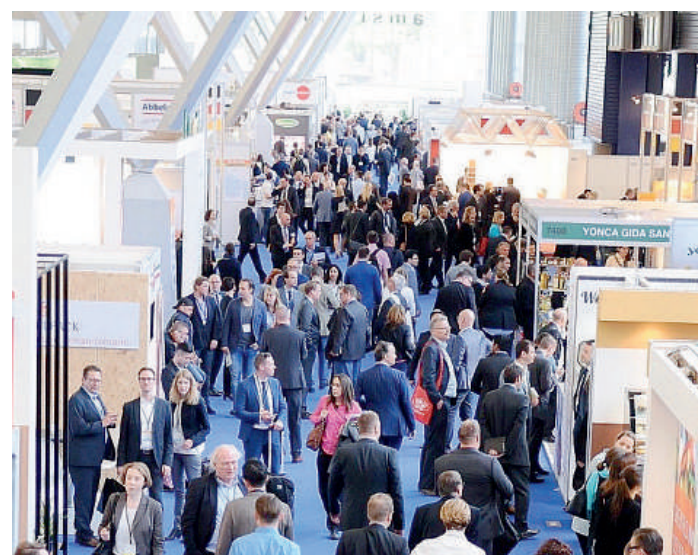


Consorzio Piacenza Alimentare



A sinistra, foto di gruppo per i rappresentanti di Steriltom, Polenghi Group e Terre di San Giorgio. Sopra, uno scorcio della fiera ad Amsterdam

Amsterdam proficua vetrina per 9 aziende intraprendenti

OTTIMI RISCONTI DAL PLMA, RASSEGNA AL TOP PER IL SETTORE PRIVATE LABEL CHE ATTIRA MIGLIAIA DI VISITATORI

AMSTERDAM

● Proficua vetrina olandese per nove aziende del Consorzio Piacenza Alimentare, protagoniste nei giorni scorsi alla fiera internazionale "Il Mondo del Marchio del Distributore" della PLMA (Private Label Manufacturers Association), principale appuntamento per il settore Private Label che attira migliaia di visitatori non solo dall'Europa ma anche dal Nord America.

Pomodoro, salumi, prodotti a base di limone, salse e sughi. Un campionario vasto di apprezzate eccellenze. Erano presenti: Steriltom, Emiliana Conserve, Formec Biffi, Salumificio San Carlo, Polenghi Group, D.A.F.A.L., Terre di San Giorgio, Citres e Salumificio San Michele. E - a sipario chiuso - i commenti dei nostri addetti ai lavori sono stati univocamente positivi.

«A livello generale la fiera PLMA ha avuto un riscontro nettamente positivo - ha osservato ad esempio Marco Polenghi, titolare di Polenghi Group - per quanto riguarda i nostri prodotti hanno suscitato particolare interesse il nuovo gusto "Acti Lemon succo di limone biologico e zenzero", attualmente presente nei supermercati Esselunga, e la nuova linea di succo di limone senza conservanti e biologico "Limone ad Arte". PLMA è stato un momento di incontro importante con i nostri attuali clienti e anche l'occasione di sviluppare nuovi potenziali mercati».

«Anche questa edizione del PLMA si è confermata all'altezza delle aspettative - fa eco Nicola Imberti di Citres - operatori professionali e di qualità, organizzazione dell'evento come sempre molto riuscita. Penso sia un appuntamento da non perdere per aziende che vogliono crescere sui mercati esteri».

Agostino Fioruzzi, titolare della D.A.F.A.L. osserva con soddisfazione come la kermesse olandese abbia permesso alla sua azienda «di presentare anche all'estero i propri legumi e mais dolce biologici lavorati da materie prime fresche piacentine».

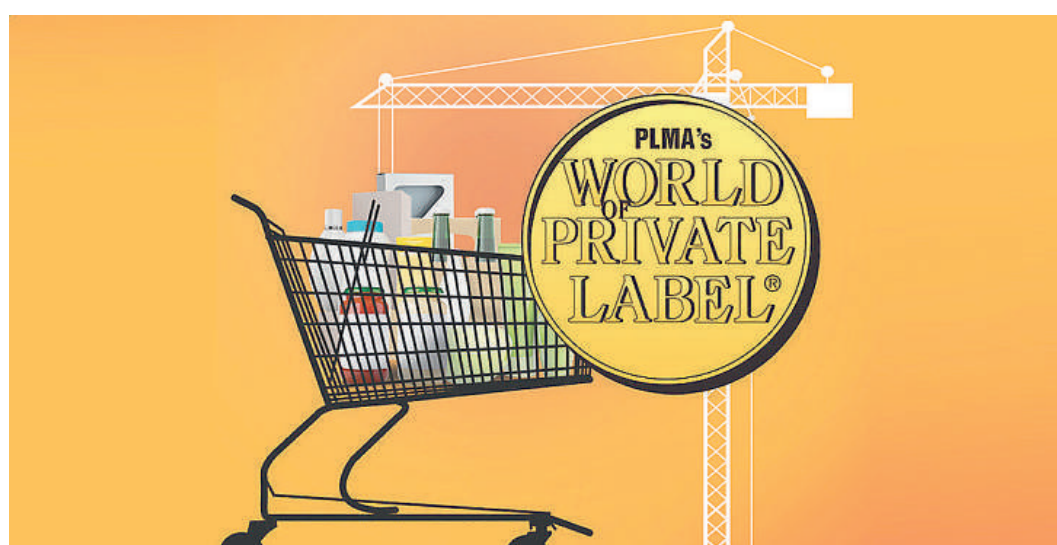
Del resto promuovere l'esportazione dei prodotti agro-alimentari locali è l'obiettivo primario con cui è sorto il Consorzio Piacenza Alimentare, partendo dalla considerazione che quando un prodotto è veramente buono, contiene già in sé le premesse basilari per il successo. Spesso, però, l'azienda che lo produce, da sola, non ha la forza di farlo conoscere su larga scala ed è un vero peccato.

Ecco, dunque, la ragion d'essere di Piacenza Alimentare: la creazione di una sinergia tra più imprese che, grazie ad un intenso programma di attività, hanno l'opportunità di ampliare enormemente i propri orizzonti, partecipando alle manifestazioni fieristiche di settore più qualificate, venendo in contatto direttamente con buyers, importatori, ristoratori e accedendo di conseguenza a mercati non facilmente raggiungibili.

Amsterdam ha confermato il successo di questa mission e la competitività delle aziende piacentine. Al centro d'esposizione RAI di Amsterdam erano presenti oltre 2.700 aziende espositrici tra le quali circa 60 padiglioni nazionali e regionali. Tra i prodotti alimentari esposti gli alimenti freschi, surgelati e refrigerati, le bevande e i prodotti secchi da forno. I prodotti non alimentari comprendono, invece, i cosmetici, i prodotti per la salute e la bellezza, gli articoli per la casa e la cucina, la manutenzione dell'auto, il giardinaggio, i casalinghi e i prodotti per il fai-da-te. Per consentire ai visitatori di sfruttare al meglio il tempo a disposizione, l'area espositiva è suddivisa in settori separati dedicati ai prodotti alimentari e non alimentari.

Da oltre trenta anni, la fiera internazionale "Il Mondo del Marchio del Distributore" riunisce produttori e rivenditori al dettaglio alla ricerca di nuovi prodotti, di nuovi contatti e di nuove idee in grado di facilitare il successo e la crescita dei propri programmi relativi al marchio del distributore.

L'esigenza di nuovi prodotti, contatti ed idee non è mai stata così forte. Le quote di mercato per il marchio del distributore hanno raggiunto livelli record e secondo le previsioni vi sarà un'ulteriore crescita, grazie all'espansione internazionale delle aziende che operano nella vendita al dettaglio, sempre più attive nelle attività di marketing del proprio marchio e dei prodotti in vendita.



Da sinistra gli spazi espositivi di Dafal ed Emiliana Conserve



Dop ed eccellenze piacentine dei salumi nello stand del Salumificio San Carlo



Tra le aziende del Consorzio presenti ad Amsterdam anche la Formec Biffi di San Rocco al Porto