

Macef Primavera ha fatto centro

Bilancio positivo per la rassegna milanese, leader internazionale negli articoli per la tavola, la cucina e il regalo, l'oreficeria, e l'oggettistica di tendenza, e numero uno al mondo nel comparto argenteria



Il consueto appuntamento di febbraio con Macef, mostra organizzata da Fiera Milano in collaborazione con Fiera Milano International, ha registrato un nuovo successo. Gli espositori sono stati ben 3.471, di cui 2.799 italiani e 672 esteri, ed hanno occupato una superficie netta di 138.803 m².

Gli operatori commerciali in visita sono stati 79.307, di cui 62.135 italiani e 17.172 esteri, provenienti da 46 Paesi, a riprova dell'interesse internazionale per Macef. Va segnalata la crescente fidelizzazione dei visitatori, quest'anno i pre-registrati (operatori che avevano partecipato a precedenti edizioni e in possesso della tessera d'ingresso personalizzata) sono saliti a 44.183 da 33.815, con un aumento del 30,7%.

“Macef - ha affermato l'amministratore delegato di Fiera Milano International, Solly Cohen - ha confermato assai bene la sua natura di mostra insostituibile nelle politiche commerciali della distribuzione spiccatamente trade, punto di riferimento al dettaglio e vetrina prestigiosa del miglior made in Italy.

L'incremento dei visitatori (+3%) è un dato particolarmente significativo perché è stato

ottenuto malgrado il blocco del traffico a Milano, decretato per domenica 6 febbraio, la giornata centrale di Macef.”

Le iniziative collaterali

Come di consueto Macef Primavera 2000 ha affiancato al momento espositivo e del business occasioni di aggiornamento professionale per gli operatori e di valorizzazione di specifici comparti. Tra gli altri ricordiamo la mostra-concorso *I Nuovissimi trend*, estesa questa volta al settore Modern & Design e culminata nella selezione e premiazione di nove aziende distinte con prodotti originali e rappresentativi del made in Italy nell'oggettistica e nei complementi d'arredo.

Inoltre Macef Primavera 2000 ha intensificato le iniziative di promozione nei confronti di Milano. La *finestra di Macef* nel cuore di Milano è così raddoppiata. È stato riproposto l'evento *Macef in Centro*, che ha assunto però una veste del tutto nuova: quella di un grande, coloratissimo allestimento ispirato alla mostra, realizzato nell'Ottagono della Galleria Vittorio Emanuele e animato, due volte al giorno, da esibizioni degli allievi del Conservatorio Giuseppe Verdi.

Accanto a Macef in Centro hanno poi esordito *Le Vie di*

Macef. Grazie alla collaborazione del Comune di Milano, dell'Unione del Commercio di Milano e delle Associazioni di Via i negozi delle vie milanesi

dello shopping hanno allestito le loro vetrine ispirandosi a Macef e hanno partecipato a un concorso per la selezione e premiazione della vetrina più bella.

Prossimi appuntamenti: Macef Autunno 2000 (8-11 settembre) e Macef Primavera 2001 (2-5 febbraio).

M.C.P.

Affari e novità a Chibi & Cart e al Salone Internazionale del giocattolo

Sono stati 61.772 i visitatori professionali delle mostre Chibi & Cart e Salone Internazionale del Giocattolo svoltesi in Fiera Milano dal 20 al 30 gennaio insieme con Chibimart inverno, la rassegna specializzata per il canale del cash and carry. Il leggero decremento di affluenza rispetto alla passata edizione (-5,1%) non ha preoccupato gli espositori, che in generale si sono detti soddisfatti del risultato commerciale. È cresciuto, invece, il tasso di fidelizzazione, vale a dire il numero di visitatori in possesso di tessera preregistrata, e la durata media delle visite.

Riguardo alla provenienza dei visitatori, informa Fiera Milano International, che ha organizzato le manifestazioni, si è riscontrato un calo di presenze dalle regioni del nord, soprattutto dal Triveneto, e questa è forse una spia della situazione commercialmente difficile delle regioni trainanti. Le mostre hanno invece riacquisito importanza commerciale per gli operatori delle regioni centro-meridionali, soprattutto Sicilia e Campania.

I visitatori esteri sono calati del 9%, probabilmente a causa delle caratteristiche che va assumendo il mercato italiano, dove le grandi multinazionali non operano più in maniera diretta. Quest'ultimo dato però non va generalizzato, infatti alcuni paesi anche commercialmente rilevanti hanno aumentato il numero dei loro visitatori, segno del vivace andamento dei mercati e del riposizionamento

che le mostre specializzate possono compiere verso il proprio target di riferimento.

Numerosi gli eventi che hanno fatto da cornice a Chibi & Cart, ricordiamo: *Cartoleria on-line*, dove è stato presentato il progetto la *Cartoleria del terzo millennio*; la *Galleria delle Novità*, ovvero uno spazio finalizzato alla presentazione di nuovi prodotti; lo spazio *Open Classroom* e la *Pen Gallery* che hanno permesso apprezzate prove dal vivo.



La vera novità di questa edizione è stata l'apertura al pubblico di *Toy Planet* il sabato e la domenica: l'iniziativa è stata premiata da un'affluenza di pubblico superiore alle attese, con circa 30.500 persone. È stato il trionfo dei giochi elettronici, ma anche i cosiddetti giochi tradizionali hanno trovato un folto pubblico. In questo modo *Toy Planet* ha decretato la nascita, a Milano, di un nuovo evento spettacolare caratterizzato dalla formula di una mostra d'affari che contemporaneamente parla al pubblico, presentando le novità e suscitando aspettative sui temi del gioco e del giocare.

M.C.P.