Il Sole 24 ORE Radiocor
Agenzia di Informazione

年 2 号 1 – 2009年3月

标题：博览会走向海外征战危机

提要：从米兰到博洛尼亚，押宝博览国际化，以此克服众所周知的欧洲经济衰退

通过法规来推动展会行业，抵御世界经济危机的袭击。博览企业界表示，中央政府需要承担职责来协助这些企业进一步加速国际化进程，像抵御感冒一样抵御眼前的经济危机，而不是严重的支气管炎。为了减轻危机影响，展会行业界很早就开始行动起来，它们没有等待行政措施就自主地确立了井然有序的行动计划，博览会日程表和海外推广的合理化成为博览革新战略计划列车的两条行进铁轨。在纽约举行的第六届意大利葡萄酒展美国巡回展启动仪式上，维罗纳展览中心总经理乔瓦尼•曼托瓦尼说道：“需要建立一个有效的国际化平台给意大利企业开拓海外市场。”为此，维罗纳展览中心确立了一个到2011年投资六千八百万欧元的工业计划，包括建立一个网络来帮助中小企业与国内投资机构和已在国外运作的国内银行进行沟通，例如意大利联合信贷银行Unicredit和意大利联合圣保罗银行Intesa Sanpaolo。

米兰展览中心和汉诺威展览中心就共同发展中国市场早已达成协议，初步成果显示已经有八万人登记将到访德、意展览中心在上海举办的两个展览会，米兰方面的主席米克来•佩里尼对此提出要求：“为了取得真正书面上的经济复苏，请制造业站起来并投资未来。”米兰展览中心的董事克劳迪奥•阿图西补充说：“我们必须回过头来把我们的客户——企业当成重点，尤其是那些在不良时机遭受打击明显的中小型企业 。”

此外，博览会的国际职能就是在这个困难时期推动意大利企业运转起它们的飞轮到国外广阔的土地上去。从米兰到维罗纳，以及博洛尼亚，日程上的计划是雄心勃勃的，在东西方建立一个共同的目标：开拓国际市场。

标题：从圣马可广场到2015年世界博览会

从朝圣到世界博览会。意大利博览会的辉煌历史始于1177年，教皇阿历山大三世宣布在圣母升天节到威尼斯圣马可大教堂的任何人都能为自己犯下的罪恶获得赦免，由此使得水道的主人们需要运送庞大的人群到圣马可广场上去观看1180年举办的第一届世博会，简而言之，世博会至今已经有近千年的历史了。在1881年意大利米兰的威尼斯城门（Giardini di Porta）举办的国家博览会上，就已经出现了突出的工业企业如Breda和倍耐（Pirelli）。1906年的Sempione国际博览会更是破纪录的达到了三万五千个展商和大约五百五十万观展商。在圣马可“奇迹”近千年之后，意大利展会体系准备发挥2015米兰世界博览会带来的巨大动力，热那亚将成为其海港，都灵的Lingotto展览中心通过旅游方面的合作成为重要角色之一。维罗纳近年来在酒业和饮食业市场上取得了丰厚的国际经验，同是食品方面，博洛尼亚、里米尼和帕尔玛的展览会也被称为美食之谷，它们都已准备好成为2015世界博览会的一员。

意大利展览协会与安全体系——胜利的保证

意大利展览协会与安全体系是胜利的保证。在几个意大利最主要的展会支持下，意大利展览协会提供展会最重要的几个要素，其中也包括一些特别培训课程。 展会管理的安全体系也是其中之一，比如米兰展会的营运总监加科莫·路齐尼的安全管理模式就是一个很好的例子。该模式指出，在一个展会的准备工作中，首先须由展会高管任命一名安全主管，其次是选择必要的安全策略和标准，选择的方法根据管理模式的不同而不同。后者具备四个要点：企业安全政策、活动和安全责任列表、临时代理系统定义、安全周期和防御系统或纠错系统程式化。举例来说，米兰展会就采取了一系列提高安全系数的行动，比如，对展览区的设施和设备都进行检验验收，详细说明并评估展会可能发生的危险，制定一套紧急情况的解决办法，并配有相关承包商和子承包商的调查问卷。

不仅如此，安全管理部门还必须为展会举办期间（从参展商进入展会摆展开始到撤展）每时每刻的安全制定安全保障程序，相关文件需预先发给客户。

至于规范安全管理的相关法规就比较复杂了，最重要的一点（这个会出现在意大利展览协会的培训课程中）就是采取和执行一套能够让展会免于行政责任的组织管理模式。

了解更多意大利展会体系信息请登陆以下网站
www.italianfairsystemcom
www.aefi.it

标题：什么是新的沙龙商机？答案就是“旅游业”

最近的评估，确切的说是米兰和罗马的展会之后，据说参与展会人员的60%的费用都被记作与该展会有关的旅游费用。对于组织者来说，这简直是一场哥白尼式的革命。

这并不是首都罗马和里米尼做统计的偶然结果，这两个城市拥有强大的展会设施、精美的展会建筑群，可以把区域吸引力提高许多倍。

展会可以被看作一种刺激旅游业的积极因素，其硬件就是展会设施，软件则是举办各种类型的展览会。

从这个角度来看， 需分析的第一个要素就是不同的展会活动吸引游客的能力，这些展会活动事实上以产生客流的不同能力和吸引不同类型的游客而有所区别。

可以把这些展会根据几个指标来归类：一个是展商能够保证的提供产品的广度，一个是需求的广度，也就是指观展者的广度。

在此基础上，我们可以将展会至少分成四种类型：观展者和参展商都是本地为主的展会，展商本地为主而观展者外地为主的（以供应为主）的展会，展商外地为主与观展者本地为主（以需求为主）的展会，最后是展商和观展者都是以外地为主的展会（供应加需求）。正是这最后一种展会可以吸引更多的游客。

除此之外，应该说近来的展会越来越显示其为当地创造机遇的能力，以及对城镇和生产部门的推广、对城市和建筑业的发展都具有积极意义。

用简单的话来说就是提高吸引人流的能力。 最近的研究显示，展会可以通过组办多元化活动为当地创造数倍的收益，而且不能低估因此而引来的大量游客。

标题：当展会涉及国外人士

提要：经济发展部和外贸协会（Ice）为旨在推广本国产品而在国外举办的展会提供资金支持

意大利经济发展部（Mise）、外贸协会（ICE）和展览会这个三角结合体将在2009年促进从小型到大型的意大利国际展览的国际化。

这些项目计划总共需200万欧元的预算，外贸协会将确保其中50%的项目需求（最高至20万欧元）。同样，想要竞标获得经济发展部的支持，在相关条件具备的基础上，必须具备两个目标。

首先，这些展会是“国际型的意大利展会活动向海外推广，能够提高国际化级别（包括参展方和观展方）”。

其次，这些展会必须“借助具有跨国运作能力的国外机构来推动提高相关机构的国际化程度，在展示服务机构中，更有成效地推动相关国际运作环节”。

最新项目列表中位居第一的是“巴士&埃及巴士” 项目，旨在促进当地公共运输和商务旅游人员的增长，这是由维罗纳展览公司协办并在埃及举办的展示公共汽车运输的一个国际沙龙。

位居第三的仍然是向国外发展的一个展会，叫福尔利交易会。旨在寻找有兴趣向俄罗斯发展的食品加工企业和养殖企业，并同时提供市场分析和对企业优势进行评估。

标题：展览公司Pitti Immagine促进交易会发展

提要：对男士、女士和儿童来说，1月份的交易会成了他们时尚的约会点——这是一场越来越国际化的时尚之约

展览公司Pitti Immagine和佛罗伦萨是刺激意大利时装在我国和全世界发展的两个名词，在1月13日佛罗伦萨举行的Pitti Uomo男装展的开幕式以及同时举行的女装展的发布会都给予了我们丰厚的回报。

“我们要帮助企业找到热爱‘意大利制造’并有能力长期订货的国外进口商。”展览公司Pitti Immagine总经理迦塔诺·马佐托如是说，“但是政府也应当做出努力，因为在意大利尤其需要一项有关收入的政策以刺激信任度的不断循环。”如同Pitti Immagine的代理董事拉法艾罗·那波莱奥内多次强调的那样：“让我们的展会办得更加国际化。”今年的参展商达到有史以来创纪录的1000家，共吸引了约35000名观展者。

女装展一共吸引了5243名买家，他们在维多利亚别墅参观了“海关展区”和“设计师展区”。那波莱奥内强调说：“和去年6月份相比较，今年的Pitti Donna女装展吸引的总体展商增长了30%，其中来自国外的增长22%，国内的增长35%。这个数据显示情况大好，更加确定了我们发展的信心，鼓励我们未来在女装展上增加新的投入。

再看有关买家的数据，买家人数一共是22672名，其中7066家来自国外（占总数的31%），与上届冬季展会相比有略微下降（2009年1月共有24000家买家）。那波莱奥内补充说：“通过数据分析我们发现主要是来自美国、英国、日本、俄罗斯和西班牙的买家有所下降，但是从我们参展商和参展买家的水平质量来讲，此次展会仍然获得了卓越的成效。上届展会出席了我们给高级买家举办的Pitti Club俱乐部的买家今年也全部到位。”

此外，1月22日到24日期间，Fortezza da Basso展馆也举办了Pitti Bimbo童装展。展览公司Pitti Immagine的副经理阿果斯提诺·伯莱多指出：“这是全世界唯一一个完全展示儿童时装的国际展会，该展会能够收集市场需求信息，并给出准确的回复。”

标题：精彩的美食之谷

提要：从帕尔马到比亚琴查

在专业领域中人们把它叫做“美食之谷”，用词很简单，指的是从帕尔马到莱焦·艾米丽亚这一带制造食品和其精细派生品的区域，人们都很崇尚这片区域，因此很显然这里的展会也不少。今年5月14日和15日将在帕尔马举办食品交易会，名称叫做Cibus Pro。这是一场快速、专业的展会，为那些真正“意大利制造”食品的厂家与大规模的经销商、食品业巨头以及专业食品连锁店提供独一无二的相识的机会。4月16日至18日是猪肉食品国际展览会，该展会已经举办过10来届了，展出的就是美味的火腿。到10月份的时候，在莱焦·艾米丽亚还会举办Casa & Alimentari家居暨食品交易会，届时将会展出该地区的特色产品，这是一场喜爱烹调人士绝对不可错过的好机会。