

## IL PROGETTO 'DELIZIANDO' DI UNIONCAMERE EMILIA-ROMAGNA



Presente a Thaifex anche Unioncamere Emilia-Romagna con il progetto 'Deliziando'. "Si tratta di un'iniziativa concertata con la Regione", spiega Paola Frabetti, responsabile internazionale e agroalimentare di Unioncamere Emilia-Romagna. "Il suo compito è promuovere e valorizzare i prodotti a qualità regolamentata Emilia-Romagna. La promozione avviene a due livelli. La Regione con i suoi partner (Consorzi ed Enoteca) effettua una promozione atta a far conoscere le caratteristiche dei prodotti e il loro utilizzo. Unioncamere Emilia-Romagna, attraverso le camere di commercio, promuove l'inserimento delle imprese nel paniere 'Deliziando' per partecipare alle iniziative previste. E' una logica B2B". Il progetto individua i mercati di riferimento attraverso una promozione di medio e lungo termine, in un arco temporale compreso fra i tre e i cinque anni. "Uno degli strumenti operativi privilegiati è senza dubbio la partecipazione alle fiere mediante le apposite collettive", prosegue Paola Frabetti. "Ad esempio, parteciperemo al prossimo Sial Brasile per la seconda volta 25 e il 28 giugno con 12 imprese, oltre al Consorzio Parmigiano, l'Enoteca Emilia-Romagna e a Fiere Parma. Siamo presenti a Cibus e a Vinitaly, dove abbiamo svolto una mirata attività di incoming coinvolgendo 40 operatori esteri da 16 paesi, realizzando ben 203 workshop in una giornata e oltre 370 incontri con operatori". A questo si affiancano missioni economiche mirate e altre formule che prevedono dimostrazioni guidate. Come incoming si selezionano operatori dai paesi del progetto in occasione delle principali manifestazioni nazionali e regionali. 'Deliziando' garantisce un supporto con un'azione di comunicazione sia in Italia sia all'estero, anche con il coinvolgimento delle scuole alberghiere a corollario.



## VINCENZO CALÌ, ICE: "ITALIA IN GRANDE SPOLVERO"

"Thaifex 2013 sancisce di fatto la prima partecipazione in grande stile dell'Italia alla manifestazione", evidenzia Vincenzo Calì, trade commissioner di Ice Thailandia. "La nostra partecipazione è rilevante, qualificata e significativa in termini numerici. Un segnale importante che dimostra la voglia di internazionalizzazione che coinvolge l'agroalimentare italiano. In Thailandia, paese che conta una popolazione di 67 milioni di abitanti e che nel 2012 ha registrato 22 milioni di turisti, la distribuzione moderna è molto sviluppata e polarizzata intorno a Bangkok e alle altre grandi città. È dunque un mercato che schiude interessanti opportunità di business".

## GIOVANNI BERTOLINI, INALCA: "SIAMO IL TRAMITE FRA IL FOOD ITALIANO E GLI IMPORTATORI"

Presente per la prima volta a Thaifex, Inalca sta consolidando il proprio presidio nell'Estremo Oriente: "Abbiamo aperto un ufficio a Hong Kong, una società a Shanghai e siamo presenti anche in Giappone con altre aziende del Gruppo", spiega Giovanni Bertolini, export manager. Il consolidamento nei mercati internazionali avviene anche attraverso un'iniziativa in particolare: "Da un'idea del Cavalier Luigi Cremonini è nata Inalca Food&Beverage, una controllata Inalca, che si propone come una rete distributiva per i prodotti italiani all'estero". Un progetto che si basa su alcuni punti di forza: "Collaboriamo con 2.600 fornitori, vantiamo un grande potere d'acquisto e una duttilità a livello burocratico, indispensabile per operare nei diversi mercati. L'obiettivo è quello di porsi come tramite tra food italiano e importatori internazionali. Abbiamo sviluppato anche un nostro brand 'Gourmé', con cui offriamo salumi, vino, pasta, mozzarella di bufala e molti altri prodotti".

## DOMENICO BRISIGOTTI, COOP: "COMPRENDERE I MERCATI ESTERI"

"Oggi la distribuzione moderna italiana deve guardare oltre", commenta Domenico Brisigotti (nella foto), responsabile della linea Fior Fiore di Coop, incontrato fra gli stand di Thaifex. "Siamo qui per 'annusare il mercato', comprendere le dinamiche di questo e altri paesi esteri". Appare chiaro, dunque, l'interesse della catena di espandere la propria area di business oltre confine. Ma a quando il varo del progetto? "Non si può più improvvisare o pensare a soluzioni estemporanee. Il progetto dev'essere serio e studiato nei minimi dettagli. Difficile dunque parlare di tempistiche. Credo però di poter dire, ragionevolmente, che lo sbarco di Coop all'estero possa avvenire nel 2014. Data però tutta da verificare".



## GIANLUCA BANDINI, GOLFERA: "GRANDI OPPORTUNITÀ PER I SALUMI DI ALTA QUALITÀ"



"Nell'area del far East abbiamo già partecipato ad alcune manifestazioni fieristiche, com'è avvenuto si recente all'Hofex di Hong Kong, dedicata all'Horeca, a cui eravamo presenti con il nostro importatore", spiega Gianluca Bandini, export department di Golfer. "Con questa presenza a Thaifex il nostro obiettivo è iniziare a toccare con mano e in modo più deciso un mercato come quello della Thailandia e dell'Asia più in generale, poiché riteniamo che offra grandi opportunità ai salumi di alta qualità. Infatti, abbiamo già registrato contatti interessanti. Credo sia fondamentale, per iniziare a lavorare bene e con continuità, fare assaggiare i nostri prodotti. Sappiamo che non si tratta di una sfida facile, ma ci auguriamo che, anche grazie a Thaifex, si schiudano importanti prospettive".

# LA GRANDE DISTRIBUZIONE A BANGKOK

## SECONDA TAPPA DEL TOUR INTERNAZIONALE "CIBUS MARKET CHECK"

Cibus ha portato i manager di circa 20 industrie alimentari italiane a Bangkok per studiare come il prodotto italiano è presentato nei supermercati thailandesi e per incontrare i buyer della grande distribuzione locale.

Gli export manager di imprese come La Molisana, Coppini Arte Olearia, Noberasco, Consorzio Casalasco del Pomodoro, Coppola Foods, Casale Spa, Steriltom, Polenghi, Saviola, Caravella Fine Foods, Consorzio di tutela della mozzarella di bufala campana, Coop Italia hanno visitato i supermercati Marko, Tesco Lotus, The Mall Group, Cengra Food Retail e Big C, dove hanno potuto incontrare i buyer delle rispettive catene distributive e prendere accordi per nuovi investimenti.

L'iniziativa, che ha avuto luogo a Bangkok nei giorni scorsi fa parte di una delle diverse iniziative preparatorie di "Cibus 2014" e rappresenta la seconda tappa del tour internazionale "Cibus Market Check", organizzato da Fiere di Parma e Federalimentare/Confindustria, con la collaborazione della Regione Emilia Romagna. Obiettivo della tappa thailandese era quello di approfondire la conoscenza del mercato locale, i trend attuali e prospettici di consumo per poter tradurre questi spunti in opportunità di business concreti. Le aziende italiane presenti hanno giudicato utile e positiva l'esperienza.

"Abbiamo apprezzato molto la concretezza riscontrata negli incontri con i buyer - ha commentato Davide Pizza,

Direttore Commerciale di Saviola Spa - e l'utilità di poter vedere in diretta i punti di vendita più rappresentativi del posto, che poi sono le esigenze primarie, concentrate in pochi giorni, di chi si rivolge ai mercati esteri". Soddisfazione anche da parte di Jeremy Maulet, Export Area Manager di Polenghi Group: "È stato importante per la nostra azienda scoprire il mercato thailandese, le sue abitudini e meccanismi. Direi che quest'esperienza è strutturata per le aziende che hanno poco tempo a disposizione e che desiderano scoprire o approfondire un determinato mercato, con l'aiuto di contatti o interlocutori di alto livello". Sull'efficacia della formula ideata da Fiere di Parma si è espressa anche Rita Liberti, Responsabile Marketing del Consorzio Tutela

Mozzarella di Bufala Campana DOP: "Per noi del Consorzio è stata un'esperienza interessante che ci consentirà di segnalare ai nostri soci le opportunità del mercato thailandese. Il programma di "Cibus Market Check", nella sua integralità rimarca sempre di più la mission della fiera dell'alimentare "Cibus" che è quella di favorire gli scambi commerciali dell'industria alimentare italiana e di avere rapporti costanti con tutti gli stake holders della business community internazionale a partire dai retailer, attori fondamentali per aumentare l'export delle imprese italiane". La prima tappa del Cibus Market Check si era svolta in febbraio a Mosca. Le prossime tappe del 2013 sono: San Paolo do Brazil in giugno, New York in luglio, e Shanghai in novembre.