



International
HORECA
meeting
CONGRESS • B2B • PAVILION
seventh edition

In scena il futuro **Horeca**

Nell'accogliente contesto del Marriott Park Hotel di Roma, ha preso vita la settima edizione dell'International Horeca Meeting.

Oltre 1.400 i partecipanti fra aziende di distribuzione (850 fra titolari di aziende e collaboratori), 320 i venditori e circa 300 manager di industrie di produzione di beni e servizi per il mercato del fuori casa. Ancora una volta un successo per un evento unico nel suo genere, capace di attrarre e riunire i protagonisti della parte alta della filiera Horeca.

«C'è grande fermento: il 2018 sarà un anno positivo e di crescita, ecco quindi che Italgrob con il suo evento avvia l'anno nel migliore dei modi, offrendo ai distributori italiani e alle aziende partner, l'occasione per fare consolidare i rapporti e rilanciare il loro comune business»: così spiega il direttore generale di Italgrob, Dino Di Marino l'avvio dell'International Horeca Meeting, l'appuntamento ormai diventato immancabile per industria e distribuzione del settore beverage: convegni, dibattiti, confronti, anteprima di novità, dimostrazioni pratiche, incontri "B2B" riservati tra operatori della distribuzione e manager dell'industria, tutti accolti nelle prestigiose sale del Marriott Park Hotel di Roma, ampia e accogliente location, logisticamente perfetta per una manifestazione di tale portata.





Vincenzo Caso neopresidente

Tante le novità emerse in occasione della settima edizione dell'International Horeca Meeting. La prima, anche per ordine d'importanza, la presentazione ufficiale del nuovo presidente di Italgrob Vincenzo Caso. Sul palco del congresso di apertura anche la nuova squadra di lavoro che avrà il compito di realizzare il programma federativo per il quadriennio 2018-2021, nell'ordine i vicepresidenti Gaetano Aliprandi, Donato Alonzo e Stefano Raffaglio, insieme ai consiglieri Febo Leondini e Paola Giacchero.

Molto emozionato, il presidente Caso nella sua prima uscita ufficiale: «Sento tutta la responsabilità, unita al piacere della sfida, ma sono convinto che solo essendo insieme riusciremo a realizzare pienamente la nostra missione – ha esordito, andando poi a ribadire –. La nostra federazione è una realtà affermata, quindi, certamente occorre conservare molto di quanto abbiamo acquisito sinora, ma sono convinto che occorra anche innovare continuamente. Le aree specifiche in cui agiremo sono: politico – economica e sociale, sindacale e servizi».



Grande successo per le sessioni formative

Il 23 febbraio l'avvio con le sessioni formative di Fabio Cibello e Marco Ranocchia, che hanno riscosso alta partecipazione nelle sale gremiti di commerciali provenienti da ogni parte d'Italia. Fabio Cibello, coaching partner dell'Università Bocconi, con il suo intervento "Vendi. Migliora. Ispira" ha spiegato alla platea come usare la propria esperienza per fidelizzare i clienti e sviluppare nuovo business nell'era digitale. L'intervento di Marco Ranocchia, dal titolo "Vendere è superare le obiezioni" ha illustrato come, nel nuovo scenario di bravi professionisti, superare le obiezioni e conquistare credibilità significa conoscere ciò che vendi e perché; l'enorme varietà di prodotti sul mercato implica strategia e tattica.





Il congresso di apertura e la cena evento

Il congresso di apertura condotto da Stefania Pinna di SkyTG24 è stato il palcoscenico ideale anche per parlare di problematiche, di attualità con uno sguardo al futuro del settore. Una serie di video reportage hanno introdotto i diversi dibattiti: dalle criticità che investono il mercato, alle questioni di attualità, come il recente Decreto Ministeriale che avvia una fase di sperimentazione sul VaR (Vuoto a Rendere) della durata di un anno.

Sempre durante il congresso di apertura, momento interessante per la platea è stata la sessione dedicata agli scenari futuri, che nella sostanza sono già delle realtà. "La Customer Experience fra tecnologia e nuovi format distributivi", sul palco due relatori d'eccezione: Giorgio Santambrogio, presidente di ADM, e Carlo Alberto Carnevale Maffé, docente di strategia e imprenditorialità in SDA Bocconi e Università Bocconi.





Il momento più intenso è stato vissuto con la consegna di un riconoscimento al Sindaco di Amatrice, Sergio Pirozzi, oltre al riconoscimento anche la consegna ufficiale delle somme raccolte con l'iniziativa Amatriciana, organizzata da ADHOR, l'associazione le Donne dell'HoReCa e Italgrob.

I saluti conclusivi sono stati tenuti dal direttore generale di Italgrob Dino Di Marino che ha ribadito la centralità e l'importanza di una Federazione come Italgrob, lanciando un appello all'unità della categoria ed elencando il lavoro svolto. Un particolare plauso è stato rivolto al past president Andrea Menici, insieme ai presidenti e ai direttori dei consorzi federati. La serata del 24 si è conclusa poi con una cena di gala dove gli ospiti hanno potuto vivere una serie di show, in cui fra coreografie, balli e acrobazie, il tema unico era anche in questo caso il futuro.



Si parla di Master e del Primo Rapporto sulla Distribuzione Horeca

La mattinata del 25 febbraio è stata, invece, interamente dedicata alla presentazione ufficiale del Primo Rapporto sulla Distribuzione Horeca redatto da Italgrob con il contributo di tre istituti di Ricerca. A presentare la ricerca (un libro di 100 pagine offerto poi a tutti i presenti) i referenti degli Istituti di ricerca che hanno offerto il loro contributo di dati e know how: il professor Luca Pellegrini, presidente di Tradelab, Marco Colombo, direttore Solution Innovation IRI, Roberto Baldassari presidente dell'Istituto Piepoli e Febo Leondini, consigliere Italgrob. A coordinare gli interventi il professor Matteo De Angelis. Prima della presentazione del Rapporto, in scena i ragazzi della Terza Edizione del Master in Trade Management del consumo fuori casa, organizzato dalla Luiss Business School con il supporto dell'associazione AFDB. A far gli onori di casa per AFDB, il presidente Bepi Cuzziol. «Il successo riscontrato da questa settima edizione – ha dichiarato in conclusione il direttore generale di Italgrob Dino Di Marino – oltre ai pregnanti contenuti dei convegni è anche il frutto della formula (esclusi-

va) con la quale la manifestazione viene organizzata, che rappresenta un mix ben assortito e calibrato di eventi, incontri business, degustazioni, presentazioni, convegni, un insieme di valori, che sono ormai diventati irrinunciabili per produttori e distributori Horeca. Voglio in conclusione ringraziare le oltre 50 aziende di produzione presenti che ancora una volta hanno scelto Italgrob e IHM come la speciale vetrina per i loro prodotti e i loro progetti».

