Sharing the best of Italian food with the world

Via Cristoforo Colombo, 35, 29122 Piacenza PC
Tel. 0523 400687 - info@ma-vi-trade.it - www. ma-vi-trade.it

Più di vent'anni nel campo dell'export alimentare di eccellenza, in particolare dei formaggi e del Grana Padano Piacentino di cui è esportatore esclusivo nel mondo, MaVi-Trade è un'azienda in cui si realizza quel binomio di creatività e competenza che rappresenta la vera forza del Made in Italy. È la fondatrice e attuale amministratore delegato Maria Rosaria Maestri a raccontare i primi passi di questa realtà che è diventata leader nel settore a livello mondiale: "Siamo nati per caso", esordisce, mettendo subito in campo l'ironia e la concretezza da imprenditrice di razza. Formatasi come brocker finanziario, Maria Rosaria entra nell'ambito del commerciale tramite una conoscenza che lavora nel food, e da lì comincia la sua strada. "Tassello dopo tassello, viaggiando, contattando, aggiungendo via via persone qualificate allo staff".

Qualità: parola chiave e perno di questa azienda che attualmente realizza il 100% del fatturato sull'export, con società controllate in Polonia e in Giappone e un mercato che si estende anche nei territori più difficoltosi, come Tunisia e Marocco. Una parola, qualità, che va molto oltre lo slogan e si fonda invece su elevate competenze tecniche e legali affinate in anni di esperienza sul campo: come membro del consiglio

di amministrazione del Consorzio Piacenza Alimentare, oltre che come titolare di MaVi Trade, Maria Rosaria Maestri promuove da anni l'internazionalizzazione dei prodotti di eccellenza tramite eventi e formazione specializzata. Il settore del controllo qualità è centrale quando si lavora nell'eccellenza: i prodotti alimentari devono essere certificati, la filiera tracciabile, le caratteristiche organolettiche del prodotto devono rispondere a standard precisi e verificabili. Non è solo filosofia, insomma. Per questo MaVi Trade rappresenta un punto di riferimento anche per quelle realtà aziendali che desiderano strutturarsi maggiormente nel controllo qualità, acquisendo le competenze necessarie e le procedure per muoversi in questo complesso settore. "Avendo una visione globale, perché lavoriamo con tutto il mondo", aggiunge Maria Rosaria, "abbiamo occasione di conoscere i diversi approcci alla cultura alimentare di tanti paesi o zone del mondo. In generale in questo ultimo ventennio si è molto evoluta anche da noi la cultura del food, ma alcuni paesi erano già molto più attenti del nostro in fatto, ad esempio, di intolleranze alimentari". La nuova frontiera dei prodotti salutistici e delle intolleranze alimentari rappresenta una sfida di importanza cruciale per MaVi Trade. Lavorando in particolare con latticini e prodotti caseari, lo studio sui nuovi prodotti - come ad esempio il formaggio di latte di riso - e la preparazione tecnica per affrontare le richieste di paesi ad altissima competenza nel settore diventa fondamentale. "L'Asia e il Medio Oriente, ma anche la più vicina Inghilterra, sono all'avanguardia su queste tematiche. L'Inghilterra per esempio è stato il primo paese a introdurre il settore vegano come comparto commerciale del food". è inevitabile chiedere a Maria Rosaria qual è la sua visione del futuro, soprattutto dopo la pandemia globale che ha rimesso in discussione il nostro modo di relazionarci e anche un po' le nostre priorità: "Io credo che tutte le situazioni di emergenza, anche drammatiche, possano essere concepite come un'occasione per crescere, per evolversi. Noi ci occupiamo da vent'anni di qualità e continueremo a farlo. Abbiamo credibilità e questo ci consentirà di continuare a essere al fianco dei nostri clienti, nel segno della collaborazione. Il futuro lo vedo fatto di partnership, di realtà che lavorano scambiandosi competenze e supportandosi a vicenda. Credo che l'aspetto della fiducia sarà centrale: torneranno i piccoli negozi e i piccoli commerci, quelli in cui la gente può trovare prodotti che conosce e garanzia di qualità. Mercato globale non significa per forza grande distribuzione: significa estendere la qualità in maniera capillare, portarla in modo trasparente e leggibile a tutti. Anche perché", conclude Maria Rosaria, "bisogna semplicemente imparare a volersi bene con il cibo, a dare il giusto valore alle cose che contano. Una volta, nelle nostre campagne, si faceva più attenzione al cibo: che ci fossero o non ci fossero grandi risorse economiche, mai si risparmiava su questo bene prezioso da cui dipende la nostra soddisfazione e la nostra salute". Guardare al futuro, ma con la storia alle spalle.