

Comunicato stampa N.ro 1 | Piacenza, 7 marzo 2012

**COLORE**

L'UNICA FIERA CHE OFFRE LA GIUSTA EVIDENZA  
ALL'EFFERVESCENZA E AI VALORI DELLA FILIERA  
DEI PRODOTTI VERNICIANTI E DELL'EDILIZIA LEGGERA

**COLORE 2102 - MOSTRA CONVEGNO FINITURE, DECORATIVI, SISTEMI E ACCESSORI DEDICATI**

**Giovedì 15 - Sabato 17 Marzo 2012**

9:30 - 18:00

Piacenza Expo - Quartiere Fieristico di Piacenza

[www.coloreitalia.it](http://www.coloreitalia.it)

GLI APPUNTAMENTI PER LA STAMPA:

- *Martedì 13 marzo ore 11:30, presso aula conferenze L del Politecnico di Milano - Sede di Piacenza*  
**Conferenza stampa di presentazione**
- *Giovedì 15 marzo ore 11:30*  
**Inaugurazione ufficiale con le Autorità**

**LE NOVITÀ DI COLORE 2102**

**Maggiore superficie espositiva:** da 8.000 mq nel 2011 a **8.500 mq**

**Più espositori:** da 100 nel 2011 a **120**

**Programma convegnistico più ricco e variegato**, con particolare attenzione a temi culturali di interesse focale per il mondo dei progettisti.

**Più visitatori attesi!**

**Ufficio Stampa**

Laura Maffeis

Upgrade Communication srl - Monza

[laura.maffeis@upgradecommunication.com](mailto:laura.maffeis@upgradecommunication.com)

tel. +39 3480627206

## COLORE 2102 IN PILLOLE

### **COLORE nasce dalla forte richiesta del mercato di avere un proprio momento di incontro/confronto -**

necessario per arrivare preparati alle sfide di un mercato in forte evoluzione - a tutti i livelli, tra produttori, distributori, utilizzatori, applicatori e progettisti, ma anche Associazioni di settore e Istituzioni politiche ed economiche. Per questo Colore è un progetto chiaro e di valore, costruito esclusivamente intorno alle necessità della filiera.

**COLORE è l'unica manifestazione italiana dedicata esclusivamente alla filiera del colore**, di cui rappresenta in maniera verticale e specifica i temi, i contenuti e le eccellenze. Questi i settori merceologici:

- Pitture e idropitture
- Rivestimenti
- Smalti, vernici, intonaci, stucchi
- Finiture decorative
- Attrezzi e strumenti per l'applicazione
- Programmi di gestione del colore, software applicativi
- Sistemi cromatici
- Sistemi tintometrici

**COLORE ha cadenza biennale**: dopo l'edizione "Zero" del 2011, l'appuntamento negli anni pari è a Piacenza Expo e negli anni dispari in diverse città italiane, che saranno toccate da un innovativo roadshow itinerante, un evento culturale divulgativo all'insegna della continuità con l'appuntamento fieristico biennale, ideato con l'obiettivo di mantenere viva la comunicazione tra le aziende e gli operatori della filiera instaurata in occasione dell'appuntamento a Piacenza Expo, nonché di continuare a fare cultura sul colore e sull'edilizia leggera, in modo innovativo e in aree al di fuori dai circuiti tradizionali. ***Prima tappa a Catania nel mese di marzo 2013.***

**COLORE 2012 si distingue per il linguaggio specializzato, condiviso da tutti gli operatori del settore, per la verticalità e per iniziative innovative**, tra cui:

- ***Award del Colorificio*** – Premio per le eccellenze del comparto distributivo.
- ***Formazione*** – Tra gli obiettivi centrali della manifestazione, diffondere la cultura tecnica di settore e offrire spunti di riflessione, attraverso un ricco programma di workshop e convegni.

**COLORE 2012 si svolge in un quartiere fieristico, quello di Piacenza Expo, realizzato con criteri ispirati alla più moderna architettura**, con grande attenzione al confort e all'agibilità. Piacenza Expo offre peculiarità logistiche e di servizio e una flessibilità uniche in Italia, risultando per l'utenza B2B particolarmente comoda e di pratico accesso in termini sia di viabilità sia di ospitalità, in un contesto a misura d'uomo e a costi competitivi.

**COLORE 2012 è stata scelta dall'Associazione europea UNIEP - International Association of Painting**

**Contractors** - come appuntamento fondamentale in Italia per approfondire e aggiornarsi sulle eccellenze del mercato italiano.

*Markus Straube, Board Member UNIEP*, guiderà la delegazione europea in visita a Colore e interverrà sabato 17 marzo al convegno promosso da Anvides.

**COLORE 2012 è sostenuta da importanti patrocinatori e partner**: Ministero dello Sviluppo Economico, Avisa, Aitiva, Uniep, Anvides Italia, Aidel, Assorestaura - DNA Italia, Politecnico di Milano, Unioncamere Emilia Romagna, Camera di Commercio di Piacenza, CNA Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, Confindustria Piacenza, Cariparma-Credite Agricole e Banca Piacenza.

## COLORE 2102 - TUTTO QUELLO CHE C'È DA SAPERE

### DA UN'IDEA INNOVATIVA, UNA FIERA INNOVATIVA

L'idea di una fiera interamente dedicata al comparto del colore è nata ancora prima che il mercato ne manifestasse pienamente l'esigenza da  *Davide Lenarduzzi, Direttore Generale di Piacenza Expo e Coordinatore nazionale del gruppo Fiere in Rete all'interno di AEFI, e da Federico Picone, esperto del settore e Direttore Scientifico di COLORE.*

Obiettivo, dare la giusta dignità e la giusta cornice espositiva ai comparti del colore e dell'edilizia leggera, prima espressi solamente come una parte, spesso non preminente, delle manifestazioni dedicate all'edilizia in generale. "Il mercato italiano del colore in Europa, infatti, è secondo soltanto a quello tedesco", spiega  *Davide Lenarduzzi,* "e richiedeva un evento dedicato. Abbiamo raccolto questa istanza e creato un ambiente in cui l'applicatore, il rivenditore e l'architetto possano sentir parlare solo la lingua del colore, delle finiture e dell'edilizia leggera".

### IL PLUS DI COLORE: FIERA E ROADSHOW, A CADENZA BIENNALE, PER CONTINUARE A DIFFONDERE LA CULTURA DI SETTORE

COLORE non dimentica le sue ragioni d'essere: **mantenere costante il rapporto e il dialogo tra il mondo della produzione, della distribuzione e dell'applicazione.** Per questo il calendario degli appuntamenti prevede, accanto alla manifestazione fieristica istituzionale che si terrà a Piacenza a cadenza biennale (negli anni pari), un innovativo roadshow culturale di impronta divulgativa, anch'esso biennale (negli anni dispari), che farà tappa in diverse città italiane e in particolare in aree non inserite nei circuiti tradizionali, per continuare a promuovere la cultura tecnica del colore e dell'edilizia leggera.

### DOPO COLORE 2012, APPUNTAMENTO A CATANIA A MARZO 2013!

### NEL 2011, L'EDIZIONE "ZERO". DIETRO LE QUINTE DI UN SUCCESSO

L'ottima riuscita della scorsa edizione di COLORE è derivata dal fatto che a organizzare la visita non sono state tanto le aziende, come accade di solito in occasione delle fiere generaliste, ma gli applicatori e i rivenditori. "Ciò è segno di un vero e proprio bisogno di aggiornamento da parte degli operatori", spiega  *Federico Picone, Direttore Scientifico di COLORE,* "e costituisce una vera novità per le aziende espositrici, che di norma nelle fiere tradizionali devono impegnarsi in prima linea anche per incentivare la partecipazione della clientela alla manifestazione. A COLORE non hanno questa preoccupazione, possono concentrarsi solo sull'accoglienza dei visitatori e sulla presentazione delle proprie novità, certe di poter dialogare con gli interlocutori giusti".

### I PLUS E LE SPECIFICITÀ DI UNA FIERA DEDICATA

- **L'ATTENZIONE AI SETTORI PIÙ INNOVATIVI:**

- **IL CAPPOTTO TERMICO**

COLORE non è solo pitture tradizionali, ma anche prodotti e sistemi di finitura innovativi. **Primo tra tutti, il cappotto termico, la cui diffusione sta accelerando molto in questi ultimi anni.** "Si tratta di un settore nuovissimo", commenta  *Davide Lenarduzzi, Direttore Generale di Piacenza Expo,* "in cui l'impresa specializzata nell'edilizia leggera ha vinto sull'impresa edile nella sfida per accaparrarsi questo mercato. Il cappotto termico è un sistema di finitura molto complesso, ma non è strutturale, afferrisce all'area di intervento dell'imbianchino e non a quella del muratore. Pertanto gli operatori specializzati nell'edilizia leggera sono riusciti a diventare protagonisti di questo mercato".

## - LE PITTURE DECORATIVE

**Il decorativo piace all'interior designer e piace al privato e non possiamo negare che inizia a fare una certa concorrenza al materiale ceramico da rivestimento, rispetto al quale è molto competitivo**, come dimostra il fatto che gli showroom di piastrelle stanno cominciando a inserire nei propri spazi aree espositive dedicate ai prodotti vernicianti decorativi, sia da rivestimento sia da pavimentazione. "Il settore dei decorativi è in forte crescita", commenta *Federico Picone, Direttore Scientifico di COLORE* "e il mercato comincia a recepire le qualità del prodotto decorativo come elemento di arredamento e di caratterizzazione degli ambienti e degli edifici. Costituisce quindi un'opportunità per il trade, tanto più che ha raggiunto un livello di sviluppo tecnologico molto avanzato che garantisce stabilità e caratteristiche tecniche elevate. Per l'industria, inoltre, il decorativo mantiene una marginalità molto elevata e non è, quindi, penalizzato dall'aumento dei costi delle materie prime, che soffoca, invece, il prodotto verniciante tradizionale. E se a ciò uniamo il fatto che esprime anche l'eccellenza dell'"italian style", così apprezzata all'estero, vediamo che ha tutte le carte in regola per generare importanti volumi sui mercati stranieri, cosa impossibile per il prodotto basico a causa dell'elevata incidenza dei costi di trasporto".

### • LA FEDELITÀ E LA PERFETTA ADERENZA AL MERCATO

**COLORE è lo specchio fedele del mercato e tutti gli operatori parlano una sola lingua.** "Dopo la prima edizione del 2011", commenta *Davide Lenarduzzi, Direttore Generale di Piacenza Expo* "abbiamo notato con grande soddisfazione che l'idea di una fiera così specializzata, che poteva sembrare molto "coraggiosa", è stata compresa perfettamente dal mercato, i cui protagonisti non sono solo le aziende produttrici, ma anche le maestranze, che non frequentano le fiere generaliste e che a COLORE 2011, invece, hanno partecipato in massa, da tutta Italia, trovandosi a proprio agio in un ambiente che parlava la loro stessa lingua".

### • LA SPECIALIZZAZIONE DEI VISITATORI IN UN CONTESTO TOTALMENTE COINVOLGENTE E NON DISPERSIVO

**"COLORE offre agli espositori la garanzia che tutti i visitatori siano centrati e coerenti con il prodotto esposto"**, commenta *Federico Picone, Direttore Scientifico di COLORE*. "Le dimensioni "a misura d'uomo", seppur con nomi molto importanti, quindi più contenute rispetto a quelle delle fiere generaliste, garantiscono un livello di coinvolgimento dei visitatori molto più elevato. Il visitatore può entrare in contatto realmente con tutti i prodotti esposti, al contrario delle manifestazioni generaliste, più dispersive, per le quali il fattore dimensionale rappresenta sì un valore, ma anche uno svantaggio, se ci poniamo dal punto di vista dell'espositore che deve mirare con precisione al proprio, specifico, pubblico specializzato".

### • LA VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE ITALIANE NEL CAMPO DELL'APPLICAZIONE

**Spesso in passato tanto bistrattate, le maestranze italiane - l'imbianchino e il decoratore - sono prime nel mondo.** "L'Italia ha una tradizione centenaria nell'abito dell'applicazione, che va preservata", sottolinea *Davide Lenarduzzi, Direttore Generale di Piacenza Expo*. "COLORE è una mostra che mette in luce in modo unico queste eccellenze nel mondo dell'applicazione, cosa che la grande fiera generalista fatica di più a fare, perché dovrebbe farlo per ciascuno dei propri settori merceologici, con conseguente defocalizzazione dal messaggio".

## COLORE 2102 – SPUNTI DI RIFLESSIONE E APPROFONDIMENTO

### IL MERCATO ITALIANO DEL COLORE

**L'Italia può essere considerata come un laboratorio a livello internazionale per le aziende del mondo del colore:** per caratteristiche e tipicità, il mercato italiano del colore è unico al mondo. Chi riesce a essere vincente qui, all'estero ha una marcia in più. Il nostro è un contesto molto complesso, sia dal punto di vista della produzione sia da quello della distribuzione, e non privo di criticità. Sul mercato operano oltre 700 aziende produttrici di ogni dimensione, da quella locale a quella internazionale, che si confrontano con un trade molto più frammentato rispetto a quello estero, in cui piccoli e medi distributori di prossimità sono protagonisti accanto ai grandi centri.

### IL PLUS DEL COLORIFICIO DAL PUNTO DI VISTA DELLA CLIENTELA

**I rivenditori italiani in questo contesto hanno sviluppato una grande specializzazione e una distintiva capacità di aggiungere valore al prodotto tramite la consulenza,** fattori che hanno permesso loro di creare dei veri centri del colore, in grado di intercettare sia l'utente finale sia il professionista e di fare concorrenza alla grande distribuzione organizzata. Proprio questa capacità consulenziale oggi è il tratto distintivo ed essenziale per competere nel mercato, per resistere alla forza dei numeri e alle dinamiche della GDO.

È interessante vedere come la GDO stia sopperendo a ciò, creando delle isole all'interno dei propri centri commerciali con personale dedicato alla consulenza. In realtà, il centro colore è sempre un passo avanti in termini di servizio, di proposizione e di presidio del territorio.

### IL COLORIFICIO SPECIALIZZATO E LA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA DAL PUNTO DI VISTA DEL PRODUTTORE

**Per essere presenti a tutti i livelli della distribuzione, molti produttori hanno cercato di diversificare i marchi, per connotare da un lato i prodotti per la GDO e dall'altro quelli professionali.** In alcuni casi la GDO è riuscita a inserire nei propri scaffali il brand storico principale dell'azienda, ma non senza qualche difficoltà per il produttore, dal punto di vista della gestione della rete. In realtà questo è un falso problema, occorre posizionare nel mercato il valore del proprio prodotto indipendentemente da quale sia il canale distributivo adottato e avere la forza di guadagnarsi il rispetto del canale e una quotazione di alto livello. Ciò significa avere la capacità contrattuale per vendere bene alla GDO, che sicuramente ha bisogno di decorativi di alto livello o di prodotti di cui poter andare orgogliosa.

### IL NODO DA SCIOGLIERE PER L'EVOLUZIONE DEL TRADE

**Tra i fattori che sicuramente hanno condizionato l'evoluzione del sistema distributivo in Italia vi è certamente quello che riguarda i tintometri.** La capacità di evolvere del trade verso un ampliamento di gamma e del proprio livello di specializzazione è stata un po' soffocata dal fatto che i tintometri siano forniti al punto vendita dalle aziende produttrici di colore - quasi sempre, ormai, a condizioni economiche particolarmente agevolate - e siano, conseguentemente, compatibili soltanto con le cartucce colore degli standard propri di quell'azienda, diversi da quelli di tutte le altre. In Paesi come ad esempio la Germania, dove l'acquisto del tintometro è svolto in maniera autonoma dal rivenditore e le cartucce colore sono universali, il trade gode di una libertà di scelta che il rivenditore italiano non ha. Per il rivenditore italiano, imbrigliato nel vantaggio/svantaggio di avere a disposizione la costosa macchina tintometrica a condizioni agevolate, ciò significa rinunciare al cambiamento e correre il rischio di rimanere indietro, con tutte le conseguenze che ne derivano.

## IL PROGRAMMA CONVEGNISTICO

### ***Giovedì 15 marzo***

#### **I COLORI DI EXPO 2015: Workshop sull'esposizione universale di Milano dedicato ad architetti e progettisti**

*ore 10.00 - 18.00 - Sala A*

A cura di Federico Picone e organizzato da Action Group, vede la partecipazione tra i relatori di Mario Bisson, Jorrit Tornquist, Fabio Rotella e lo studio 5+1 AA Alfonso Femia e Gianluca Peluffo, oltre che di svariate aziende produttrici.

#### **SOSTENIBILITÀ E PRODOTTI VERNICIANTI - PARTE 2. LA PAROLA AI PRODUTTORI**

*ore 14.00 - 17.30 - Sala B*

A cura di AITIVA e coordinato da Olga Bottaro e Paolo Cerri, il convegno vede la partecipazione di San Marco, Gruppo Ivas, Gruppo Boero, Caparol, Mapei e ITC CNR

### ***Venerdì 16 marzo***

#### **PRODOTTI VERNICIANTI: SCENARIO 2012 E NUOVE TENDENZE**

*ore 10.30 - 13.00 - Sala A*

A cura di AVISA FEDERCHIMICA, il convegno toccherà temi di stringente attualità per l'industria dei prodotti vernicianti, chiamata a confrontarsi sulle criticità e sulle prospettive del mercato in una stagione di recessione. Il convegno offrirà spunti per trovare vie d'uscita attraverso l'analisi dell'attuale e previsivo scenario macro economico e congiunturale, la verifica delle principali tendenze del mercato delle pitture e vernici, la condivisione di alcune innovazioni tecnologiche nella chimica delle vernici per edilizia e il miglioramento degli standard qualitativi per alcuni prodotti. Il convegno vedrà la partecipazione di Giuseppe Li Bassi di Lamberti SpA sul tema dei trend tecnologici nella chimica delle vernici per edilizia, di Silvia Passeri di Mapei SpA sulla marcatura CE dei rivestimenti da esterno, di Gianni Martinetti, Coordinatore Settore Edilizia del Gruppo Pitture e Vernici, sulle performance e tendenze delle pitture e vernici per edilizia, fino a tracciare gli scenari futuri del settore pitture e vernici, con Vittorio Maglia, Direttore Centrale Analisi Economiche-Internazionalizzazione di Federchimica.

#### **IL COLORE INCONTRA LA FORMA**

*ore 10.30 - 13.00 - Sala B*

A cura del Politecnico di Milano - Polo Territoriale di Piacenza

#### **ARTE SU ASFALTO - VIA DOMENICO FIASSELLA GENOVA: LA PRIMA STRADA AMICA DEI BAMBINI D'ITALIA**

*ore 14.30 - 17.30 - Sala B*

A cura di DOCHEM, prevede come relatori Gerardo Forgione, Mario Bozzo, Franco Cirio, Silvia Rizzo, Marco Bruno Sbarbaro, Simone Lazzaroni, Mauro Maraschin, Silvia Graffigna e Manuela Brondo. Via Domenico Fiasella è la prima Via Amica dei Bambini d'Italia, secondo i dettami del progetto internazionale di UNICEF "Città amiche dei bambini" - Sessione speciale dedicata all'infanzia dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite del 2002. Un progetto virtuoso che ha visto in prima linea il Comitato Provinciale di Genova per l'Unicef, l'artista Silvia Rizzo, che ha donato il progetto della decorazione, i Comitati dei Commercianti locali, gli studenti del Liceo Artistico Klee-Barabino con alcune insegnanti e uno staff di artigiani decoratori, e che ha donato alla città uno spazio ludico-didattico concepito in forma di labirinto del colore, realizzato con il prodotto Colordoc® Plus Pavimenti Antiscivolo di Docchem.

***Sabato 17 marzo***

**FORMAZIONE PROFESSIONALE, PATENTE DI MESTIERE E CERTIFICAZIONE DEI LAVORI NELLE FINITURE EDILI**

ore 9.30 - 13.00 - Sala B

A cura di ANVIDES ITALIA, vedrà la partecipazione di un panel di relatori internazionale, tra cui il Prof. F. Cacopardi, sul tema della formazione professionale in Italia, e dell'Ing. Antonio Bianco, sul tema della Certificazione dei lavori nel nostro Paese, oltre che di Werner Loch, Segretario Generale Bundesverband Farbe Gestaltung Bautenschutz, e di Markus Straube, Board Member UNIEP.

Aggiornamenti e maggiori dettagli sul programma convegnistico saranno disponibili sul sito [www.coloreitalia.it](http://www.coloreitalia.it)