FOOD
Diffusione: 40.000

www.ecostampa.it

COVER STORY

ITALIA DEL GUSTO, GIOCO DI SQUADRA

IL CONSORZIO, CHE RIUNISCE 28 AZIENDE LEADER DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA, ANNUNCIA TRATTATIVE IN CORSO PER REPLICARE IL MODELLO DI INTESA STRETTO CON OCADO

Manuela Falchero

Che l'Italia sia una vera e propria culla di eccellenze nella produzione alimentare è cosa nota e indiscutibile. Il nostro Paese vanta un patrimonio unico di aziende che concorrono a rendere grande il made in Italy nel mondo. Inutile negare però che esiste anche un rovescio della medaglia: le nostre imprese spesso faticano a fare sistema. In una cultura come quella italica che premia creatività e individualismo, l'antico adagio "l'unione fa la forza" incontra resistenze. E questo ci penalizza, soprattutto al confronto con altre realtà – un esempio su tutti, la Francia –, che sanno invece trarre vantaggio dalla capacità di procedere con un fronte unito e integrato. Va detto però che anche nel nostro Paese ci sono eccezioni che confermano la regola. È questo il caso di **Italia del Gusto, consorzio fondato nel 2006 con l'obiettivo dichiarato di accompagnare e supportare le aziende aderenti nel percorso di valorizzazione della propria posizione competitiva sui mercati internazionali.** Una formula che, alla prova degli anni e delle attività messe in campo, mostra di essere convincente. "A oggi – spiega il **Direttore generale, Alberto Volpe** – riuniamo 28 società per 35 brand, a rappresentanza di altrettante merceologie. Si tratta di **aziende di marca, leader nei rispettivi segmenti di attività, che sviluppano complessivamente un fatturato aggregato superiore ai 25 miliardi di euro.** E che, nella cornice del consorzio, mettono a fattor comune riflessioni ed esperienze, rassicurate dal fatto che la meccanica di adesione impedisce la partecipazione contemporanea di soggetti potenzialmente concorrenti". Ma non solo. "Il consorzio – aggiunge Volpe – assolve anche il ruolo di ambasciatore del gusto italiano nel mondo. E in questa cornice si inserisce innanzitutto la presenza alle principali fiere settoriali nel panorama mondiale: nel 2023 abbiamo partecipato a Tuttofood, saremo al Fancy Food di New York e all'exhibition di Anuga a Colonia. E per il futuro stiamo già valutando di ampliare l'elenco, magari aggiungendo anche il Gulf Food di Dubai e il Sial China di Shanghai, dove già abbiamo vantato un intervento 'light' prima della pandemia. Abbiamo infatti avuto riprova nel tempo che questi appuntamenti rappresentano un formidabile strumento di promozione per i prodotti della nostra industria alimentare. Un palcoscenico che Italia del Gusto sfrutta appieno attraverso l'allestimento di grandi stand nei quali rende possibile ai visitatori assaggiare i migliori piatti della nostra tradizione culinaria, preparati sul posto con gli ingredienti messi a disposizione dalle aziende consorziate".

Alberto Volpe
Direttore generale Italia del Gusto

FORMAZIONE, PROMOZIONI E MISSIONI

Le stampelle su cui cammina l'attività di Italia del Gusto però non si esauriscono qui. "Ci occupiamo della organizzazione di un intenso calendario di workshop ed eventi formativi – aggiunge Volpe –, attiviamo promozioni presso retailer fisici e virtuali all'estero – per portare solo alcuni esempi, **nel corso degli anni abbiamo stretto legami con Azbuka Vkusa in Russia, Mercator in Croazia, Cora in Ungheria e Redmart a Singapore –, e ancora promuoviamo missioni all'estero mirate a far incontrare delegazioni delle nostre consorziate con buyer e importatori attivi nei diversi Paesi.** Puntiamo così a rafforzare i legami con i mercati più promettenti che, stando a una mappatura interna, restano per lo più quelli dove già si registrano i più alti livelli di importazioni dal mercato italiano. Proprio questi mercati, infatti, rivelano un interessante potenziale di crescita ancora inespresso. Parliamo principalmente della Germania, dove non a caso abbiamo programmato una trasferta proprio in queste settimane, e degli Usa. Ma non vanno dimenticati neppure Giappone e Cina, anche

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
013706

L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE
Fabbri

se va considerato che si tratta di Paesi dalla cultura alimentare indigena molto forte, che richiedono quindi ingenti investimenti per la promozione del made in Italy".

IL RUOLO DELL'E-COMMERCE

Infine, nell'agenda di Italia del Gusto occorre sottolineare anche il ruolo nevralgico della rete. "Fin dal 2016 – ricorda Volpe – abbiamo dato vita a **Ciao Gusto, una società fondata in Uk per promuovere le nostre industrie nel Regno Unito. E proprio attraverso Ciao Gusto abbiamo stretto una partnership con Ocado, piattaforma pure digital, leader nel Paese sul fronte delle vendite alimentari online.** Al suo interno abbiamo creato uno shopping shop dove è ospitata tanto l'offerta delle aziende nostre consorziate che già operavano con Ocado e quanto quella delle altre nostre socie. In totale, al marketplace partecipano oggi 15 aziende con 300 referenze". Ma non solo. "Per sostenere l'operazione – dice Volpe – è stato creato un link diretto dal sito di Ciao Gusto che porta a una landing page sul sito di Ocado dove si possono acquistare i prodotti utili a realizzare le ricette di ottimi piatti italiani". E l'intuizione sembra dare buoni frutti, almeno a giudicare dalle prospettive di espansione dell'iniziativa. "Stiamo considerando la possibilità di stringere accordi simili con altri operatori digitali attivi in Uk – anticipa Volpe –, come pure stiamo ipotizzando di stipulare intese anche con retailer brick & mortar. La possibilità di operare con una società costituita nel Paese rappresenta, del resto, un ottimo asso nella manica in un contesto in cui la Brexit ha reso complicato agire in Uk per gli operatori stranieri". E non è finita qui. "Stiamo esplorando l'opportunità di replicare il modello sperimentato in Uk anche in Francia – annuncia Volpe –. Al momento sono in corso trattative, che potrebbero portare a creare una società sulla stessa falsariga utilizzata per Ciao Gusto". ■

© Riproduzione Riservata

Italia del Gusto: aziende aderenti

Azienda	Merceologia di competenza
Amica Chips	Snack salati
Barilla	Pasta secca e sughi pronti a lunga conservazione
Bolton Alimentari	Tonno
Cannamela	Spezie ed erbe aromatiche
Casearia Cioffi	Mozzarella di bufala
Cesare Regnoli & Figlio	Specialità ittiche
Cirio	Conserve di pomodoro
Colussi	Prodotti prima colazione italiana
Delicius	Conserve ittiche minori
Elah Dufour	Caramelle
Fabbri 1905	Amarene/sciroppi/salse per dolci/preparati per dolci
Auricchio	Provolone e formaggi a base pecora
Lavazza	Caffè
Montenegro - Bonomelli	Infusi, camomille, tisane
Polenta Valsugana	Farine
Noberasco	Frutta secca
Novi (Elah)	Cioccolato
Orogel	Surgelati vegetali
Parmalat - Santal	Succhi di frutta
Parmareggio	Parmigiano reggiano e grana padano
Pastificio Rana	Pasta fresca e sughi freschi
Ponti	aceto
Ponti	Sottoli e sottaceti
Riso Gallo	Riso e prodotti a base di riso
Rovagnati	Salumi
Salov	Olio
Sammontana	Dolci e croissenterie
San Benedetto	Acque minerali e bevande gassate
Santa Rosa (Valsoia)	Marmellate
Terra Moretti Distribuzione	Vini
Urbani Tratufi	Tartufi, funghi e prodotti a base tartufi e/o funghi
Valfrutta	Conserve vegetali
Valfrutta Fresco	Frutta e verdura I e IV gamma
Valsoia	Prodotti nutrizionali a base di soia e riso
Vecchia Romagna	Brandy

Lo stand di Italia del Gusto all'ultima edizione del Sial Parigi (2022)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
013706

L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE
Fabbri