Cibus 2014: la strategia per conquistare i mercati esteri, le novità in fiera

Data: 12 novembre 2013 | Autore: Elisa Signoretti



PARMA, 11 DIEMBRE 2013- Un prodotto alimentare italiano su cinque viene venduto all'estero, quasi il 40% delle imprese alimentari è già impegnato sui mercati internazionali. L'export alimentare nel 2013 fa registrare un giro d'affari di 27 miliardi di euro, con un incremento del +6,5% sull'anno precedente. Il prodotto italiano viene esportato ovunque: 62,5% in Europa, 10,6% negli Usa, 1,8% in America Latina, 1,5% in Australia, 1,7% in Medio Oriente, 5,3% in Asia, 0,7% nel Sud Est Asiatico (dati 2013 Federalimentare).

In questo contesto, si inseriscono le iniziative preparatorie di "Cibus 2014", la 17° edizione della principale fiera alimentare italiana, che si terrà a Parma dal 5 all'8 maggio 2014.

"I dati più recenti dell'export di settore rimangono positivi – ha dichiarato Filippo Ferrua, Presidente di Federalimentare – stanno andando deluse, tuttavia, le speranze di un'accelerazione del passo espansivo dell'export 2013, dopo il +6,9% registrato nel 2012, a compensazione della caduta inarrestabile del mercato interno. E' la conferma delle difficoltà del settore a svincolarsi dalla stretta della crisi e ad inserirsi finalmente nel 'punto di svolta' verso convincenti profili di ripresa. Da qui la validità della tradizionale scelta strategica di Federalimentare di organizzare assieme a Fiere di Parma 'Cibus 2014', alla ricerca di ogni possibilità di contatto e di ogni spunto di sviluppo e sostegno della proiezione export-oriented delle imprese italiane, soprattutto PMI" .[MORE]

Per assicurare il successo dell'internazionalizzazione del food made in Italy va chiarito come

penetrare i mercati esteri, come aiutare le piccole e medie imprese ad entrare in queste dinamiche, quali mercati sono promettenti e per quali prodotti.

“Dobbiamo esser capaci di capitalizzare all’estero, in tempi brevi, le nostre competenze distintive – ha sottolineato Antonio Cellie, Amministratore Delegato di Fiere di Parma – realizzando alleanze con gli operatori leader nei mercati obiettivo. La nostra joint venture con la Fiera di Colonia é una best practice: in 12 mesi abbiamo garantito ai nostri espositori la massima visibilità su un mercato strategico come l'Asean grazie ad un accesso privilegiato alla fiera thailandese Thaifex, che con i suoi 1500 espositori é la più grande e visitata fiera dell'Asia. Le prossime tappe di Cibus/Anuga sono Cina e Sud America, sempre all'interno di eventi leader. I nostri clienti non possono permettersi costosi (o lunghi) esperimenti. Lavorare su piattaforme consolidate ci consente inoltre di entrare in relazioni con i top buyers di tutto il mondo e quindi garantire la loro presenza a Parma durante Cibus dove potranno culminare sul territorio la loro esperienza di business con il made in italy alimentare”.

“Cibus Market Check” è una delle iniziative congiunte di Fiere di Parma e Federalimentare (l’associazione confindustriale delle imprese alimentari) complementari e propedeutiche a Cibus 2014: dopo aver incontrato le catene distributive in Russia, Thailandia, Brasile e Stati Uniti d’America, la prossima tappa è rappresentata dal Giappone. Il 6 ed il 7 marzo un gruppo di aziende italiane incontrerà i buyer e i category manager di quattro tra le più rappresentative catene di Tokio per capire il placement del prodotto italiano a scaffale e come migliorarne presenza e comunicazione.

I buyer giapponesi, come quelli degli altri Paesi visitati nel “Cibus Market Check”, saranno poi ospiti di Cibus 2014 in un contesto di forte spinta all’incoming degli operatori esteri. Hanno già confermato la loro presenza a Cibus i buyer di diverse catene estere, come Globus Gourmet (Russia), HeB (USA), Grupo Pao de Acucar (Brasile), Aeon (Giappone), Rewe (Germania), Intermarche (Francia), Jumbo (Paesi Bassi), Loblaw (Canada), Delhaize (Belgio) ed altri ancora. Va sottolineata la presenza della Daymon Worldwide, società americana leader nel mondo nel campo della consulenza alle catene distributive, che partecipa per la prima volta ad una fiera alimentare italiana, con un proprio stand e portando buyer e retailer esteri, come ha sottolineato David Lopes, Presidente e General Manager International Private Brand Development di Daymon Worldwide: “Siamo fieri di partecipare a Cibus 2014 per poter incontrare produttori e retailer italiani di alto livello, nonché altri importanti player internazionali. Coglieremo tutte le opportunità offerte da questa partecipazione per offrire ulteriore valore aggiunto ai nostri partners del mondo retail".

L’attività di Cibus e di Fiere di Parma tocca tutti i punti sensibili dell’export. Il Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con Federalimentare, Federbio e Fiere di Parma, avvalendosi anche del contributo della Comunità Ebraica Italiana e del Centro Islamico Culturale d’Italia per le tematiche culturali e scientifiche di rispettiva competenza, ha promosso un programma di diffusione delle certificazioni agroalimentari biologica e religiose, kosher e halal, presso le aziende italiane. Il programma, già presentato nel 2013 in 3 seminari in Italia ed in 7 fiere internazionali approderà a Cibus 2014 con un’area informativa e con un programma di incoming dedicato alle aziende partecipanti al progetto ed espositrici in fiera (aziende che potranno fregiarsi dei loghi “Cibus Kosher” e “Cibus Halal”).

“Il crescente interesse delle imprese alimentari per l’export si riflette nelle adesioni a Cibus 2014 – ha riferito Elda Ghiretti, Cibus Brand Manager, Fiere di Parma – Ad oggi, il trend di conferme di prenotazione degli espositori registra un segno positivo rapportato allo stesso rilevamento dell'edizione precedente. Sono tante le imprese che vengono a Cibus per la prima volta, anche attratte dalle novità della 17° edizione”.

Tra le novità spicca “Cibus nel Dettaglio” un’iniziativa volta a valorizzare il dettaglio alimentare tradizionale. Grazie alla collaborazione con Lekkerland, società internazionale leader di distribuzione di prodotti dolciari, bevande ed articoli d'impulso in Italia, è stata organizzata un’area espositiva di 1.000 mq che ospiterà 100 espositori, scelti tra i fornitori di Lekkerland, e di uno spazio convegnistico. “L’obiettivo è essere protagonisti a Cibus - ha dichiarato Carletto Barovero del Cda di Lekkerland – dando spazio al mondo del dettaglio, analizzandone le problematiche e proponendo, anche con allestimenti esemplari, il negozio ideale con l’assortimento ideale”.

Cibus 2014 rappresenterà anche il mondo della ristorazione organizzata ed il travel retail con un convegno, “Alimentiamo le vendite”, in cui verranno presentate le realtà della ristorazione “di flusso” con testimonianze delle imprese attive nel duty free e negli spazi travel.

Si terrà per la prima volta all’interno di Cibus il tradizionale convegno “Quale futuro per la promozione delle vendite”, promosso dall’Università di Parma e da Nielsen. Il focus è sulla leva promozionale nella grande distribuzione e su come migliorarne la qualità. “Ci sarà anche una novità, cioè una parte espositiva a margine del convegno – ha annunciato Giampiero Lugli, professore di Economia all’Università di Parma – dedicata alle innovazioni tecnologiche nel campo della promozione, in primis alle varie ‘app’ studiate per gli smartphone di fornitori e consumatori”.

Rimanendo nel campo della grande distribuzione, anche in questa edizione di Cibus verrà consegnato un premio a quelle catene distributive estere che meglio hanno valorizzato il prodotto alimentare made in Italy. L’evento, intitolato “Le operazioni delle più importanti catene internazionali per spingere l’italian food”, oltre al premio prevede una presentazione dei mercati più promettenti per il prodotto italiano ed una tavola rotonda con produttori e retailer italiani.

Altri momenti qualificanti di Cibus 2014 saranno: “Cibus Bollicine”, “Cibus Land”, l’area Confectionary, Cibus Frozen, il concorso caseario Alma Caseus, Micromalto, Cibus Bio, Free From, Pianeta Nutrizione & Integrazione.

(Notizia segnalata da Ufficio stampa Cibus)

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/cibus-2014-la-strategia-per-conquistare-i-mercati-esteri-le-novita-in-fiera/55693