

MARCA 2020: IL PAGELLONE

di Angelo Frigerio, Federico Robbe, Eleonora Cazzaniga e Eleonora Davi

I BUYER

voto **8**

Tanti, veramente tanti. Inutile girarci intorno: Marca è diventata la fiera di riferimento sia per l'industria sia per il trade. La collocazione temporale (inizio anno) e la durata (due giorni) la posizionano ormai come una fiera generalista dove la private label è solo un pretesto. Numerose anche le aziende senza stand che hanno potuto incontrare i loro buyer di riferimento in giro per la fiera.

IL NON FOOD

voto **7**

Era un esperimento. Sembra riuscito. Inserire in un unico padiglione (il 36) tutto il non food poteva essere un azzardo ma pare abbia funzionato. La stragrande maggioranza delle aziende presenti proponeva prodotti di home care (detergenza e altro) ma anche di personal care (profumi, prodotti per l'igiene, parafarmacia). Forse una maggior segnalazione del padiglione non avrebbe guastato.

STAND GRUPPO VOLPI

voto **8**



Lo stand del Gruppo Volpi, ancora una volta, non passa inosservato e coglie nel segno. Uno spazio pronto ad accogliere fornitori e buyer, delimitato da 'colonne' realizzate con migliaia di vaschette bianche compostabili infilate una sull'altra, fin quasi a raggiungere i fari che illuminano i padiglioni della fiera. Ma sono colonne 'leggere' e rassicuranti. Che non incutono certo timore. Leggerezza, naturalità ed elevato livello di servizio sono, d'altra parte, le parole chiave del gruppo che comprende Volpi, Golden Food, All Food, Quinta Stagione e Perimetro.

MISS MARCA

voto **10**



Si chiama Linda e ha lavorato presso lo stand Parmareggio/Gsi. Un'attenta giuria di esperti della materia l'ha nominata Miss Marca 2020. Oltre al physique du rôle Linda ha conquistato buyer e operatori del settore per la sua simpatia. Qui la vediamo con Maurizio Moscatelli, direttore commerciale del Gruppo Bonterre (Parmareggio e Gsi).

SANA UP

RIMANDATO
A SETTEMBRE

Prima edizione di Sana Up, il salone dedicato al mondo del biologico e del naturale. Un trampolino di lancio per il 'padiglione satellite' che, però, ha avuto non poche lacune. Non proprio immediato da raggiungere e non esattamente preso d'assalto dai visitatori. La sensazione è stata quella di uno spazio 'dimenticato'. Un vero peccato perché Sana Up era l'occasione perfetta per facilitare il contatto fra produttori e rappresentanti delle grandi insegne della distribuzione moderna e degli altri canali di vendita. Lanciando anche la 'sorella maggiore' Sana, in scena dal 10 al 13 settembre, sempre a Bologna. La prima edizione, dunque, non è stata esattamente un successo. Ma si può sempre rimediare.

GIAMPIERO VIVALDA

voto **9**

E' lui, con la sua brigata, che ha gestito l'accoglienza allo stand Inalpi. Giampiero Vivalda è lo chef stellato che gestisce il ristorante Antica Corona Reale di Cervere, in provincia di Cuneo. A Marca ha presentato un menu di tutto rispetto fra cui eccellevano i ravioli con la sua fonduta (mitica) e i tajarin. Un tocco di classe apprezzato da buyer e operatori del settore. Un sincero grazie agli Invernizzi Brothers che lo ospitano.

IL SENTIMENT

voto **S.V.**

Come sarà il 2020? Difficile dirlo. Il sentiment delle aziende non è positivo. Pesano la Brexit, i dazi, il costo della materia prima. Tutti fattori che concorrono a destabilizzare i mercati. In molti hanno fatto emergere la paura che i consumi, anche a fronte di una crisi strisciante, possano fermarsi. Anche la politica gioca un ruolo importante. La stabilità del governo rappresenta un fattore imprescindibile per il buon andamento dell'economia.

I BAGNI

voto **4**

In un evento di simile portata aspetti chiave come i servizi igienici dovrebbero essere correttamente segnalati. E invece no. All'interno del padiglione non c'erano indicazioni per i bagni, ma bisognava fare affidamento sui più 'esperti della zona' per trovarne uno. In più, giunti davanti alla porta, i simboli di uomo e donna erano vicini, confondendo chi necessitava dei servizi. Diversi gli errori nell'utilizzo, soprattutto nel padiglione 29.

**Il reportage completo
verrà pubblicato
sul numero di
Formaggi&Consumi
in uscita il 15 febbraio**