

## Nasce a Firenze Fibò, fiera specializzata della bomboniera e della cerimonia

Alla Fortezza da Basso, dal 27 al 30 ottobre, intende ridare smalto a un comparto che dà lavoro a 30.000 persone in 21.200 aziende

**S**ono calati matrimoni e nascite, quindi nessuno si stupisce delle difficoltà del settore. Ma il panorama sta cambiando: 272.049 matrimoni nel 1996, 273.111 nel 1997 e 276.570 nel 1998. Per il 2000 sembra che andrà meglio. Pure sul fronte delle nascite i dati Istat evidenziano un incremento di fiocchi rosa e azzurri. I nuovi nati dei mesi gennaio-luglio 1998 sono stati 296.376, mentre quelli dello stesso periodo del 1999 sono stati 298.528.

### Un comparto da 9 mila miliardi di lire

In attesa che la ripresa si affermi, il comparto ha già scontato la crisi con la chiusura del 30% dei punti vendita. Sono cessati soprattutto gli esercizi a minor qualificazione. Chiusura inevitabile, considerati l'eccesso dei punti vendita, l'invasione di scadenti prodotti d'importazione e l'impoverimento di quella creatività manuale che era il vanto dei negozianti.

Gli addetti ai lavori ritengono sia ormai indispensabile impegnarsi per un rilancio dell'immagine della cerimonia nuziale, attorno alla quale ruota un comparto che comunque, considerato nel suo complesso, includendo cioè abiti da sposa, banchetti, fotografie, ecc., in ambito nazionale ha un volume di spesa stimato intorno ai 7000 miliardi di lire annui. Se consideriamo anche gli altri tipi di cerimonia, si arriva sui 9000 miliardi. Sono 21.200 le aziende italiane del settore, compresi produttori, distributori, grossisti e importatori. Di esse 5800 operano nei casalinghi, 5200 nel settore regalo, 3600 nelle bomboniere, 3000 nei vari, 2900 nell'arte tipica e infine 700 nel settore bazar. Gli addetti sono circa 30.000.



Confettificio Pareggi di Sulmona

“Numeri a parte, fra le diverse strategie di riqualificazione che i negozianti possono adottare, una delle più efficaci è quella di diventare consulenti della cerimonia e maestri di bon ton” consiglia Giovanni Mirulla, ideatore di Fibò.

### Fibò 2000

New and now, qualcosa di nuovo adesso, è lo slogan che la Gm&P (Grandi Manifestazioni & Progetti), una divisione dell'Editrice Milo, ha scelto per annunciare la nascita della nuova manifestazione espositiva, la fiera della bomboniera e della cerimonia Fibò, organizzata col supporto della Federbomboniere, la cui prima edizione avrà luogo a Firenze, nella prestigiosa struttura della Fortezza da Basso, dal 27 al 30 ottobre 2000. La scelta della sede, luogo dove l'artigianato e la moda sono di casa, della data, persino dell'orario della rassegna (9,30 - 18,30) è stata determinata dalla necessità di rendere più agevole l'attività degli operatori e di promuovere l'intero comparto. A tale scopo il programma di questa prima edi-

zione è già ricco di iniziative. Saranno organizzati workshop tematici, veri e propri laboratori per un approfondimento tecnico sull'impiego dei vari materiali - vetro, ceramica, argento e così via - e seminari di aggiornamento professionale, su confezionamento, tecniche di vendita, vetrinistica, ecc. Per ogni edizione si svilupperà uno di questi temi. I settori merceologici ammessi sono: bomboniere e regali, articoli per la cerimonia, artigianato, metalli preziosi, nastri-tulli-fazzoletti, moda, fiori artificiali, confetti, partecipazioni, macchine confezionatrici e stampatrici, macchine e componenti per l'assemblaggio e produzione di bomboniere e articoli per la cerimonia.

### Bomboniere e confetti: una questione di cultura

In particolare Fibò sarà il luogo in cui lanciare con ampia risonanza un dibattito culturale sulla tradizione della bomboniera (bomboniera = dono), sul suo ruolo nelle cerimonie del nuovo millennio, sulle sue possibilità di rilancio. Esperti di antropologia e sociologia nonché di



Giovanni Mirulla

costume saranno invitati a partecipare al dibattito. Si annuncia anche un importante incontro fra i produttori nazionali di confetti, nel corso del quale si stilerà la prima bozza d'intesa per la nascita di un consorzio di qualità per la tutela del confetto italiano, un antico e pregiato dolce della tradizione popolare. Mentre all'estero il confetto è consumato come dolcime e si sta diffondendo anche come simbolo nuziale e di festività grazie all'influenza delle comunità italiane, in Italia ancora non è riuscito a conquistare un suo spazio commerciale, come normale prodotto di consumo.

### Fiera tradizionale e fiera virtuale

Fibò sarà al contempo fiera tradizionale e fiera virtuale. Per oltre un mese, dopo la chiusura della manifestazione, continuerà la sua attività virtuale, all'indirizzo: [www.editricemilo.com/fibo](http://www.editricemilo.com/fibo). Ogni azienda che esporrà al Fibò avrà un suo stand virtuale con la possibilità di realizzare un catalogo online. Il successo dell'iniziativa è garantito dall'organizzazione dell'Editrice Milo, diretta da Giovanni Mirulla e impegnata in diverse iniziative editoriali e professionali.

Per ulteriori informazioni: numero verde: 800119966.

M.I.P.

