

RELAZIONE

Fiera Kleine Fabriek www.kleinefabriek.nl

OLANDA, Amsterdam, presso il centro espositivo: Rai

Domenica 11 gennaio Lunedì 12 gennaio



La fiera, nata 4 anni fa, viene svolta presso il centro espositivo della città (dice che sia il più grande padiglione fieristico in Europa infatti in contemporanea si svolgevano altri 4 saloni della meccanica dell'hotellerie del vino e del food) che si trova facilmente posizionato centralmente nella città.

Nonostante le basse temperature (8/10 gradi sotto zero) ed il forte vento provenienti dai numerosi canali (quasi completamente ghiacciati) che lambiscono l'intera città di Amsterdam,



(foto scattata dal ristorante della fiera dove i visitatori potevano anche pattinare sul ghiaccio) la fiera risulta ben frequentata

Presenti 440 marchi provenienti in larga misura da Olanda, Belgio, Danimarca poi in dimensione molto minore anche Germania, Francia, Italia.

Gli stands sono principalmente presentati dagli agenti che i vari brands hanno nell'area di mercato olandese (vedi ad es: *Fiorucci, Napapiiri, Gruppo Zannier, Replay, Oilily, Lili Gaufrette, Pepe jeans*).



La fiera ben rappresentava il settore della moda infantile, intesa a largo raggio, con la presenza anche di vari stands di piccoli accessori

Dai giochi in legno ai fermacapelli, ai libri per i più piccoli, a piccoli elementi di arredo di un buon contenuto di design.

Bimbo Italia era presente con:

Brunelli maternity wear, alla sua prima esperienza nella fiera.



Il parere dell'associato non è stato molto positivo, in quanto il reparto maternità non risulta così presente in fiera.

E' stata comunque rilevata una certa curiosità verso il bel prodotto Italiano da parte di un agente, al quale ha potuto lasciare i 2 busti presenti sullo stand oltre al contatto con un paio di negozi e la visita diretta ad una boutique di Amsterdam già cliente dell'azienda associata.

Confezioni Daniele (Coccodè), presente la rappresentante che l'azienda associata ha in Olanda.

E' stata la prima partecipazione, lo stand ha raccolto per i 2 giorni molti visitatori anche provenienti da Germania (n.b. Dusseldorf è raggiungibile con 1 ora di macchina), Lussemburgo e molti dal Belgio. L'agente si è dichiarata molto soddisfatta della presenza, anche se ribadisce che con i clienti olandesi non si fanno ordini ma vengono piuttosto presi gli appuntamenti per la visita allo showroom dell'agente.



Creazioni Eman (presente con la formula promozionale del Consorzio). Abbiamo individuato un potenziale agente interessato a rappresentare azienda associata nel mercato. Abbiamo preso appuntamento per Eman il giovedì a Pitti bimbo presso il nostro desk in cui faremo incontrare le 2 parti interessate.

Safte (presente con la formula promozionale del Consorzio). Non è la fiera in cui è presente il settore della corsetteria pre post mamam, abbiamo però individuato tramite il referente comunicazione (PR free lance) della fiera un nominativo che può essere di utilità all'azienda associata.

Consigliamo alle aziende associate interessate al mercato di prendere buona nota della prossima data dell'edizione estiva (5 e 6 luglio), in cui potremmo proporre uno spazio bimbo italia che permetterà alle aziende di farsi conoscere e/o incrementare la propria visibilità nel mercato.

Sintetizziamo alcuni elementi di positività e negatività della fiera così come emersi dalla nostra piccola indagine

Negativi:

- -Data anticipata rispetto a Pitti, (lo stesso rappresentante della Fiorucci si lamentava per lo scarno campionario invernale inviato dall'Italia)
- -Fiera locale direttamente indirizzata al mercato olandese
- -Poco margine di trattativa per avere degli sconti nell'affitto degli stands. Essendovi molte richieste dagli espositori locali.

Positivi

- Fiera ben concentrata nelle 2 giornate della domenica e del lunedì
- Ubicazione del padiglione fieristico in centro città con ottimi parcheggi tutto intorno, molto apprezzati dai visitatori. Raggiungibilità ad Amsterdam con varie compagnie aeree anche low cost.
- Lay out della fiera all'insegna della luminosità del padiglione e del buon allestimento degli stands che riuscivano a comunicare un messaggio di personalizzazione del brand pur nell'allestimento comune all'insegna della leggerezza degli elementi di arredo
- Organizzazione della fiera tutta al femminile, molto cordiale ed efficiente
- Presenza capillare degli agenti del mercato olandese della moda infantile