

## Nava (Alfaparf Group)

# «Abbiamo accolto i buyer nei nostri stabilimenti»

**MIRIAM ROMANO**

■ Prima l'incontro al tavolo promosso dalle Regione Lombardia, poi la visita negli stabilimenti e, infine, l'avvio di accordi per collaborazioni future e ulteriori incontri. Alfaparf-group, una multinazionale italiana dell'industria cosmetica che opera nella cura del capello e del corpo, ha preso parte al progetto InBuyer, un intervento pubblico di sostegno alle imprese del territorio attraverso giornate di incontri tra aziende italiane e qualificati buyer esteri. «Per noi è stato importante sentire la vicinanza delle istituzioni pubbliche. Internazionalizzare le aziende italiane dovrebbe essere una priorità. L'ampliamento del nostro mercato all'estero è fondamentale oggi come oggi», ha spiegato Luca Nava, global general manager skincare division di Alfaparfgroup.

Agli incontri di InBuyer hanno partecipato 19 aziende lombarde e 9 buyer di diversi paesi, non solo europei. Germania, Spagna, Tunisia, Marocco e Repubblica Ceca sono gli stati di provenienza dei buyer che hanno preso parte ai 92 incontri realizzati da Regione Lombardia in collaborazione con Promos Italia, Unioncamere Lombardia e Cosmetica Italia. «Durante l'incontro a cui ha preso parte la nostra azienda», continua Nava, «abbiamo potuto parlare faccia a faccia con i buyer stranieri. Un'occasione che si è rivelata fondamentale». Pochi giorni dopo infatti, «una volta presi i contatti, i buyer sono venuti in visita nei nostri stabilimenti, dove abbiamo illustrato loro i nostri processi di produzione. È stato il punto di partenza per poter stabilire delle collaborazioni. Gli sviluppi futuri non sono ancora stati definiti nel dettaglio, però sono state poste le basi», spiega Nava. Il format degli incontri a tavolino, infatti, utile ad avere un confronto diretto con i compratori, non consente tutti gli appro-

fondimenti tecnici necessari. «Per questo», spiega Nava, «l'aver avuto la possibilità di organizzare visite tecniche presso gli stabilimenti delle aziende partecipanti, è stato molto importante per concretizzare il contatto preso. I

buyer esteri operano su mercati diversi rispetto ai nostri. Nel nostro ambito specifico, mentre i buyer nazionali si focalizzano sui centri estetici, gli stranieri si concentrano nel retail».

InBuyer è ormai un punto di riferimento per le aziende italiane che hanno l'obiettivo di ampliare il proprio business internazionale ed è diventato uno strumento utile sia per valutare la propria propensione all'export sia per sviluppare il processo di internazionalizzazione attraverso incontri one to one mirati sul proprio territorio con buyer selezionati e realmente interessati ai prodotti proposti.

Luca Nava (us)



Peso:20%