



La ripartenza di BolognaFiere: il pagellone

La combo settembrina, composta da OnBeauty, Sana e Cosmofarma, è stata una piacevole sorpresa. Con qualche aspetto su cui lavorare e migliorare. Di Irene Galimberti

I dati ufficiali parlano di quasi 50mila presenze. La piattaforma 'multikermesse' composta da OnBeauty by **Cosmoprof**, Sana e Cosmofarma sembra aver funzionato. Dal 9 al 13 settembre ha riunito, nei padiglioni di BolognaFiere, 1.150 brand (non si parla di aziende). Con l'intento di dare una spinta alla ripartenza dopo la pandemia.

“È un sentimento di soddisfazione quello che resta al termine di questo atteso appuntamento in presenza”, sottolinea Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia. Che a Bologna ha lanciato in anteprima la Milano Beauty Week (leggi qui). “La versione necessariamente ridimensionata in termini di numero di espositori e di visitatori della manifestazione non ha impedito alle imprese di registrare un'ottima frequentazione di operatori qualificati e concrete occasioni di business”.

Fin qui le dichiarazioni ufficiali. Ma gli espositori sono davvero contenti? Sia durante la manifestazione, sia in questi giorni post fiera, abbiamo chiesto alle aziende se sono state davvero soddisfatte. La risposta è sì (con qualche piccola eccezione). Vediamo i voti nel dettaglio.

BUYER ITALIANI voto 7

La presenza italiana di operatori professionali era, chiaramente, predominante. Con una proporzione media di 85 a 15. La sinergia tra le manifestazioni, sebbene con dimensioni ridotte rispetto al passato, ha funzionato. Con le aziende contente di aver trovato contatti motivati e seriamente interessati a trovare novità e creare collaborazioni. E la possibilità, nuova, di entrare in contatto con nuovi canali distributivi. Non sono poche le aziende che nel padiglione 25 di Sana hanno incontrato operatori del farmaceutico e viceversa quelli di Cosmofarma che hanno parlato con retailer.

BUYER ESTERI voto 6,5

Pochi ma buoni. Se è vero che l'incidenza estera degli operatori è stata inferiore, è anche vero che molte aziende non si aspettavano nulla, causa Covid. E invece sono stati piacevolmente stupiti di accogliere distributori, e-commerce e retailer da diversi paesi. Le aziende ci hanno riferito la presenza di operatori da Polonia, Lituania, Svezia, Norvegia, Danimarca, Repubblica Ceca, Slovenia, Germania, Austria, Svizzera, Olanda, Irlanda, Russia, Ucraina, Grecia, Spagna, Portogallo, ma anche da Canada, Pakistan e paesi del medio oriente.

LOGISTICA E SICUREZZA voto 7

Il primo giorno, all'ingresso, si è creata una lunga coda. Noi siamo stati bloccati per almeno un'ora prima di riuscire a entrare. Meglio i giorni successivi. E bene i controlli del Green Pass prima di accedere al quartiere fieristico. Le normative anti Covid sono state rispettate. Con gel igienizzanti ben distribuiti e l'obbligo delle mascherine.

PADIGLIONI E STAND voto 5

D'accordo, la pandemia. Alcuni padiglioni, come il nuovo 37 e il 26, erano letteralmente mezzi vuoti. Ma davvero non c'era modo di distribuire diversamente le aziende ed evitare quel senso di desolazione che lascia un po' di amaro in bocca? Ci è stato segnalato che diversi stand, il primo giorno, erano sprovvisti di coordinate, ma non era poi così difficile orientarsi. Altra nota negativa arriva da chi aveva scelto stand



preallestiti. Da più parti sono arrivate lamentele su sedie, tavoli, mensole sporche, se non rotte e inutilizzabili. Per riuscire a ottenere assistenza bisognava staccarsi dallo stand e recarsi al centro servizi. Nessun referente. Solo uno sportello dove lamentarsi. Ma senza poi risolvere il problema.

SANA DIGITAL SESSION voto 5

L'iniziativa – pensata per annullare le distanze geografiche – ha consentito, dal 1° all'8 settembre, di aumentare le possibilità di dialogo tra espositori e buyer internazionali del canale specializzato e della Gdo. I dati ufficiali dichiaravano la partecipazione di oltre 60 player internazionali per migliaia di incontri fissati. Alcuni operatori, però hanno lamentato una connessione instabile, ma, soprattutto, la defezione di qualche buyer proprio al momento dell'appuntamento.

INCONTRI E CONVEGNI voto 9

Un ricchissimo calendario di approfondimenti e interventi di alto livello, curati dalle rispettive organizzazioni e associazioni di categoria, ha accompagnato l'evento. Con la possibilità di arricchire conoscenze e competenze in ogni settore.

I NOSTRI BIO AWARDS (SV)

Sono stati per noi, come per i partecipanti, una vera festa. Abbiamo consegnato 24 targhe ad altrettante aziende, premiate dagli operatori del retail (leggi qui). E non sono mancati momenti costruttivi, come l'intervento di Piero Prenna, che ha raccontato ai presenti la realtà di San Patrignano.

GIUDIZIO COMPLESSIVO voto 7

Escludendo l'area food, che non ci compete in questa sede, la combo settembrina di BolognaFiere è stata una piacevole sorpresa. Andata ben oltre le timide aspettative. I visitatori presenti non erano certo perditempo, ma hanno mostrato reale interesse di business. E le aziende, a parte qualche eccezione, hanno tutte dichiarato di essere soddisfatte. La manifestazione 'tre-in-uno' è stata un'ottima occasione per ritornare a incontrarsi, per ribadire la voglia di ripartenza manifestata dal settore e per accompagnare dolcemente imprese e visitatori al prossimo appuntamento di marzo, con la 53esima edizione di **Cosmoprof** Worldwide Bologna.

