



A MILANO

Le aziende
del Piceno:
«Che successo
a Tuttofood»

Bellagamba a pagina 7



Marco Sciamanna, dell'azienda L'Ascolana

Il Piceno brilla a Tuttofood «Le eccellenze in vetrina»

Gli operatori soddisfatti per la rassegna a Milano: «Grande affluenza e contatti con buyer da ogni parte del Mondo. Occasione importante»

MILANO

«Oltre ogni più rosea aspettativa». È stato questo il commento più ricorrente tra gli operatori del Piceno che hanno preso parte a Tuttofood di Milano. La rassegna che si è conclusa ieri ha fatto registrare la partecipazione di 1.421 espositori e buyer da tutto il mondo. Gli imprenditori del settore agroalimentare del Piceno hanno evidenziato il buon andamento della fiera e questo rappresenta un'ottima iniezione di fiducia per il futuro. Marco Sciamanna dell'azienda L'Ascolana ci ha detto: «Tuttofood per noi è andato molto bene. Un risultato che va oltre alle nostre più rosee aspettative che hanno caratterizzato la vigilia. Abbiamo registrato una grande affluenza soprattutto di operatori del settore provenienti anche da Germania, Spagna, Inghilterra e Usa». Contento anche Andrea Emili, della Ipsa di Castignano: «L'edizione 2021 di Tuttofood è stata molto posi-

va. Sinceramente non ci aspettavamo alla vigilia l'affluenza di operatori anche stranieri che abbiamo avuto durante la rassegna milanese».

Augusto Migliori dell'omonima azienda ha aggiunto: «Per un'azienda come la nostra, storica ma piccola questa è una opportunità preziosa: il pre allestimento ci ha facilitato la presenza qui; lo spazio è contenuto ma la visibilità grande. Abbiamo incontrato buyer di Usa, Nord Europa e ovviamente Italia dove più facile la distribuzione». Soddisfatto Paride Vagnoni di Ascoliva: «Questa di Milano è una piazza particolarmente importante, da soli sarebbe stato complesso venire, il supporto di Camera e Regione è stato prezioso. Anche ad Anuga era andata bene, anche se c'è stato meno pubblico, pur avendo riportato buoni contatti. Tuttofood è più partecipato. È la prima volta che faccio una fiera con un mio proprio prodotto.. Olivetta, questa biondina che somiglia a mia nipote...». Simone Mariani, pre-

sidente dell'azienda speciale della Camera di Commercio ha detto: «La pasta, il tartufo, i ciauscoli, l'oliva ripiena e il caffè marchigiano hanno ben rappresentato il territorio e attirato buyer nazionali, europei ed extraeuropei: sono tornati gli americani, i giordani, e qualcosa si muove anche dall'Asia (Tailandia)». Conclusioni per il presidente della Camera di Commercio Gino Sabatini: «L'agroalimentare e il turismo sono due settori che hanno potenzialmente una forza straordinaria, perché strettamente legati tra loro e con il territorio. C'è grande attenzione verso i prodotti dell'agroalimentare marchigiano, una rinnovata curiosità, attenzione al dettaglio, autenticità e voglia di alta qualità: valori ai quali le Marche rispondono presente».

Vittorio Bellagamba

GINO SABATINI

«L'agroalimentare e il turismo sono due settori che hanno potenzialmente una forza straordinaria»