

Outdoor Usa, le nuove strategie di TE

La fiera di Salt Lake City è diventata un must per molti operatori. Trentino Export ha organizzato un pool di aziende che hanno partecipato all'esposizione.

di ROBERTO PAGLIALONGA

IL SETTORE sport americano offre buone opportunità di business alle aziende trentine. La fiera Outdoor Retailer di Salt Lake City è diventata negli anni un "must" per molti operatori. Ne parliamo con **Elisabetta Montagni**, responsabile commerciale di Calze GM, azienda di Gardolo specializzata in calze sportive e underwear.

Signora Montagni, che importanza ha essere nel mercato Usa?

"È il mercato di riferimento nel settore outdoor, che dopo la prima fase di forte globalizzazione è ora all'avanguardia nel porre sempre maggiore attenzione alle specificità. Lavoriamo per essere competitivi in questi termini".

Come vi sta supportando Trentino Export?

"Il progetto triennale elaborato da Trentino Export, ottimizzato per un pool di aziende, si articola su più livelli. Dopo una serie di incontri per focalizzare la missione, si è passati alla fase operativa: organizzazione della partecipazione alla fiera e dello spazio espositivo, assistenza per il viaggio, spedizione della merce. Il supporto è stato continuo nel corso della manifestazione. Hanno anche ideato una cena "Trentino Outdoor" con numerosi potenziali clienti. Per questo è stata preziosa la sinergia con La Sportiva, leader di mercato anche negli Usa".

Per informazioni:

Trentino Export

Via Degasperis, 77

Trento

T 0461 931011

trentino.export@confindustria.tn.it



Trentino export

Per la promozione dei prodotti trentini

Avete svolto business meeting nella fiera quindi?

"Molti. Ci siamo confrontati con buyer internazionali, retailer indipendenti, negozi web, catene d'acquisto, agenti, distributori, professionisti della logistica e ovviamente anche con la concorrenza. È stata un'ottima opportunità per verificare lo stato dell'arte".

Che ruolo riveste il settore sport & leisure nel mercato Usa?

"Il mercato nordamericano conta su un bacino di 350 milioni di persone, dall'Alaska al New Mexico. Non è un mercato unico, i fattori di complessità sono ben diversi rispetto al nostro nazionale".

Quali difficoltà e quali potenzialità per le imprese trentine?

"La difficoltà principale è trovare distributori affidabili e capaci di introdurre marchi nuovi nei mercati di riferimento. Le potenzialità: competitività delle aziende trentine a 360 gradi, e non si limitano all'apertura di nuovi mercati".



La fiera Outdoor
Retailer

Trentino Export conquista WalMart

Successo per i formaggi della Casearia Monti Trentini che ha chiuso un accordo con il gigante della distribuzione statunitense.

L'ALIMENTARE trentino cresce nel mercato americano. Ne parliamo con **Federica Finco**, di Casearia Monti Trentini, azienda di Grigno Valsugana specializzata nella produzione di formaggi Dop che ha chiuso un accordo con WalMart, gigante Usa della distribuzione.

Signora Finco, che colpo...

“È il frutto di un lavoro durato anni nella ricerca di elevati standard di qualità ed efficaci strategie di marketing e logistica. Per noi significa posizionamento sui mercati esteri”.

E come ha risposto il mercato ai vostri prodotti?

“Bene, forse perché la qualità e la genuinità, unite alla tradizione dei processi, danno un valore aggiunto ai nostri formaggi. Il cliente americano è attento a sostenibilità, rispetto del territorio, utilizzo di tecnologie avanzate nei materiali”.

Ma negli Stati Uniti c'è spazio per la produzione di qualità?

“Certamente. Negli Stati Uniti non si mangia male. Diciamo che il popolo americano è multietnico e le usanze alimentari mescolate. Bisogna educare a mangiare con gusto e assaporare ogni pietanza per quella che è. Noi, per esempio, esponiamo sulle etichette suggerimenti per la degustazione del formaggio accompagnandolo ai vini giusti”.

Quali sono le difficoltà su quel mercato?

“Trovare partner che collaborino nella promozione del prodotto di alta qualità. Molto spesso gli importatori guardano più al prezzo”.

Quanto ha inciso sull'alimentare la crisi internazionale?

“Molto. La recessione e il cambio euro-dollaro hanno provocato un rincaro dei prodotti europei e non hanno aiutato a renderci competitivi”.

L'attenzione di Trentino Export per l'internazionalizzazione è massima. Com'è andata al Fancy Food di giugno?

“È andata bene. In queste manifestazioni è importante essere presenti con continuità: gli operatori Usa devono avere la consapevolezza di lavorare con aziende stabili.

Trentino Export ci ha dato una spinta in più, ed è stata fondamentale anche nella fase di rientro e di mappatura dei contatti raccolti. Questo è quanto successo con WalMart. Adesso puntiamo a una maggiore promozione nei punti vendita e verso il consumatore finale”. (rp)



Uno stand di Casearia Monti trentini