

## Argomenti

# Obiettivo: rafforzare Cibus

■ Vorrei portare il mio modesto contributo alla "querelle" che da giorni tiene banco, sulle colonne di questo giornale e in tutta la città, relativamente al presunto tentativo di scippo da parte di Bologna nei confronti di Parma, con l'annuncio della manifestazione Pasta Trend, che si terrà il prossimo anno negli stessi giorni di Cibus. Notò che si sono progressivamente creati due partiti, due movimenti d'opinione: i "ganapiniani" e i "non ganapiniani", che non mancano di far sentire le loro idee e le loro proposte. Scrivo non in qualità di delegato dell'Accademia Italiana della Cucina - delegazione di Parma Bassa Parmense, né di docente Alma, bensì di imprenditore del terziario avanzato del settore alimentare, titolare di un gruppo che produce solo il cinque per cento del proprio volume d'affari a Parma: ciò per evitare che le mie idee e le mie proposte non siano offuscate dal "fumus parmigianitatis" e siano il più possibile obiettive ed oggettive. Premetto anche di confessarmi "ganapiniano", non certo per posizioni preconstituite, ma perché ritengo che le sue argomentazioni siano inattaccabili ed inappuntabili. Vediamo di capirne il perché. Nell'ultima uscita sulle colonne di questa testata, il Dott. Giorgio Orlandini elenca dettagliatamente una serie di motivi che "porteranno l'iniziativa bolognese ad un clamoroso e pesante insuccesso". Motivi tecnicamente validi, più o meno condivisibili. Quali sono comunque le proposte evincibili da tale intervento? "Insorgere con ferma e sdegnata denuncia dello scippo preannunciato", "dissentire con grande e recisa fermezza sull'iniziativa bolognese", "denunciare e condannare l'iniziativa annunciata con una presa di posizione sottoscritta da tutti". Ritengo, modestamente, che questa strada non porti a grandi risultati, se non ad acuire divisioni e fratture peraltro già pre-

senti tra Parma e Bologna. Noi invece, come sostiene Ganapini, dobbiamo rispondere con le idee, con i fatti, con il miglioramento continuo dei nostri risultati. Se qualcuno ci lancia una sfida, dobbiamo rispondere facendo meglio, dimostrando che siamo più efficienti, più lungimiranti; allora sì, mi professo "ganapiniano", anzi tutti possiamo, dobbiamo definirci "ganapiniani", e portare il nostro contributo di idee e proposte al rafforzamento di Cibus e del sistema fieristico parmigiano. Le mie proposte, concrete ed operative, sono due, e riassumibili in quattro termini: internazionalizzare, specializzare, razionalizzare e comunicare. Prima proposta: internazionalizzare. Cibus è una manifestazione troppo poco internazionale. Basta girare tra gli stand del Sial, o dell'Anuga, o ancora dell'Alimentaria, e non ci si accorge di essere in Francia, o in Germania, o in Spagna. Al Cibus la classifica delle presenze è presto fatta: tantissime aziende parmigiane, molte aziende del territorio, molte assenze tra i big nazionali, quasi assenti le aziende estere e le multinazionali. Cibus dovrà pertanto puntare ad attrarre non tanto le aziende locali, per le quali è senz'altro più strategica la partecipazione a fiere all'estero, ma le aziende estere e le multinazionali dell'alimentazione. Seconda proposta: specializzare, razionalizzare e comunicare. Esistono nel mondo tre tipologie di manifestazioni fieristiche: fiere generaliste, fiere di settore, fiere specialistiche di comparto. Le fiere generaliste, le campionarie per intenderci, sono ormai scomparse da tempo. Anche le fiere di settore sono in crisi, e stanno rivedendo il loro modello di business. Cibus, in quanto fiera generalista di settore, si confronta con competitor famosissimi a livello globale: il Sial, l'Anuga, l'Alimentaria, l'Ife, il Prodexpo, il Fancy Food. Ma si va sempre più

verso una specializzazione spinta: ecco allora che si spiegano i grandi successi delle fiere di comparto, e di manifestazioni ultraspécialistiche, quali Mia a Rimini; Salone del Gusto di Torino, Macfrut a Cesena, Eurocarne a Verona, Plma ad Amsterdam: forse è meglio essere primi in un comparto che tra gli ultimi in tutto un settore.

Cibus deve inoltre incrementare i percorsi tematici, i percorsi di filiera. Come giustamente sottolinea Ganapini, la filiera è un sistema per sottolineare le interconnessioni. Ricordiamoci che l'industria sempre più deve fare i conti, volente o nolente, con la distribuzione moderna e che la media azienda alimentare è spesso costretta a divenire "copaker", cioè subfornitore di prodotti a "marchio commerciale", con tutti i rischi e le opportunità che ciò comporta. Bologna questo l'ha purtroppo capito prima di noi, ed ha organizzato da alcuni anni una manifestazione chiamata "Marca", dedicata alle private label, che sta riscuotendo un successo crescente. Ecco allora la proposta: organizzare Marca a Parma, negli anni dispari. Ricordiamoci cosa successe alcuni anni fa, quando, con l'inaugurazione del nuovo quartiere fieristico, Fiere Milano, nella necessità di riempire contenuti al più presto gli enormi saloni di Rho Pero, tentò di proporre manifestazioni alternative a tutte le importanti fiere italiane: nell'alimentare propose Mi Wine, come alternativa al Vinitaly, e Tutto Food, come alternativa a Cibus. Verona reagì immediatamente, rafforzando il Vinitaly, vincendo da subito la sfida e costringendo Mi Wine a chiudere sommiseramente i battenti. Con Tutto Food la sfida è ancora aperta: va dato atto al sindaco Vignali di aver ottenuto un ottimo accordo in vista dell'Expo 2015, ma poi? E' necessario non abbassare la guardia, perché tale accordo era necessario, ma potrebbe non essere sufficiente: possiamo, e dobbiamo, fare di più! Solo così potremo dire la nostra nel panorama fieristico internazionale e vincere finalmente la sfida a divenire l'effettiva capitale mondiale dell'alimentazione che in tanti ci hanno lanciato.

**Massimo Gelati**