

RETAIL &

INDUSTRIA

di Chiara Bertoletti
twitter @chiaraberto

Confapi: il futuro delle Pmi è nell'approccio glocal



La valorizzazione delle identità territoriali italiane non può prescindere da una logica di rete, nell'alimentare in primis

Cogliere il potenziale del dialogo interno, sfruttando innanzitutto le complementarità che esistono tra aziende associate. Questa la filosofia che sta alla base di Confapi - Confederazione Italiana Piccola Media Industria Privata, e che sostiene lo sviluppo delle Pmi italiane. Il comparto food, in particolare, è rappresentato attraverso la verticale UnionAlimentari. L'unica logica vincente per portare il made in Italy di piccole e medie dimensioni su scala internazionale, spiega il vicepresidente di Confapi Cuneo **Giuseppe Rossetto**, è quella glocal.

L'associazione territoriale, che rappresenta circa 250 aziende (tra queste nomi importanti come Inalpi), è non a caso nel pieno di una ristrutturazione interna che guarda a una più ampia riqualificazione del panorama associativo. L'ottica è quella di proporsi come nuovo motore di crescita per le imprese locali attraverso la costituzione di una rete sinergica tra i vari attori. "Dobbiamo agire insieme per essere rico-

noscibili, rilevanti e autorevoli, sia di fronte alla gdo che ai mercati stranieri. Nel mondo ci sono Paesi che non sanno nemmeno dove sia il Piemonte, non possiamo trasformare il nostro valore locale in pretesa di riconoscimento se non insieme", sottolinea Rossetto.

Un regime di qualità collettivo, dunque, con iniziative che di riflesso valorizzino il singolo. Un buon esempio in tal senso è quanto fatto da Confapi Cuneo nel contesto di Cibus Connect, a seguito di un accordo stretto con Fiere di Parma. In occasione dell'evento, nato sull'onda del successo mondiale di Cibus, l'associazione ha riunito 11 tra le più importanti aziende alimentari del territorio in un unico stand denominato Good Food made in Piemonte. Ogni realtà ha avuto a disposizione il proprio spazio espositivo, ma l'approccio collaborativo ha dato vita a importanti momenti di incontro e scambio capaci di generare maggiore attrattiva e di veicolare un'identità d'impatto. "Quanto fatto in fiera è solo una delle tante azioni da mettere in atto, il punto è fare leva sulla ricchezza dei prodotti facendo fronte comune ed esercitando maggiore forza anche nell'ambito di un sistema Paese. Questo vale ancora di più per i regimi Dop e Igp, ai quali per ragioni di volumi la grande industria non può eccessivamente legarsi", ribadisce Rossetto. Parlare di specificità funziona, ma insieme.



Giuseppe Rossetto
vicepresidente
di Confapi Cuneo