



IMPRESA

Intervista a Simone Pizzagalli, consigliere delegato di Cdo Agroalimentare

Agroalimentare al Matching

di Alessandro Pantani e Marco Torri

La quarta edizione del Matching, dal 17 al 19 novembre alla Fiera Rho-Pero di Milano, vedrà la partecipazione di 2.000 aziende. Più aziende iscritte, più buyer nazionali ed esteri, un volume di incontri tra le realtà degli opposti fronti di domanda e offerta ancora più alto rispetto agli anni precedenti. Anche il lavoro nelle filiere sarà più esteso e tra queste molto importante è la partecipazione delle aziende della filiera agroalimentare. Compagnia delle Opere Agroalimentare partecipa per il proprio settore e prevede di vedere ancora più rappresentata la filiera in tutti i suoi aspetti.



GLI STAND PIÙ "GUSTOSI"

Quello dedicato all'agroalimentare è stato uno degli spazi più frequentati durante la scorsa edizione del Matching, anche grazie agli "assaggi" che molte aziende offrivano ai visitatori (nella foto grande, una vista dell'area agroalimentare; sotto, Simone Pizzagalli, consigliere delegato di Cdo Agroalimentare; nella pagina seguente, lo stand dell'oleificio Farchioni alla scorsa edizione del Matching)



senza della filiera agroalimentare unitaria, concentrando le aziende in un'unica area e mettendo a disposizione delle stesse referenti di settore specifici, che in più di un'occasione sono stati in grado di accompagnarle in incontri *just in time*. Ritengo che quella dell'accorpamento delle aziende agricole e alimentari in un unico settore sia stata una scelta vincente. Per l'edizione di quest'anno intendiamo mantenere questo modello, con alcuni "correttivi": intendiamo rendere la filiera più rappresentativa, l'area più centrale e grande e offrire servizi più presenti e prossimi alle esigenze delle aziende presenti».

Obiettivi ambiziosi che richiedono un importante lavoro preparatorio. Come si sta muovendo Cdo Agroalimentare in vista del Matching?

«Aumentare la presenza delle aziende agroalimentari e rendere la filiera più rappresentata non sono effetti che si possono creare a pochi giorni dall'evento. Ecco perché Cdo Agroalimentare sta spendendo le sue risorse in un'attività importante e necessaria di promozione e divulgazione dell'evento Matching, anche attraverso incontri mirati con nuove realtà aziendali. Allo stato attuale, e grazie alla presenza locale e territoriale delle Cdo, abbiamo avuto modo di incontrare e confrontarci negli ultimi mesi con le realtà della filiera in Puglia, Sicilia, Emilia Romagna, Sardegna, Umbria, Calabria, mentre sono già in programma visite anche nelle altre

Per l'edizione di quest'anno la filiera del mondo agricolo e alimentare sarà ancora più rappresentativa. Su un'area più ampia e accessibile verranno offerti servizi su misura per le esigenze delle aziende

Obiettivo ambizioso, anche in virtù degli ottimi risultati dell'edizione 2007, con oltre 140 aziende a rappresentare il settore.

L'intento è quello di evidenziare in sostanza quello che è sotto gli occhi di tutti, come sottolinea Simone Pizzagalli, consigliere delegato Cdo Agroalimentare: «L'agroalimentare italiano per fatturato è secondo solo al metalmeccanico».

Com'è possibile raggiungere questo obiettivo?

«Nella passata edizione Cdo Agroalimentare, grazie alla collaborazione con le Cdo locali, ha garantito una pre-

regioni d'Italia. Questi risultati sono possibili grazie anche alla presenza all'interno della rete di Cdo Agroalimentare di referenti specifici per i principali settori merceologici che compongono la filiera agroalimentare italiana, disponibili sin da ora a un contatto con le aziende per evincere necessità particolari, richieste, problematiche e aspettative».

Come sarà la vostra presenza al Matching e che attività svolgerete?

«Cdo Agroalimentare con la sua struttura non sarà attiva solo per una fase di pre-Matching o a livello promo-

Perché partecipare al Matching

Qual è il valore della partecipazione a un evento come Matching dentro la filiera agroalimentare? Lo chiediamo a due aziende che hanno partecipato alla scorsa edizione a Milano. Francesco Padova, contitolare dell'azienda Mastri di San Basilio, produce in Sicilia olio extra vergine di oliva e mandorle. «Partecipare con la nostra azienda al Matching dell'anno scorso all'interno della filiera agroalimentare ha portato indubbi vantaggi. In primis il non essere isolati, che ci ha permesso poi di presentare un'offerta a sua volta non isolata. Osservando l'esperienza anche attraverso gli occhi di un buyer, presentarsi insieme garantisce un maggiore appeal, anche in termini di comunicazione verso l'esterno. Sei parte di qualcosa di più grande in un mercato globalizzato e, considerato il nanismo delle aziende agroalimentari italiane, questo è un passaggio obbligato: presentarsi isolato sarebbe un insuccesso garantito. Sempre dal punto di vista dei buyer, la filiera rappresentata l'anno scorso si è dimostrata seria e ben articolata, a differenza di altri eventi di settore. Si respirava la volontà di creare un rapporto di domanda e offerta puntuale e preciso. Con questa filiera ho avuto la netta sensazione di riempire un vuoto, evitando quella dispersione di risorse economiche che spesso si verifica in altre occasioni».

Concorda anche Alberto Paltrinieri, titolare della Cantina Paltrinieri e produttore di Lambrusco di Sorbara a Modena. «Partecipare al Matching 2007 in una filiera agroalimentare è stato positivo, anche per le sinergie naturali che si sono venute a creare a ogni livello con gli altri produttori presenti. Apparire in un contesto unitario, rispettoso della mia specificità, è stato positivo anche a livello commerciale. Ma non solo: esser parte di una filiera unica e specifica ha facilitato, e di molto, la possibilità di creare nuovi appuntamenti d'affari sul momento, superando le nostre migliori previsioni sul numero di contatti e incontri che avremmo raccolto durante la manifestazione».

zionale. Saremo fisicamente presenti durante l'evento perché ritengo sia necessario rapportarsi direttamente con le persone. Questo permetterà di rendere concreta l'attività di supporto alle aziende e alle Cdo locali qualora lo chiedessero. Come nella passata edizione, saremo presenti attraverso i responsabili di settore per tutta la durata della manifestazione: non semplici funzionari, ma imprenditori essi stessi, che, vivendo le problematiche in prima persona, potranno essere di aiuto a chi ne



avesse necessità. Verrà, inoltre, fornita un'attività di assistenza *full time* e di ausilio nella gestione degli appuntamenti in agenda, anche favorendo e seguendo gli incontri che potranno svolgersi tra le aziende nella stessa area agroalimentare che, per l'occasione, verrà ingrandita e resa più marcatamente identificabile in virtù di una specificità, quella agricola e alimentare, che pretende e merita queste attenzioni. In questo contesto, la filiera verrà gestita e supportata in ogni aspetto organizzativo fino al coordinamento di una "Area assaggi" che sarà a disposizione delle aziende che preventivamente ne faranno richiesta e secondo modularistiche specifiche che verranno fornite dall'ente Fiera. Infine non va trascurato il valore aggiunto che ogni anno il Matching porta alle imprese del nostro settore che vi partecipano: la possibilità di venire a contatto diretto con la rete nazionale di Cdo Agroalimentare che, attraverso l'ausilio delle sedi locali, potrà essere utilizzata anche dopo la manifestazione».

Come saranno gestite le peculiarità della filiera?

«Cdo Agroalimentare si adopererà in modo tale che la filiera agroalimentare sia presente in maniera rappresentativa e unitaria, nel rispetto delle distinte specificità. La presenza fisica delle aziende verrà quindi organizzata per settore, dal vitivinicolo alla quarta gamma, dai produttori di olio ai produttori di pasta e trasformati, e così di seguito per tutti gli altri. La partecipazione delle aziende agroalimentari della filiera in un unico spazio è a nostro giudizio un elemento utile anche per l'attivazione di maggiori sinergie tra le stesse. Ogni elemento della filiera sarà comunque ben identificato, all'interno di quell'immagine unitaria che si vuol creare al Matching». ■