



ALUMI & C.

Casa Toscana Luca Maggiorelli



"Cibus è sempre un'occasione di scambio di opinioni e sviluppo, anche in un contesto economico difficile come questo", dichiara Luca Maggiorelli, titolare di Casa Toscana. Le prospettive di sviluppo per l'azienda guardano soprattutto oltre i confini nazionali: "La partecipazione alla fiera degli operatori esteri è stata molto significativa. Un'occasione per stabilire nuovi contatti e approfondire la conoscenza del mercato".

Fereoli Gino e figlio Luca Fereoli



Giovanna e Luca Fereoli

Nonostante i segnali preoccupanti, il 2012 si è aperto positivamente per il salumificio Fereoli Gino e figlio: "La nostra è un'azienda artigianale, a cui basta l'acquisizione anche di un solo cliente, per sopperire al momento difficile", spiega Luca Fereoli, titolare. "Bisogna però razionalizzare attentamente la produzione". Il salame di Felino è il fiore all'occhiello dell'azienda: "Questo prodotto incide per l'80% circa sul nostro fatturato".

I Salumieri di Castel Castagna Fulvia Di Bernardo



"Gli imprenditori stanno portando un peso importante. In particolare è drammatico l'aspetto finanziario", dichiara Fulvia Di Bernardo, responsabile commerciale de I salumieri di Castel Castagna. L'azienda sta realizzando un nuovo sito produttivo: "Si tratta di un investimento importante, che permetterà all'azienda di crescere. Questo progetto è segno che, anche in momenti difficili, è possibile recuperare un po' di ottimismo".

Ghirardi Onesto Luca Baratta



Presente a Cibus con uno stand rinnovato, il prosciuttificio Ghirardi Onesto traccia un bilancio soddisfacente della manifestazione: "La nostra partecipazione alla fiera è stata certamente positiva", dichiara Luca Baratta, general manager dell'azienda. "Si tratta sempre di un importante momento di contatto diretto sia con i clienti tradizionali, sia con quelli potenziali. In particolare in un momento come questo è importante dare un segnale positivo al mercato".

Chiapella Alessandro Chiapella



"La crisi non ha minimamente intaccato il nostro business", afferma Alessandro Chiapella, titolare dell'omonimo salumificio piemontese. "Siamo una piccola azienda con grandi possibilità di sviluppo". In particolare all'estero, dove la qualità viene opportunamente remunerata: "L'incidenza dell'export al momento è del 40%, ma puntiamo ad incrementare questa quota nel prossimo futuro".

Gigi il salumificio Marcello Pomponio



Da sinistra: Alessandro Berselli e Marcello Pomponio

"Nel contesto attuale il problema maggiore è quello del credito", esordisce Marcello Pomponio, responsabile commerciale di Gigi il salumificio. "Anche i clienti storicamente più affidabili si trovano in difficoltà". La complessa congiuntura economica costringe a calibrare ancora di più l'offerta in base alle esigenze della clientela: "Il consumatore è sempre più attento alla battuta di cassa. Abbiamo quindi deciso di ridurre le grammature dei singoli prodotti".

Edizioni Riccardo Franchi Riccardo Franchi



"È un momento difficile e di cambiamento, in cui è complesso formulare delle previsioni e investire", afferma Riccardo Franchi, titolare di Edizioni Riccardo Franchi, azienda che distribuisce salumi italiani d'eccellenza. "L'unica soluzione è rivolgersi all'estero. Cerchiamo di diversificare l'offerta con un'ampia gamma di referenze, calibrate sulle esigenze particolari del cliente".

Jomi Domenico Campitiello



"La crisi è dettata soprattutto da un atteggiamento psicologico negativo. Bisogna recuperare un po' di ottimismo", afferma Domenico Campitiello titolare di Jomi. "La nostra azienda ha registrato una moderata crescita. Siamo stati tra i primi a credere nelle potenzialità del preaffettato. Una lungimiranza che permette di mantenere le nostre posizioni, in un comparto, come quello degli affettatori, che si va consolidando".

Segue