

Mazara del Vallo, 13 ottobre 2014

Blue Sea Land, circa 600 incontri B2B: buyers italiani ed esteri molto interessati ai prodotti di eccellenza dell'agro-ittico alimentare

Circa seicento sono stati gli incontri tra oltre sessanta aziende della filiera dell'agro ittico alimentare, siciliane e nazionali, e 22 buyers di Italia, Algeria, Mauritania, Costa d'Avorio, Gabon, Italia, Germania, Giappone, Stati Uniti, Olanda, Inghilterra, ed Ucraina. Sono i numeri che emergono dalle trattative commerciali avvenute a Blue Sea Land 2014, l'expo delle eccellenze agroalimentari del Mediterraneo, Africa e Medio Oriente Allargato che si è svolto a Mazara del Vallo dal 10 al 12 ottobre.

Ancora una volta i prodotti che hanno attirato l'attenzione di operatori italiani (diversi rappresentanti della grande distribuzione) e stranieri sono stati: vino, olio di oliva, conserve sott'olio, prodotti caseari, prodotti ittici, pasticceria, pasta. Ma nel "paniere" di beni richiesti sono entrati quest'anno: agrumi, succhi di frutta bio, liquori, aceto, birra, uova, lumache, sughi pronti, carni, agroalimentare biologico, pistacchi, cereali e derivati, e perfino aromi, spezie, e sale aromatizzato. Trattative anche nel settore delle tecnologie per la produzione alimentare.

Sorrisi e strette di mano, inviti agli stand per assaggi e degustazioni; tutti hanno apprezzato l'alta qualità dei prodotti offerti. Vedi ad esempio l'esperienza del Console onorario della Mauritania nel sud Italia, avv. Francesco Napolitano, che ha partecipato ai B2B incontrando produttori e dando loro informazioni sul Paese sahariano. "Ho preso contatti -ha spiegato l'avv. Napolitano- con diverse aziende, ad esempio con una piccola azienda siciliana di sale aromatizzato considerato che in Mauritania vi sono donne che lavorano il sale. Altri contatti anche per la produzione ittica, il mare della Mauritania è uno dei pescosi al mondo, vi è anche un presidio slow food quello della bottarga di muggine prodotto dalle donne di Imraguen; la Mauritania è interessata al know-how del Distretto della Pesca siciliano e Blue Sea Land è un'ottima occasione di cooperazione".

Soddisfatto Ignazio Maltese della Punica Liquori Srl: "è andata molto bene. Abbiamo incontrato buyers del mercato del nord Europa ed in particolare della Germania. Inoltre abbiamo incontrato il rappresentante di Onesti Group Spa leader del *beverage* ed un grosso importatore giapponese; credo che vi sia la possibilità di concretizzare. Ognuno dei buyers -ha spiegato Maltese- ha un proprio modo di condurre l'incontro e ciò dipende dalla cultura di appartenenza; è molto interessante conoscere anche questo aspetto. Blue Sea Land è un'esperienza da ripetere".

"Siamo soddisfatti -ha dichiarato il Presidente del Distretto Produttivo della Pesca, Giovanni Tumbiolo- sia della quantità e qualità degli incontri B2B. L'interesse mostrato dai buyers verso quest'area del Mediterraneo e per il paniere di prodotti d'eccellenza offerto dalle aziende presenti fa ben sperare per il rafforzamento del partenariato internazionale. Il compito di un Distretto, nella fattispecie attraverso Blue Sea Land -ha sottolineato Tumbiolo- è quello di "imbandire la tavola", cioè fornire l'occasione e la possibilità di incontro fra produttori e buyers".

Francesco Mezzapelle
Responsabile Ufficio Comunicazione del Distretto Produttivo della Pesca