

16 Dicembre 2015

Cidia Pradella, l'eredità di Expo è l'e-commerce alimentare che racconta anche i territori

L'azienda ha partecipato ai progetti dell'Ascom di Bergamo legati all'Expo. Ecco cosa ha realizzato e come svilupperà il proprio percorso



La Rassegna

<https://www.larassegna.it/cidia-prade-la-eredita-di-expo-e-le-commerce-alimentare-che-racconta-anche-i-territori/>

Ottant'anni di attività per una famiglia di imprenditori che ha portato avanti una particolarissima e vivace avventura nel mondo della vendita e della distribuzione alimentare. La "Ditta Tomaso Pradella" nasce nel 1928 e si distingue subito come uno dei centri di distribuzione alimentare più all'avanguardia, importando per primi le aringhe affumicate olandesi, il tonno spagnolo, le acciughe salate del Cantabrico e lo stoccafisso norvegese vero regno di Johansen. In tempo di guerra diventa uno dei centri principali di distribuzione di prodotti razionati e sul finire degli anni Sessanta si inserisce fra le prime aziende d'Italia della catena del freddo, distribuendo i prodotti surgelati con il marchio Surgela nel settore retail. Nei primi anni Ottanta, Maurizio, la terza generazione, trasforma l'azienda nel Centro di Distribuzione Alimentare, "Ci.Di.A.", variando completamente l'assortimento e cambiando la filosofia di vendita verso il settore del catering specializzato con l'assortimento attuale di circa 2.700 referenze.

È proprio questa trasformazione che manifesta la volontà di adeguare la gamma dei prodotti alle esigenze dei professionisti del settore e che colloca l'azienda, seppur a gestione familiare, tra le più avanzate del territorio, sia per la disponibilità dei mezzi, sia per la lungimiranza imprenditoriale. Una lungimiranza che si è ben manifestata anche in occasione di Expo 2015, della quale Cidia Pradella si è resa ambasciatrice speciale, grazie ad alcune azioni mirate a valorizzare i temi della grande manifestazione ed esportare modelli di consumo legati alla qualità della vita e alla sostenibilità produttiva e ambientale.

Cidia Pradella ha realizzato un sito web nuovo e in stretta connessione con Expo 2015. "[Pensieri golosi](#)" è il nome di questo e-commerce enogastronomico dedicato alla vendita al dettaglio on line sul territorio nazionale ed estero, nato con il preciso intento di portare l'esperienza della storica ditta Pradella oltre i confini del territorio locale e condividere con il pubblico la passione per il buon cibo e per l'arte culinaria. Più di 700 prodotti accuratamente selezionati fra produttori italiani e internazionali rappresentano non solo il valore e lo spessore del tessuto produttivo alimentare, ma proprio sulla scia di Expo 2015, diventano l'occasione unica e speciale per raccontare i territori, con le loro bellezze paesaggistiche e le loro tradizioni storiche e culturali. Nel sito, infatti, ogni prodotto racconta una storia, quella di un paese o di una famiglia, dove gli abbinamenti e i piatti consigliati definiscono culture e tradizioni da ricordare. Il progetto è stato inoltre presentato alle numerose aziende collaboratrici, grazie ad un evento ad hoc che a marzo ha unito le tante realtà coinvolte, andando a concretizzare sempre più il lavoro di incontro e di rete che Ascom persegue con Expo 2015.

Durante Expo Cidia Pradella ha organizzato una business visit per i suoi clienti, mirando a far conoscere e approfondire modelli di produzione e distribuzione agroalimentare, metodologie di vendita e sviluppi imprenditoriali di piccole e medie imprese straniere dove diverse economie e società, hanno reso sempre più esplicita l'importanza di un confronto e di un incontro costante tra i Paesi.

Proprio sulla base di uno dei primi intenti dell'azienda, ovvero l'apertura verso nuovi mercati, si sono concretizzate importanti azioni di internazionalizzazione che garantiscono nuove prospettive a livello nazionale e internazionale. Nel concreto, tali azioni si manifestano proprio attraverso il progetto e l'e-commerce Pensierigolosi.it, che nel 2016, subirà un'integrazione dei suoi contenuti a vari livelli: accurata ricerca e incremento delle tipicità alimentari anche straniere, andando a scegliere quelle più rappresentative in termini culturali e di sostenibilità ambientale, nonché esempio di modelli imprenditoriali di settore considerati interessanti per una crescita dei mercati basata sul confronto; inserimento di uno spazio ad hoc dedicato al tema della sostenibilità, dove tale concetto viene analizzato e argomentato dal punto di vista delle filiere agroalimentari e della sicurezza alimentare, sempre in un'ottica di confronto con l'estero e in costante riferimento alle indicazioni fornite dall'Unione Europea.