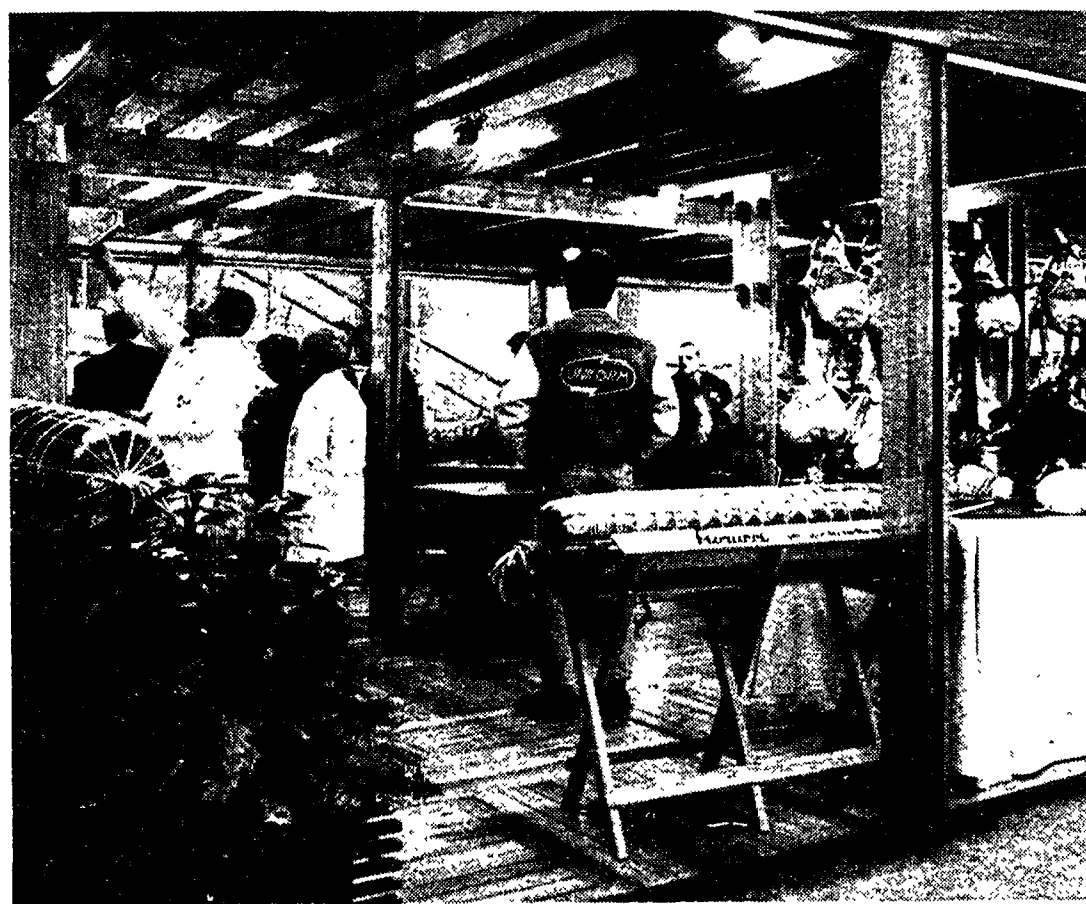


XXII mostra internazionale dell'alimentazione

Tanti affari di buon gusto

Si svolge come ogni anno a Rimini la più grande rassegna in Italia di food e beverage, che quest'anno dedica una speciale attenzione ai nuovi problemi aperti sul fronte della distribuzione, con particolare

riferimento al food service. Come sempre, è particolarmente rilevante la presenza degli operatori, italiani ed esteri, mentre l'Ente Fiera si è impegnato a migliorare ancora la qualità dei servizi offerti.



Rimini: il sistema-fiera si qualifica per crescere

Con la Mostra Internazionale dell'Alimentazione siamo impegnati ad offrire al mercato del settore un appuntamento dinamico, dal taglio spiccatamente commerciale: capace di coinvolgere aziende, produttori ed operatori di tutto il mondo.

Oltre mille espositori, una straordinaria ampiezza di rappresentatività merceologica, 50.000 gli operatori attesi fra il pubblico: queste le caratteristiche della 22ª Mostra internazionale dell'alimentazione, che si svolge a Rimini, presso i padiglioni del quartiere fieristico, dal 15 al 19 febbraio.

Il food si articola, negli ampi spazi fieristici riminesi, nei diversi comparti: dalla pasta alle carni, dai prodotti ittici agli insaccati, dai prodotti caseari agli oli, dalle verdure ai surgelati, dai lievificati ai prodotti per il catering, dalle specialità pronte al dolcificio confezionato, fino ai prodotti dietetici e per l'alimentazione naturale.

Alcuni operatori del settore hanno inventato, per questa iniziativa, un «supranome simpatico» e soprattutto significativo: la Wall Street dell'alimentazione. E il presidente dell'Ente Fiera di Rimini, Rodolfo Lopes Pegna, individua chiaramente l'obiettivo degli organizzatori: «Offrire un servizio reale ad aziende ed operatori, i quali si attendono, giustamente, dalla partecipazione ad una manifestazione fieristica l'acquisizione di un "valore aggiunto" in termini di affari, di contatti commerciali, di circolazione di informazioni».

Numerosi sono i fattori che contribuiscono a restituire un quadro in parte nuovo e diverso del settore. La progressiva internazionalizzazione del mercato, il mutamento dei sistemi distributivi dei prodotti, la crescita di attenzione per il complessivo settore del food-service sono indubbiate tra gli elementi di maggiore evidenza.

Stare preoccupazione, specie se si tiene conto della grande tradizione e competenza dei produttori italiani nel settore alimentare. Tendenze alla concentrazione si notano anche sul fronte commerciale. Se in altri paesi europei la distribuzione moderna ricopre ormai quote maggioritarie del mercato, in Italia la situazione è ancora assai articolata.

La segmentazione delle esigenze, dei gusti, delle abitudini del pubblico ha contribuito ad attivare differenti modi di "fare ristorazione" e diverse occasioni di consumo. Al ristorante (o alle unità di grande ristorazione per realtà pubbliche e private) si sono così affiancati molti altri esercizi: dal locale a tema al fast-food, dalla tavola calda alla cafeteria, dal free-flow al bar, dal self-service alla paninoteca, e così via.

Un universo che in Italia conta su oltre 250.000 esercizi e che fattura, si stima, dai 75 agli 80.000 miliardi all'anno, vale a dire il 10% dei consumi finali interni degli italiani e quasi il 30% dei consumi finali alimentari.

Certamente anche per questo. Del resto la Mostra è sempre stata considerata come il principale appuntamento per la commercializzazione del prodotto alimentare italiano, ed anche l'elevato livello di transazioni tra aziende italiane ed operatori esteri durante la manifestazione lo dimostra. Tuttavia, il nostro non è un punto di mercato di tipo protezionistico e tantomeno autarchico. Siamo convinti che l'Italia può

vincere la sfida della concorrenzialità internazionale soltanto con l'acquisizione di maggiore capacità competitiva. Da questo punto di vista, la consolidata portata internazionale della Mostra di Rimini, sia sul fronte dell'offerta che della domanda, rappresenta un utile fattore di stimolo al confronto.

Per la verità, già ora si è fatto piuttosto pesante il bilancio della nostra "indipendenza". Operazioni di merger & acquisition da parte di aziende e capitali esteri nei confronti di imprese italiane del settore alimentare si stanno moltiplicando. Interi comparti produttivi stanno cambiando bandiera, mentre, anche a livello di scambio di quote azionarie tra grandi gruppi del "made in Italy", rischia di essere penalizzato.

Terzo importante elemento, il food-service. La ristorazione è evidentemente uno dei settori più tradizionali. Tuttavia oggi rappresenta un comparto piuttosto eterogeneo quanto a forme e sistemi di erogazione del servizio.

«È una strada nella quale crediamo fermamente», afferma Lopes Pegna, presidente dell'Ente Fiera riminese - e di cui possono beneficiare anche tutti gli utenti

«È una strada nella quale crediamo fermamente», afferma Lopes Pegna, presidente dell'Ente Fiera riminese - e di cui possono beneficiare anche tutti gli utenti

Certificazioni, commercio estero, trasporti Più servizi per un grande evento

Immaginiamo Rimini: non la più ovvia, quella del mare, del sole, delle vacanze. L'altra Rimini, quella dell'Emilia Romagna operosa, delle grandi capacità organizzative, degli affari, del buon cibo. Immaginiamo Rimini con il suo delizioso centro storico, e il suo grande, efficiente quartiere fieristico.

Il secondo esempio riguarda invece la certificazione dei dati relativi ad espositori e visitatori delle nostre rassegne. Ci sembra un elemento importante di qualificazione della nostra attività ed al tempo stesso un servizio utile a tutti coloro che debbono pianificare la partecipazione ad una fiera. Su questa strada, poi, si possono fare molti altri passi e non mancherà certo il nostro impegno in tale direzione.

«L'ufficio, situato nel centro dei servizi del quartiere fieristico e gestito da alcuni funzionari del settore agro-alimentare, è a disposizione di quanti intendono intrattenere rapporti con interlocutori esteri o richiedere informa-

zioni sui vari mercati. Un servizio particolarmente utile, data la portata internazionale della Mostra e l'elevato numero di presenze estere sia tra gli espositori che tra i visitatori.

«L'ufficio, situato nel centro dei servizi del quartiere fieristico e gestito da alcuni funzionari del settore agro-alimentare, è a disposizione di quanti intendono intrattenere rapporti con interlocutori esteri o richiedere informa-

Da tutto il mondo e dal made in Italy

Di rilievo, nel novero degli espositori, la presenza di aziende estere. Si tratta di oltre 350 produttori - presenti in larga misura singolarmente, ma anche attraverso le partecipazioni collettive nazionali di Francia, Belgio, Germania, Danimarca, Olanda, Ungheria - che hanno scelto Rimini per contattare importatori e reti di vendita, come pure operatori del food-service attenti alle proposte d'oltreconfine. Carni, formaggi, vini, birre, specialità gastronomiche sono tra i prodotti più ricorrenti che verranno presentati dalle aziende straniere.

Dibattiti e convegni: dal food service ai sommeliers

Gli elementi d'interesse e di dinamicità che la Mostra internazionale dell'Alimentazione di Rimini presenta sul piano espositivo e commerciale vengono confermati anche sotto il profilo informativo e convegnistico.

Tra le iniziative in programma figurano il 2° seminario sul foodservice, incentrato sulle problematiche della distribuzione alimentare nel comparto b.a.r. (bar, alberghi, ristoranti) ed alcuni appuntamenti convegnistico-didattici nel comparto beverage.

Di notevole interesse, poi, il Seminario promosso dalla Touché-Ross su «Le tendenze del foodservice in Europa». Una panoramica a largo raggio che fornirà un quadro complessivo ed aggiornato del settore. Durante i lavori verrà presentato il Report annuale sul foodservice realizzato dalla stessa Touché-Ross. L'appuntamento è per il 17 febbraio in fiera.

Da ricordare, ancora, la conferenza promossa dalla rivista Lu Modia per il pomeriggio di lunedì 17 febbraio sui «Problemi della recessione per il settore ristorativo». Nel corso dell'appuntamento verrà anche presentata una interessante iniziativa: l'apertura a Cesena di un Centro gastronomico che si occuperà di un sofisticato laboratorio di analisi chimiche sui prodotti e che organizzerà corsi permanenti di cucina per professionisti e per appassionati.

Non mancheranno inoltre, nell'ambito della Mostra di Rimini, iniziative di tipo dimostrativo. Il vino sarà al centro di alcuni eventi organizzati dall'Associazione italiana sommelier, mentre è prevista una manifestazione dell'Associazione maître d'hotel.

Come arrivare a Rimini

Per strada - Con l'autostrada del mare A14 uscendo dal casello Rimini-Sud. Distanza Casello Autostradale - Quartier Fieristico: 1 km. Per ferrovia - Con uno dei frequenti treni della rete dei collegamenti nazionali ed internazionali. Dalla stazione ferroviaria si raggiunge il Salone Fieristico in taxi o con l'autobus n. 7 con partenze ogni mezz'ora. Per via aerea - Atterrando direttamente all'aeroporto di Rimini con gli aerei nazionali da Roma, oppure nei voli vicini aerea di Bologna che assicura collegamenti nazionali ed internazionali. (Bologna-Rimini 120 km.).

Per ulteriori informazioni

C.P. 300 - 47037 Rimini (Italia) - tel. 0541/711.111 - telex 550844 FIERIM I - telefax 0541/774313