).

