Cibo, vini e liquori per conquistare gli States

Nelle Marche 50 operatori americani. Varnelli: «Opportunità con alto valore aggiunto»

ANCONA

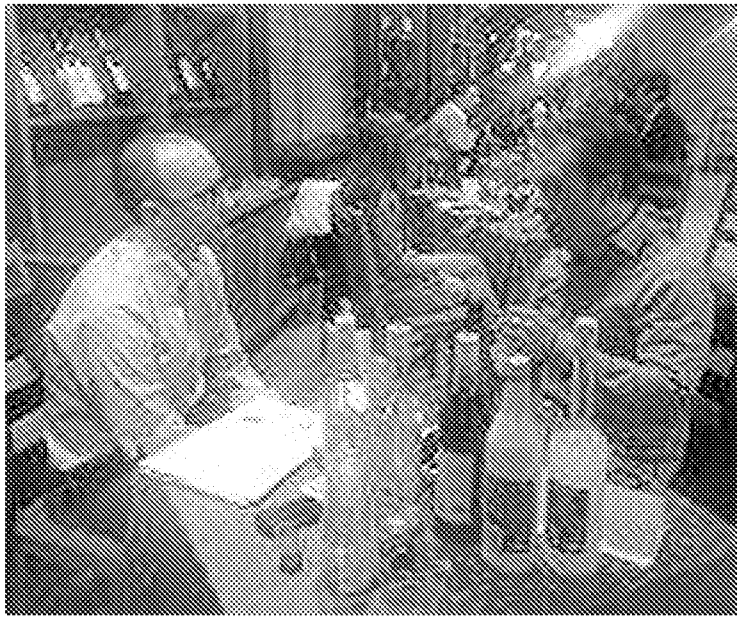
«VOI MARCHIGIANI avete tutte le carte in regola per sfondare negli Stati Uniti». Dino Borri è l'uomo che Oscar Farinetti ha scelto per far crescere Eataly nel mondo e lui è un maestro nel conquistare i palati dei consumatori più esigenti: a New York come a Londra, a Tokyo come a Dubai. Chiamato da Orietta Maria Varnelli, Borri è stato a spasso per le Marche per alcuni giorni ed ha apprezzato la varietà dei nostri prodotti tipici nonché il valore di vini e liquori: «Un paesaggio bellissimo e per certi versi intatto, poi tanta arte da vedere ed apprezzare. Quando all'estero vendiamo un prodotto italiano è questo che i nostri clienti vogliono trovare. Si può lavorare bene insieme». Orietta Maria Varnelli, presidente della Consulta Agroalimentare di Confindustria Marche, crede moltissimo in questa strategia. «Tra marzo ed aprile si sono tenuti due educational di operatori statunitensi ed il numero delle aziende coinvolte ha toccato le 50 unità. Negli Stati Uniti, pure in tempo di crisi, non è mai venuta meno la fiducia da parte dei consumatori ed i livelli delle vendite hanno sostanzialmente retto, soprattutto per i prodotti di qualità».

LA VARNELLI spiega perché Regione e Confindustria hanno deciso di puntare proprio sugli Stati Uniti, per sostenere l'internazionalizzazione: «Negli Stati Uniti ci sono operatori e consumatori sufficientemente esperti rispetto ai prodotti alimentari italiani: ciò comporta di doversi confrontare con un mercato in cui sono già presenti molte specialità provenienti da tutte le regioni, ma si può vincere facendo leva sulle nostre qualità distintive e sulla capacità di certi target americani di percepire tali qualità nonché di valorizzarle e pagarle adeguatamente». Il progetto che ha visto arrivare nelle Marche alcuni protagonisti di punta del food gourmet negli States è stato pensato dalle imprese per le imprese. «Gli imprenditori che operano ogni giorno sul campo — continua la Varnelli — sanno quali interlocutori e quali azioni promozionali possono essere più adeguati per avviare l'esportazione o sostenere la diffusione dei prodotti in ciascun Paese. Rispetto ad un educational di operatori esteri da portare sul territorio, è cruciale garantire coerenza di posizionamento sul mercato rispetto alle aziende produttrici, per favorire il reale concretizzarsi di nuove opportunità commerciali ad alto valore aggiunto».

Martino Martellini

L' OPERAZIONE

La visita è stata organizzata oltre che da Confindustria anche dalla Regione



I BIG Matteo Meletti dell'omonima azienda e David Phillips, manager del prestigioso store newyorkese Astor Wines & Spirits

Ritaglio ad uso esclusivo del committente. Riproduzione vietata.
info@sistemainfodata.it