



Il Macef autunno del settembre scorso si è confermato tra le manifestazioni più rilevanti del calendario milanese e leader internazionale nel settore articoli per casa, regalistica e oggettistica. Le cifre: 2843 espositori tra diretti e rappresentati in 114.202 m²; 72.346 visitatori, il 13% dei quali dall'estero. Ottimo, accanto e in sinergia con Macef, anche il successo di Bijoux, la mostra di bigiotteria e accessori: 136 espositori su oltre 4000 m² netti.

Sulla scia di tale successo, sono in vista importanti trasformazioni: Chibi&Cart confluirà nel Macef dando vita alla più grande e qualificata fiera mondiale del settore. Verrà mantenuto il nome Macef, che ha portato fortuna nei primi 40 anni di vita, ma immagine e logo saranno totalmente rinnovati. Il nuovo salone occuperà l'intero quartiere fieristico, in attesa di disporre dei nuovi e più estesi spazi del polo espositivo in costruzione a Pero.

La manifestazione, così rinnovata, prevederà cinque settori: tavola, cucina e argenteria per casa; complementi d'arredo e tessile; articoli da festività e per decorazione; articoli regalo e da cerimonia; oreficeria e accessori moda. Il nuovo progetto si integrerà coi saloni "Festivity", dedicato alle decorazioni natalizie, e "G come giocare", dedicata a giochi e giocattoli.

Paolo Taverna, direttore generale di divisione di Fiera Milano International e responsabile del progetto, afferma:

Grandi novità per il Macef

La prossima edizione (30 gennaio-2 febbraio 2004) ingloberà Chibi&Cart per ampliare l'offerta e renderla più internazionale



"Il nuovo Macef prosegue il cammino verso la realizzazione di un sistema di grandi manifestazioni complete ed esaustive dedicate al mondo degli oggetti, dei prodotti e degli ornamenti per casa e persona.

Esso fa leva su tre cardini a forte valenza internazionale: in primo luogo il concetto di "grande fiera della casa" intesa sia come insieme e varietà di prodotti sia, soprattutto, come *italian way of life*, quella capacità che porta ciascuno di noi a esprimersi all'interno dei luoghi dove abita; in secondo luogo, il concetto di "stile tipicamente italiano", cioè la nostra capacità di interpretare i prodotti e gli oggetti nel loro ambiente.

Infine, la completezza dell'offerta, per rispondere alle esigenze degli operatori professionali che acquistano, i quali hanno sempre più bisogno di poter effettuare acquisti trasversali su più settori, in Italia e all'estero.

Pertanto anche il design troverà un percorso evidente e riconoscibile nell'ambito del nuovo Macef, perché grazie al suo ruolo attrattivo esso è un importante mezzo di promozione internazionale."

Il nuovo evento risponde anche a criteri di maggiore funzionalità, che saranno apprezzati sia dagli espositori sia dai visitatori.

In alcune aree gli espositori partecipavano sia al Chibi&Cart sia, pochi giorni dopo, al Macef; perché i visitatori d'affari che incontravano ai due eventi non erano, se non in parte, gli stessi. Col futuro Macef questi espositori non dovranno più partecipare a due diverse fiere nel giro di poco tempo, perché ci sarà un unico momento di incontro.

Anche i visitatori godranno di un'offerta molto più vasta, senza contare il risparmio dell'operatore professionale, cui basterà un unico viaggio a Milano per completare il proprio giro d'affari.

Agevolazioni per i commercianti del centro-sud

Per quanto riguarda gli operatori italiani, Macef ha deciso di agevolare i commercianti del centro-sud. Gli aderenti alla Confcommercio di Roma, Napoli, Bari, Reggio Calabria, Palermo, Cagliari e Nuoro e quelli della Confesercenti di Catania potranno arrivare a Milano con un pacchetto volo + albergo a tariffe di favore. Sul costo, già di norma ridotto, del pacchetto viag-

gio che un'agenzia specializzata ha confezionato appositamente per il Macef, Fiera Milano International interviene con un finanziamento diretto, per rendere conveniente la visita al salone. I voli sono di linea, gli alberghi sono tre e quattro stelle in zona Fiera. In questo modo il Macef si avvicina all'intero mondo distributivo italiano. Fiera Milano ha anche avviato un progetto di formazione per i commercianti centro-meridionali, sempre in collaborazione con Confcommercio.

Seminari e incontri per la conoscenza del mercato

I commercianti interessati potranno partecipare gratuitamente a seminari e incontri finalizzati alla conoscenza del mercato, all'andamento del loro settore di attività, all'evoluzione dei consumi: basterà rivolgersi a una delle sedi citate di Confcommercio e chiedere del "progetto Macef". Questa strategia parte dal presupposto che commercianti esperti e consapevoli possano fare più affari, e dunque essere anche visitatori del Macef più attenti e interessati.

Internazionalizzazione

Un altro fattore chiave di svolta è l'internazionalizzazione: un Macef di questo tipo sarà infatti molto più interessante anche per i buyer esteri.

"Nell'evoluzione che attraversa il circuito distributivo internazionale dei beni di consumo non alimentari - prosegue Taverna - tutti vendono tutto. Perciò, il completamento della gamma dell'aggregato Macef/ Chibi&Cart è una risorsa strategica, e chi ne trae maggior vantaggio sono i grandi compratori. Ma non ci fermiamo a questa considerazione: intorno al rapporto tra Macef e grandi buyer internazionali costruiremo un vero progetto di marketing, caratterizzato dalla cura dei buyer: ciò renderà Macef un appuntamento obbligato per i grandi clienti."

A.B.

