

Macfrut, il bilancio degli espositori: “Obiettivo centrato”

9 Settembre 2021



Autore [Emanuela Stifano](#)

Nonostante l'assenza dei visitatori esteri, affluenza maggiore rispetto alle aspettative e incontri di qualità

Si sono appena spenti i riflettori sull'edizione 2021 di Macfrut e, lato espositori, il bilancio è nel complesso positivo. “E' stata una fiera partecipata – sintetizza per tutti **Rita Biserni**, al timone delle attività di marketing internazionale di Alegra – E, direi, anche allegra”.

Affluenza maggiore alle aspettative

“Per motivi contingenti è mancato l'estero – riferisce **Cristina Bambini**, responsabile marketing e Gdo office manager di Dole – Ma l'affluenza è stata senza dubbio **maggiore rispetto alle aspettative**. Abbiamo aderito a Macfrut per dare un segnale tangibile di ripartenza. A nostro avviso, dopo aver parlato per un anno del desiderio di incontrarsi in presenza, era doveroso esserci”.

D'accordo **Mirco Zanelli**, direttore commerciale di Apofruit: “La fiera di Rimini è stata l'occasione per ripartire davvero, per riallacciare i rapporti con clienti e produttori – spiega – E' stato un evento molto italiano, sono mancati i visitatori europei. Ma ne eravamo consapevoli, non è stata una sorpresa” .

Conferma il successo anche **Massimiliano Ceccarini**, general manager di Sipo: “Non ci aspettavamo così tanta affluenza. Abbiamo avuto lo stand sempre pieno per tre giorni, tanto da non poter visitare i padiglioni. Dal nostro punto di vista è andata **molto bene**”.

“Macfrut ha centrato il suo obiettivo, ossia segnare la ripartenza, *ridare il la* agli eventi – puntualizza Biserni – Nonostante la percentuale minima di stranieri, le presenze ci sono state. Ci aspettavamo meno visitatori”.

Nei padiglioni business di qualità



“Chi è venuto in fiera – argomenta Bambini – lo ha fatto perché davvero convinto e motivato. Abbiamo avuto incontri di qualità, **torniamo a casa soddisfatti** anche per aver potuto lanciare la nostra nuova campagna di comunicazione qui in fiera. Ci abbiamo lavorato un anno nella speranza di poterla presentare in presenza, esserci riusciti ci fa davvero piacere”. “Abbiamo avuto incontri molto interessanti con potenziali clienti della Gdo italiana ed estera – sottolinea Ceccarini – E non sono mancati anche i produttori. Abbiamo avuto appuntamenti di qualità”.

“Per cogliere le esigenze dei clienti occorre **vedersi dal vivo** – prosegue Zanelli – In questo anno e mezzo abbiamo imparato che molto si può fare da remoto stando dietro a un pc, ma **il valore dell’incontro non ha eguali**”.

Nel 2022 si torna a maggio

L’appuntamento è dunque per la prossima edizione di Macfrut, che nel 2022 si ricolloca a maggio, dal 2 al 6, sempre a Rimini: “E’ la scelta più sensata – conclude Biserni – E’ corretto ristabilire il calendario fieristico di sempre: tra venti giorni si parte per Madrid, due fiere così vicine sono complesse da gestire”.