



Eventi IN RIPRESA

di Sabrina Nunziata

*SETTEMBRE E OTTOBRE
SEGNANO LA RIPARTENZA
DEGLI EVENTI
FOOD & BEVERAGE
IN FORMATO FISICO,
CARATTERIZZATI DALLA
VOGLIA DI TORNARE
A INCONTRARSI DI PERSONA,
SENZA DIMENTICARE
QUANTO IMPARATO
LO SCORSO ANNO. ED ECCO,
QUINDI, UN PROLIFERARE
DI DIGITALE, LAVORO
DI SQUADRA
ED EDIZIONI SPECIALI.*

Settembre non è solo il mese del ritorno tra i banchi di scuola, ma anche di ripresa dei principali eventi del mondo del food & beverage. Un ritorno che, dopo un 2020 di rinvii a causa della pandemia, sarà, nella speranza che non ci siano ulteriori colpi di scena, in presenza. Si parte con Cibus a Parma dal 31 agosto al 3 settembre, per poi proseguire con una molteplicità di manifestazioni la cui organizzazione, nella maggior parte dei casi, fa 'tesoro' di quanto imparato lo scorso anno. Gli eventi infatti sono caratterizzati da una forte componente digitale, che estende e migliora la fruizione del momento del fisico, e sfruttano la forza della coalizione tra settori, diversi ma collegati tra loro, per ottimizzare tempo ed energie.

L'UNIONE FA LA FORZA

Sana torna in scena facendo squadra. Il salone internazionale del biologico e del naturale si terrà a Bologna dal 9 al 12 settembre 2021, in concomitanza, per la prima volta in assoluto, con **OnBeauty by Cosmoprof**, rassegna del

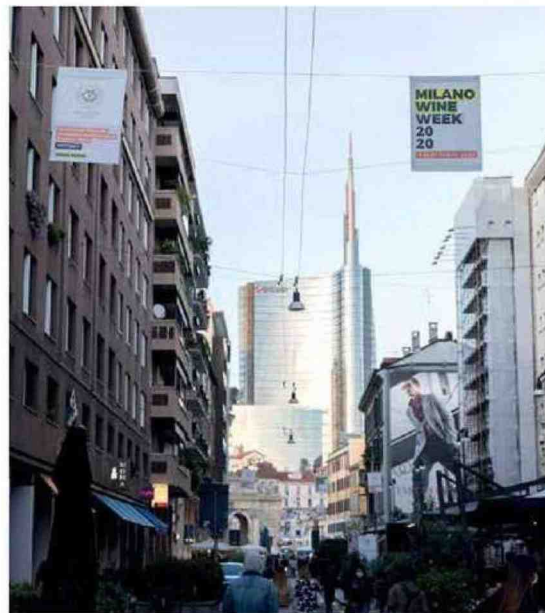


FIERE

mondo della cosmetica che proporrà un primo momento di rilancio delle attività in attesa della prossima edizione di **Cosmoprof Worldwide Bologna**, e **Cosmofarma**, evento per l'health care, il beauty care e i servizi del mondo farmacia. Un tris di ritorni che permette così di "capitalizzare i punti di convergenza tra le filiere delle rispettive aree di pertinenza", come spiegato dalla manifestazione, in modo da "ampliare ulteriormente la platea del pubblico di riferimento e ad accrescere le opportunità di business e networking per aziende e professionisti di filiere tra loro interconnesse". Allo stesso modo, anche **Tuttofood** (prevista inizialmente a maggio) e **Host** si svolgeranno straordinariamente in concomitanza (22-26 ottobre), sotto lo stesso tetto di Fieramilano. Una sinergia che unisce food e ospitalità professionale e che si realizza nell'ottica di una "filiera totale", come spiegano **Luca Palermo** e **Simona Greco**, rispettivamente AD e DG, e global exhibitions director di **Fiera Milano**. La prossima edizione, raccontano, sarà poi caratterizzata da una forte attenzione al digitale, grazie a una piattaforma cui si accede dal sito di Fiera Milano e che consentirà di allargare, per un paio di mesi prima e dopo la mostra, il momento fieristico, navigando e dialogando tra buyer ed espositori.

SPECIAL EDITION

Ottobre è anche il mese scelto da alcune manifestazioni che, di regola, si svolgerebbero in altri momenti dell'anno. Oltre a Tuttofood, si conta l'edizione straordinaria di **Vinitaly** (17-19 ottobre), la cui idea "nasce nei primi mesi di quest'anno, in un contesto ancora molto fluido che rendeva impossibile realizzare il 54° **Vinitaly** (ndr. ora in programma dal 10 al 13 aprile 2022)", spiega a *Pambianco Wine&Food* **Giovanni Mantovani**, DG di Veronafiere. **Vinitaly special edition** è pertanto "il risultato di una pianificazione condivisa con le associazioni e le istituzioni preposte anche alla promozione internazionale". La manifestazione, come spiegato, avrà un format smart, a partire dal layout, di servizio e "a tutto business". Con Icc-Agenzia, infatti, "stiamo già lavorando al piano di incoming professionale". Inoltre "abbiamo avviato numerose partnership, soprattutto nel settore horeca e dei pubblici esercizi, per sostenere il rilancio



Dall'alto, un'immagine di Tuttofood e uno scorcio di Milano durante la Milano Wine Week

In apertura, un momento di Vinitaly



FIERE

della domanda interna in un comparto tra i più colpiti dalle chiusure e dal conseguente crollo dei consumi interni". Tra le novità sul fronte dei contenuti, l'ingresso della mixology e la nascita del buyer club: un servizio per operatori qualificati che prevede una serie di agevolazioni. Anche **Packaging Première** si presenta a ottobre nella versione 'Pac Edition', un evento dedicato a una ristretta rosa di espositori (massimo 35 al giorno), tra cui quelli di fine food e wine & spirits previsti il 5 ottobre, e accessibile ai visitatori solo su invito. "C'è una grande voglia di vedersi di persona e da qui l'idea di fare un evento più piccolo che infatti è andato tutto esaurito in un attimo", come spiegato dal founder e director **Pier Paolo Ponchia**.

TOCCO DIGITAL

Fil rouge del ritorno in presenza è anche il digitale, diventato imprescindibile soprattutto dall'anno scorso. "Innovazione, digitalizzazione e big data sono le principali skill che abbiamo accelerato e potenziato per rispondere alle nuove esigenze delle filiere del made in Italy, rappresentate da Veronafiere", spiega Mantovani. "Vinitaly si presenterà già dall'edizione di ottobre portando in dotazione al settore una piattaforma business in 10 lingue". È Vinitaly Plus, il portale sempre

attivo per consultare schede tecniche dei vini, aziende, eventi, e chattare direttamente con i produttori. Inoltre, l'app della piattaforma sarà indispensabile per la scansione del ticket di ingresso, oltre che per scambiarsi informazioni in modalità contactless: dalle business card alla visualizzazione della scheda tecnica dei vini esposti. Allo stesso modo, per far vivere Packaging Première 365 giorni l'anno, è stato studiato Pack Match, un format specifico attraverso cui, dopo una prima presentazione delle proposte, il committente potrà scegliere il fornitore più in linea con le proprie necessità e richiedere un incontro su una piattaforma digitale dedicata. Anche la **Milano Wine Week** (dal 2-10 ottobre 2021) si svolgerà, così come l'edizione dello scorso anno, in formato phygital grazie anche all'introduzione di due nuove app sviluppate in collaborazione con l'azienda di digital innovation **Softec**. Nello specifico, è prevista un'app b2c dedicata alle funzionalità di "phygital engagement", così da coinvolgere i visitatori che parteciperanno fisicamente all'evento in una sorta di esperienza ludica; e l'app b2b, per facilitare gli incontri dell'evento Wine Business City, il nuovo evento business che riunisce le cantine e gli operatori della ristorazione, della somministrazione, del dettaglio qualificato e della stampa di settore.



La nuova app b2c di Milano Wine Week e un'immagine da Sana

