



d'affari... e, soprattutto l'incisiva presenza di buyer e category manager della Grande Distribuzione. Sono i principali motivi di successo di MarcabYBolognaFiere 2011, organizzata dall'ente emiliano al servizio di un'area di business, la private label, in continua espansione ed evoluzione. Il prossimo appuntamento, stabilito per il 18 e 19 gennaio 2012, sarà dedicato alle sinergie fra produttori e distributori.

PCD: IL CLUB SI ALLARGA La mostra-convegno PCD di Oriex, che si è svolta l'8 e 9 febbraio a Parigi, assomiglia sempre più al club dei "bravi". Da un lato, infatti, mette in campo una selezione limitata di espositori (peraltro saliti a 80, in robusta crescita rispetto ai 60 del 2010) e visitatori (1.400 da 40 paesi diversi, contro i 1.200 della scorsa edizione), formando una sorta di club, appunto. Dall'altro, gioca sulla qualità, coinvolgendo la crème del comparto, che torna anno dopo anno, con fedeltà d'altri tempi. Motivo dichiarato: il posizionamento di questa fiera-convegno compatta e a misura d'uomo, sull'innovazione tecnologica ma anche culturale, sociologica e legislativa.

Da quest'anno PCD è anche più interattivo, grazie al workshop che ha coinvolto noti produttori e utilizzatori di packaging in un proficuo scambio di visioni ed esperienze sul confezionamento di prodotti senza conservanti, i nuovi servizi e funzionalità del packaging al servizio del consumatore, i "campioni" (échantillon) di domani, l'innovazione per lo sviluppo... Infine, un PCD Award sempre meno rituale e più di sostanza, ha premiato le ultime realizzazioni per i bei marchi della profumeria, trattamento e maquillage.



PCD: THE CLUB GROWS The show-conference Oriex PCD, which was held on 8th and 9th February in Paris, bears evermore resemblance to a select club. On the one hand the event fields a limited selection of exhibitors (what is more now up to 80, in a strong increase compared to 60 of 2010) and visitors (1,400 from 40 different countries, compared to the 1,200 of last year), on the other hand playing on quality, involving the cream of the segment, that return year after year, showing a loyalty uncommon for these times. The declared reason: the positioning of this compact, human scale show-conference, covering technological innovation but also cultural, sociological and legislative changes. As of this year PCD is also more interactive, thanks to the workshop that involves famous packaging producers and users in a fruitful exchange of views and experiences on the packaging of products without preservatives, new services and features of the packaging to serve the consumer, the "samples" (échantillon) of tomorrow, and innovation for longterm development... Lastly, a PCD Award that is ever less ritual while showing ever greater substance, featuring the latest creations for the top perfume, make-up and beauty treatment brands.

JUST OUT IN THE BOOKSTORES The publisher Franco Angeli inaugurates the Design series under the comunicazione/Saggi heading with "La qualità del packaging" by Erik Ciravegna (Research professor at the Indaco Department of the Milan Polytechnic and lecturer on the Design Faculty degree course in Communication Design). The series has been created to allow the density of tissue that characterizes this project area to emerge, while giving visibility to the reflections that nurture and define the