

## NEWSLETTER SPRINT

N. 14/09

### Agroalimentare, dal Summer Fancy Food Show parte la sfida al mercato Nord americano

*55<sup>th</sup> Summer Fancy Food Show, 28-30 giugno 2009, New York (USA)*

Era tutto già scritto. Il Summer Fancy Food Show di New York rappresentava per il settore agroalimentare pugliese un'occasione da non perdere. Attraverso questa Fiera, la più importante di tutto il Nord America, dal 28 al 30 giugno scorso, la Regione Puglia ha lanciato l'ennesima operazione promozionale finalizzata a valorizzare e affermare l'immagine delle produzioni tipiche di qualità negli Stati Uniti, ovvero uno dei principali partner commerciali dell'Italia. Partita avvincente quella giocata dalla nostra industria nel palazzo di vetro Jacob Javits Center, grazie a 20 tra aziende e consorzi più che mai decisi ad intensificare l'export oltreoceano nonostante le misure dall'amaro sapore protezionistico adottate dagli USA per difendersi dalla crisi economico-finanziaria che l'attanaglia da due anni, con conseguente svalutazione del dollaro.

In vetrina, i prodotti della tradizione (olio e vino), che maggiormente incidono sulla nostra bilancia commerciale agroalimentare, e quelli della terra che negli anni hanno contribuito a rafforzare il sistema dell'agroindustria ben oltre i confini nazionali grazie all'innovazione nei processi industriali legati alla loro trasformazione. Vini autoctoni, olio d'oliva extra vergine, conserve e sottoli, pasta artigianale ed altri prodotti tipici di qualità della tradizione pugliese: è questo il biglietto da visita con cui istituzioni e operatori pugliesi hanno partecipato all'evento promosso dalla Regione Puglia -Area politiche per lo Sviluppo Economico, il Lavoro e l'Innovazione, in collaborazione con l'Area politiche per lo Sviluppo Rurale, lanciando una nuova sfida al mercato americano il quale - si sa - appare sempre più determinato a buttarsi alle spalle anni di cucina spazzatura e a sposare la nuova fede salutista tracciata nell'era Obama.

Il cibo non è più, insomma, solo una questione di palato, come hanno dimostrato i "Laboratori del gusto" promossi dalla Regione nel suo stand istituzionale: il più elegante, a detta degli esperti, ma anche il più ammirato dagli operatori di settore

e persino guardato con invidia da altri espositori, come i responsabili di un'azienda siciliana del tutto orfana di assistenza istituzionale.



*Giornalisti, buyer e opinion leader ai "Laboratori del gusto" promossi dalla Regione Puglia nel proprio stand istituzionale*

Determinata a giocare la carta della qualità come elemento distintivo, la Puglia ha messo in piedi una squadra altamente competitiva capace di coprire la gamma dei prodotti enogastronomici territoriali più rappresentativi in fatto di storia, cultura, tradizione. L'olio extravergine d'oliva, prima di tutto. I vini rigorosamente dei vitigni autoctoni. I sapori della gastronomia che, come taralli, pasta, olive, sott'oli, sughi, antipasti di pesce e verdure, confetture, evocano richiami antichi anche quando i processi di trasformazione e conservazione seguono le procedure più innovative.

Si è puntato in alto, insomma, nel solco del lavoro delineato nel Programma regionale di promozione dell'internazionalizzazione dei Sistemi produttivi locali per il 2009 che mira, tra l'altro, a sostenere l'apertura delle imprese verso aree di mercato capaci di offrire ampie opportunità di collaborazione economica, come gli Stati Uniti. Nello spazio espositivo, allestito al Level 1, per tre giorni è stato un susseguirsi di incontri con buyer, ristoratori, distributori, importatori, broker, e, soprattutto, opinion leader e giornalisti della stampa

I PARTNER DI SPRINT

## NEWSLETTER SPRINT

specializzata selezionati dalle Camere di commercio italiane in America. Sorprendente il risultato: oltre 160 operatori di settore hanno partecipato alle degustazioni tenute dai giovani chef pugliesi emergenti (Donato Cangelli e Stefano Masi) e commentate da due testimonial d'eccezione: Anna Capone (autrice di diverse pubblicazioni enogastronomiche) e David Furer (giornalista inglese esperto di cultura enologica).



Lo chef Stefano Masi segue da vicino gli operatori di settore nella giornata dedicata alla conoscenza dell'olio d'oliva pugliese.

E qui, i prodotti - più che la cucina tradizionale - hanno fatto scuola, legandosi tra essi nella delicatezza dei sapori e nella raffinatezza delle composizioni dei piatti ma, soprattutto, raccontando di sé attraverso le parole e le immagini dei luoghi che ne segnano l'origine e, al contempo, ne tutelano il marchio. Un commento per tutti, quello di un opinion maker che lavora per un grande distributore di Las Vegas: "Non è vero che il mercato americano è interessato solo ai vini a basso costo. La Puglia - dice - ha tutte le carte in regola per imporsi: il livello è eccezionale, anche dei cibi. Avete un tesoro nascosto". Lo sanno bene le aziende interessate che hanno accettato la sfida: Pastificio Riscossa (Corato), Consorzio Comex (Corato), Luglio Mediol (Terlizzi), Frantoio Oleario Gugliemi (Andria), Consorzio Export Apulia Food (Noicattaro), Tarall'oro (Turi), Gr.A.M.M. (Bitonto), Consorzio Capoleuca (Ugento), San Domenico (Gioia del Colle), Sapori di Casa (Conversano), Consorzio Il Tavoliere (Foggia), Ditta Petruzzelli (Cerignola), Fiordelisi (Stomarella), Sottolestelle (San Giovanni Rotondo), Sciroppo (San Severo), Azienda agricola Caccavo (Foggia),

Consorzio Paniere di Puglia (Martina Franca), Consorzio Grangusto pugliese (Grottaglie), Renna (Fasano), Consorzio Italia Puglia Export L'acropoli di Puglia (Martina Franca).



Lo stand istituzionale della Regione Puglia ha registrato un record di visitatori: circa 300 contatti in tre giorni.

Venti piccole e medie imprese capaci di mettersi continuamente in gioco per stabilizzare le quote di mercato conquistate negli anni e aprire nuove vie all'export e alla commercializzazione globale. In tre giorni lo Spazio Puglia ha registrato circa 300 contatti: un record per uno stand istituzionale, quasi un agorà, inserito tra ben 2300 espositori in rappresentanza di 75 Paesi. Ma analogo riscontro c'è stato negli stand degli operatori pugliesi, la zona calda degli affari, dove il settore ha tastato il polso al mercato nord americano nella consapevolezza di poter dare un'accelerata all'export, grazie al crescente interesse dei consumatori statunitensi per le produzioni tipiche di qualità ma, soprattutto, in virtù di una certezza: il made in Puglia ben si lega alla nuova cultura culinaria americana. Così traccia un bilancio Michele Fornelli, del consorzio Export Apulia Food: "Molta affluenza, ottimo seguito anche se molte grandi aziende hanno ridimensionato la loro immagine a causa della crisi. La Puglia ha fatto bene a puntare sulla qualità come testimoniano i contatti avuti, ma per stare sul mercato a livello competitivo le aziende devono essere supportate maggiormente a livello politico, in particolare sulle spese di trasporto".

Per informazioni sulle prossime iniziative della Regione Puglia a favore della promozione della filiera agro-industria, contattare SPRINT Puglia (tel. 080-5743103, oppure e-mail: [sprint@regione.puglia.it](mailto:sprint@regione.puglia.it)).

### I PARTNER DI SPRINT