PRIMA TAPPA A MOSCA DEL CIBUS MARKET CHECK

PRIMA TAPPA A MOSCA DEL CIBUS MARKET CHECK

I buyers delle 5 catene distributive chiave della Russia hanno accompagnato un gruppo di espositori di Cibus nella visita ai loro punti vendita

(Parma, 22 febbraio 2013) – Un gruppo di imprese alimentari italiane ha visitato a Mosca, il 15 e il 16 febbraio, i punti di vendita delle principali catene distributive della Russia: Azbuke Vkusa, Globus Gourmet, Metro, Settimo Continente e X5 Retail Group.

L'obiettivo della prima tappa del "Cibus Market Check"era quello di analizzare presenza e posizionamento dei prodotti italiani sugli scaffali insieme a buyer e category manager delle catene visitate per comprendere direttamente le loro strategie di acquisto e le opportunità di business offerte alle imprese italiane dalle abitudini di consumo locali, analizzando le logiche merceologiche di ogni retailer, modalità e processi di sdoganamento, ed altro ancora.

"Cibus Market Check" è la prima edizione di un programma in 5 tappe di un tour organizzato da Fiere di Parma e Federalimentare/Confindustria, con la collaborazione della Regione Emilia Romagna.

Della delegazione facevano parte manager di industrie alimentari italiane quali Riso Gallo, La Molisana, Coppini Arte Olearia, Noberasco, Salumificio Cavaliere Umberto Boschi, Fratelli Tanzi Industria Salumi, Acetificio De Nigris, Vicenzi Biscotti, oltre ai rappresentanti del Consorzio Italia del Gusto, Federalimentare e Fiere di Parma.

Le aziende italiane hanno giudicata utile e profittevole l'esperienza moscovita del Cibus Market Check che, come da programma, si ripeterà a Bangkok in maggio, a San Paolo in Brasile a Giugno, a New York in luglio, ed a Shangai in novembre.

"Abbiamo toccato con mano i meccanismi delle diverse realtà commerciali russe visitate - ha dichiarato **Ilaria Dellaturca, export manager di Coppini Arte Olearia** – *e l'iniziativa va senz'altro ripetuta perché aiuta a creare una forte sinergia con il buyer ospitante e a far crescere l'interesse per i prodotti agroalimentari italiani".*

Apprezzamento anche da parte di **Christian Saldi, export manager di Vicenzi Biscotti**: *"Una iniziativa molto professionale e proficua, che finalmente va nella direzione giusta cioè quella di creare un ponte tra aziende e retail sui mercati esteri e di far nascere un networking tra le eccellenze del food italiano".*

"I contatti sviluppati sono di primissimo livello – ha riferito **Giuseppe Sacco export manager de La Molisana** – *e il modulo creato da Cibus consente di creare, senza formalismi, un network relazionale tra imprese italiane funzionale ad una internazionalizzazione sempre più spinta del nostro sistema economico".*

La soddisfazione dei manager italiani è stata ben sintetizzata da **Silvia Boschi export manager del Salumificio Cavaliere Umberto Boschi** che al termine della due giorni moscovita ha commentato: *"Pochi discorsi generalisti o teorici e molta pratica".*

Il programma di "Cibus Market Check", assieme ai seminari focus sui mercati esteri, alla partecipazione espositiva nelle fiere internazionali di successo ed altre iniziative, qualificano sempre meglio 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 stakeholders della business community internazionale a partire dai retailer, attori fondamentali per aumentare l'export delle imprese italiane.

- *In allegato: il buyer di un supermercato moscovita illustra lo scaffale alla delegazione italiana (altre foto sono disponibili a richiesta)*