

FIERA CPM MOSCA 24/27 Febbraio 2009

Presenti le aziende associate:

- Apunis (2 stands: Complit e Capo Cubo)
- Bernardini Maglificio
- Brunelli
- Confezioni Daniele
- Fama
- Giordano Frangipani
- Miniconf

Per Consorzio Bimbo Italia:

Dimitry Kortava (supporto tecnico/linguistico)

Lucia Fanfani (coordinamento e rapporti con le Istituzioni)

Andrea Manuelli (referente specifico per il Progetto mater finanziato da Regione Toscana)



Introduzione

Siamo in attesa di ricevere i dati relativi all'affluenza dei visitatori al salone moscovita, ci risulterebbe un calo abbastanza pesante di presenze. Soprattutto provenienti dalle Regioni e da importanti aree, quali ad esempio l'Ucraina, la cui presenza era notevole nelle edizioni passate. Da sottolineare che la fiera Crocus, che nelle edizioni passate voleva rappresentare la vetrina delle aziende importanti della moda (tra i partecipanti: Scervino, Gattinoni, Zegna, etc.) questa edizione è stata annullata. Oltre al calo delle presenze, parlando con gli espositori abituali della fiera Cpm, viene riconosciuto un calo ed una riduzione degli ordini stessi acquisiti (sia da parte delle aziende del settore bambino che uomo e donna)

Di seguito elenchiamo in prima battuta gli aspetti di criticità:

- Svalutazione del rublo (le previsioni negative prevederebbero una svalutazione che potrebbe arrivare ai 60 rubli contro euro)
- Rallentamento dei consumi
- Sistema bancario in evoluzione
- Sistema distributivo in forte riconversione dopo gli ultimi anni di boom che hanno portato i vari canali del sistema stesso a compiere grossi investimenti
- Grado di corruzione ancora abbastanza forte ad ogni livello
- Sistema logistico sia nell'aspetto dei trasporti che soprattutto della dogana ancora molto faragginoso e di nuovo legato alla corruzione

- Preponderanza dei pochi players che controllano l'intero mercato della moda
- Forte sensibilità del consumatore ai brands della moda internazionale più noti
- Difficoltà di compiere efficaci politiche di mailing e contatto con gli operatori (nonostante il grosso sforzo compiuto dal nostro stagista Dimitry, gli operatori non hanno risposto positivamente agli inviti), senza affidarsi ed investire pesantemente con grosse agenzie di PR sul posto.

Le nostre aziende si presentavano tutte all'interno del padiglione organizzato da Emi, che ha coordinato l'intera collettiva italiana: *Made in Italy*.

Interessanti gli allestimenti degli espositori provenienti dalla Spagna e dalla Germania stessa (teniamo ben presente che l'organizzazione della fiera è la stessa tedesca Igedo che prende in carico l'intera gestione del salone)

Alcune immagini delle aziende:



Contatti istituzionali

Le 4 giornate della fiera sono risultate molto utili ad approfondire i contatti che il Consorzio Bimbo Italia ha da tempo con le Istituzioni nello specifico:

- **Toscana Promozione**, presente sia con il corpo dirigenziale che con il desk che lo stesso ente a Mosca, di supporto alle aziende del territorio, interessante la serata a cui siamo stati invitati, in cui alla presenza dell'ambasciatore e del Console italiano a Mosca, sono sfilati i capi di 15 aziende appartenenti al settore della moda donna toscane, presso la prestigiosa Hall Forum (la cine città di Mosca).
- **Ice Mosca**, presente con il direttore Ice Mosca che coordina l'intera rete degli uffici Ice in Russia. Si è dichiarato disponibile a supportarci nei nostri progetti di promozione diretti a questo mercato, siamo stati inoltre invitati alla serata di presentazione dell'indagine di mercato specifica sul mondo della moda in Russia (250 pagine). Ai presenti è stata donata la chiavetta Usb contenenti le infos specifiche del mercato della donna, uomo e bambino (le aziende interessate a maggiori infos a riguardo possono contattare la nostra segreteria).

- **Polimoda:** tramite un referente incontrato durante Pitti bimbo, ci è stato presentato ed introdotto in fiera a Mosca, il nuovo responsabile acquisti di un grosso centro di importazione del settore moda infantile, il quale ha introdotto precedentemente Benetton in Russia e che attualmente si è dirottato nel settore del bambino. Molto interessato nello specifico ad 1 azienda associata presentata in fiera.
- **Promofirenze**



Abbiamo visitato con la referente sig.ra Elena con la quale siamo in contatto da tempo, il nuovo showroom che Promofirenze ha in una posizione della città fantastica (dietro la piazza rossa), qui accanto un'immagine della struttura al cui interno si trova il piccolo showroom.

Siamo attualmente direttamente in contatto con sede in Italia di Promofirenze per conoscere meglio gli aspetti economici di un'eventuale presenza, alla quale la referente russa dell'ente fiorentino, ha dimostrato molto interesse.

Da sottolineare infine, che la presenza degli agenti in fiera non è stata così interessante, ossia all'interno degli stand venivano presentati i singoli brands rappresentati con, nella maggior parte dei casi, la presenza fisica negli stands delle referenti "customer service" delle varie agenzie, le quali non parlando alcuna parola della lingua inglese e non avendo alcuna autonomia delegata dal titolare della società di agenzia e/o distribuzione rappresentano per arrivare ad un contatto diretto, dei filtri insormontabili.

Infine ricordiamo l'approccio operato dal Consorzio stesso ad un paio di nominativi conosciuti da tempo che ci hanno generosamente offerto la possibilità di visita con accompagnamento con autista e bodyguard allo showroom stesso ubicato a Mosca ma che si sono stati totalmente dichiarati reticenti a recarsi in fiera.

Il Consorzio Bimbo Italia è comunque in possesso di un interessante data base ben rappresentativo dell'intero canale distributivo.

A parte le aziende associate che erano presenti in fiera con i loro agenti specifici sul mercato russo: Miniconf. Bernardini, Apunis, questi ad oggi i riscontri delle altre:

Brunelli:

Esperienza positiva, contatti con i clienti già acquisiti dalla azienda precedentemente, che magari non erano potuti venire a Pitti, etc. e visita diretta presso i loro negozi a Mosca

Confezioni Daniele:

Ha potuto lasciare il campionario l'ultimo giorno della fiera ad un importatore che ha showroom a Mosca, da valutarne gli esiti. Ha potuto compiere con interprete un grosso lavoro di contatto sul campo con gli agenti e/o importatori.

Giordano Frangipani:

Acquisiti interessanti contatti da sviluppare anche direttamente in Italia, molto apprezzato il prodotto pelletteria.

Fama:

Acquisiti contatti su cui occorrerà lavorare per verificarne la potenzialità e le possibilità di business per l'azienda.