



CIBUS 2010 (PARMA, 10/13 MAGGIO) - L'ANALISI SUL MERCATO AMERICANO: DAGLI USA SEGNALI DI RIPRESA PER L'ALIMENTARE ITALIANO

L'export dell'alimentare italiano negli Usa è in lenta ma significativa ripresa, ma è necessario portare i nostri prodotti sugli scaffali dei supermercati americani: emerge, oggi, a Cibus 2010 (Parma, 10/13 maggio), nel convegno organizzato dall'Istituto per il Commercio Estero (Ice), intitolato "L'America a tavola, consumi e tendenze nel dopo crisi", cui hanno partecipato, tra gli altri, Massimo Mamberti, direttore generale dell'Ice e Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma.

"Gli Stati Uniti sono il secondo mercato per l'alimentare italiano - ha detto Mamberti - nonostante sia stato colpito dalla crisi dei consumi, dall'aumento dei prodotti similari o che copiano il made in Italy, e dall'apprezzamento dell'euro che non ha favorito l'export. Dalla ricerca risulta, però, chiaramente che, nel primo trimestre 2010, si registra una ripresa che sarà lenta e graduale. Poiché il consumatore americano si è adattato, a causa della crisi, ad acquistare prodotti di minor qualità, è fondamentale riaffermare il prodotto di eccellenza italiano, ma facendo attenzione ad un rapporto ottimale tra prezzo e qualità".

"I supermercati - ha aggiunto Mamberti - stanno assumendo un ruolo crescente nella distribuzione del made in Italy alimentare in Usa, anche se il canale primario rimane sempre quello dell'horeca, e quindi dei ristoranti, i quali però risentono molto della crisi dei consumi".

Sull'importanza del canale della gdo, negli Usa, è intervenuto anche l'ad di Fiere di Parma, Antonio Cellie, che ha sottolineato la presenza a Cibus 2010 di Costco, una delle maggiori catene americane ed ha aggiunto: "non è pensabile di entrare nel mercato statunitense senza passare per la grande distribuzione. In generale, noi italiani siamo stati bravi ad 'alfabetizzare' questo mercato con la pasta, i formaggi e via dicendo, ma faticiamo a presidiare poi stabilmente il mercato. Dalla Gdo americana stanno arrivando segnali molto interessanti per i produttori italiani, pensiamo alla evoluzione del lay-out dei supermercati Usa, dove il settore della gastronomia sta crescendo molto, grazie anche all'arrivo di tanti prodotti italiani; oppure al fatto che colossi come Wall Mart stanno aprendo negozi di prossimità, in tutto simili ai supermercati italiani".

Tutte le problematiche legate alla produzione ed alla distribuzione dei prodotti alimentari sono state toccate da Cibus 2010. Non poteva mancare, dunque, una forte attenzione verso la ristorazione fuori casa, sul pranzo al bar e l'happy hour e la ristorazione commerciale, cioè quella che si svolge nelle aree di sosta del trasporto pubblico. E nel convegno "L'innovazione delle aree di sosta nel trasporto collettivo. Da viaggiatori a consumatori", organizzato da Confimprese, a cui hanno partecipato le maggiori aziende del settore (Autogrill, Cremonini, Airest, Espressamente Illy) e le principali imprese dei trasporti (Autostrade, Sea Aeroporti di Milano, Grandi Stazioni, Autorità Portuale di Napoli), è emerso che "i viaggiatori-consumatori sono milioni ed il settore è in grande sviluppo - ha detto Valentino Fabbian, vice presidente di Confimprese - ma occorre migliorare la partnership tra retailer e concessionarie da una parte, grandi stazioni e aeroporti dall'altra. Il limite oggi è l'eccessiva enfasi sull'edificio cui non corrisponde un'adeguata riflessione sul contenuto: all'innovazione architettonica spesso non fa seguito un'innovazione commerciale e sociale".

Giuseppe Ceroni (Autogrill), da parte sua, ha dichiarato che "la crisi genererà un cambiamento nelle abitudini e nelle capacità di consumo. La sfida è di mantenere il rapporto qualità-prezzo alto e di non cadere

in un'offerta di tipo low-cost".

Info: www.cibus.it

