

Dalla Giordania a Dubai Boom commesse estere per l'alimentare orobico

Bilancio Tuttofood. Tanti buyer stranieri negli stand delle aziende alla ricerca di novità: formaggi, salumi ma anche linee bio per farine, dolci e birre artigianali

DALL'INVIATO
MAURIZIO FERRARI
MILANO

Missione compiuta. Dalla folta spedizione orobica a Tuttofood (24 aziende, numero record) arrivano segnali di speranza e soddisfazione per l'agroalimentare del territorio, che ha incontrato nei giorni della fiera milanese, il gradimento degli operatori Horeca e soprattutto di buyer arrivati da mezzo mondo. È proprio questa «pioggia» di ordini export, tutt'altro che scontata dopo l'uragano pandemia, la novità più lieta per le imprese del food, che hanno mostrato capacità di stupire con nuovi e innovativi prodotti che nei prossimi mesi potrebbero prendere la via di America, Asia, oltre che dell'Europa. «Siamo rimasti sorpresi dalla vivacità di contatti a Tuttofood - commenta Bruno Gritti, titolare de I Quattro Portoni di Cologno al Serio -: i nostri formaggi di bufala hanno riscosso l'interesse di buyer spagnoli, dell'est Europa e Usa. Il problema sono le quantità: quest'anno qualche azienda aveva prudenzialmente ridotto la produzione, ora si trova a far

fronte a richieste più ingenti del previsto». Buone sensazioni dal Caseificio Paleni di Casazza: «Piaccono i prodotti di nicchia - spiega il commerciale Francesco Piccinelli -: da Usa e Germania i contatti più concreti che svilupperemo nei mesi futuri».

«Una fiera che è esplosa»

«La fiera lo scorso weekend è esplosa come visitatori e ci ha sorpreso: segno che il nostro mondo vuol lasciarsi alle spalle la pandemia e cerca prodotti innovativi - spiega Luca Chiesa, a.d della Ibs di Azzano San Paolo -: sono piaciuti il nostro lardo millesimato e la mortadella al tartufo nero. Oltre a Usa e Canada, c'è una bella commessa dal Panama». Tra farine e riso, buone sensazioni dalla Salera di Martinengo, presente allo stand con tre generazioni: il «patriarca» Gian Carlino, la figlia Ilaria e la nipote Giorgia. «In questa edizione della rinascita, le novità sono state premiate - spiega Ilaria Salera -: non solo come prodotti, ma anche nel packaging. Noi abbiamo proposto le linee in barattolo per riso, polenta e farine, piaciuta ai buyer di Usa e Du-

bai, mentre tra le news di prodotto molto gradita la nostra birra di riso venere senza glutine». E a proposito di birre, dalla Qbeer di Montello si confermano «contatti interessanti - conferma il commerciale Paolo Bosatelli -, specie da Olanda e Polonia: incuriosisce la birra Atalanta, di cui siamo sponsor, mentre il canale Horeca sta riemergendo con tante richieste».

Segnali incoraggianti anche dal Molino Nicoli di Costa di Mezzate: «Puntiamo sulla sostenibilità - spiegano allo stand -, con la nostra nuova linea biologica di cereali, biscotti, barrette e snack. Tanti buyer anche di nazioni inedite come Giordania o Ucraina, con cui abbiamo intavolato trattative». E interesse, c'è anche per il mondo ittico proposto dalla Ge.Ne di Treviolo: «È il nostro primo Tuttofood ma l'esperienza è positiva - spiega uno dei titolari Giacomo Brivio -. Horeca e Gdo hanno apprezzato le nostre proposte innovative come la tartare al gambero rosa: abbiamo contatti perfino dal Giappone che pure sul fronte ittico è una potenza». Opportunità anche per le paste ripiene:

«Siamo venuti a Tuttofood - spiegano dalla Poker di Albano -, perché vorremmo crescere all'estero: interessanti i contatti con buyer portoghesi e dell'est Europa colpiti dalla nostra gamma di 30 paste ripiene, tra cui la linea gourmet con i tortelli al Patanegra». Chiusura con la dolciaria Quaranta di Caravaggio: «Abbiamo ordini importanti e anche inediti - commenta il direttore commerciale Fabio Quaranta -, da Turchia e soprattutto Giordania. L'ultima novità? Il torrone morbido al limoncello: ha stupito tutti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tre generazioni Salera: da sinistra, Giorgia, Gian Carlino e Ilaria



Luca Chiesa della Ibs di Azzano



Paolo Bosatelli della birreria Qbeer



Fabio Quaranta e collaboratrice allo stand Quaranta



Bruno Gritti, titolare de I Quattro Portoni FOTO GIULIO FERRARI



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.