

LA MANIFESTAZIONE. A Brixia Expo la 2 giorni per portare nel mondo il meglio dei vini e dell'agroalimentare del territorio

«InBuyer 2019», l'eccellenza conquista l'estero con Brescia

Manuel Venturi

Brescia si fa conoscere nel mondo. Grazie a «InBuyer 2019» 62 imprese del territorio si sono «presentate» a dieci rappresentanti di aziende che commerciano con l'estero (dall'Australia al Regno Unito, dalla Russia agli Stati Uniti, passando per Danimarca, Israele, Cipro e Norvegia) nel foyer di Brixia Expo: un matching tra domanda di «made in Italy», sempre più diffusa oltre confine, e un'offerta ritagliata in modo quasi sartoriale dagli organizzatori - Promos Italia e Pro Brixia, con il sostegno di Regione e Unioncamere Lombardia -, grazie a produttori d'eccellenza dei settori vitivinicolo e agroalimentare. E i buyer stranieri sono stati conquistati, in particolare, dalle esperienze delle famiglie che guidano le aziende e l'artigianalità nella produzione di olio, vino e formaggi.

NELLA DUE giorni - conclusi ieri - le occasioni di scambio di conoscenze e informazioni tra produttori bresciani e potenziali clienti stranieri sono state oltre 250, con tavoli allestiti con assaggi e brochure informative per soddisfare ogni curiosità. Ma a fare la differenza, spesso, è stato il rapporto umano, come conferma Courtney Barton da Chicago, che ha raccontato della meraviglia nel conoscere la storia di una famiglia che vive ancora in un mulino e lavora come 100 anni fa e di come un produttore di miele le abbia fatto trovare alcuni vasetti all'hotel in cui era alloggiata. «In America la richiesta di prodotti italiani è sempre più alta e Brescia è un interesse nuovo, perché non è una città conosciuta - ha detto -. C'è un mercato che chiede più diversificazione, aperto a realtà piccole e alle storie che stanno dietro ai prodotti: in questo senso, a Brescia ho trovato esempi

molto interessanti».

Anche Irina Novitskaya, direttore generale nel Paese dell'azienda russa «Italia mia», ha evidenziato l'amore per i piccoli produttori bresciani. «Anche prima della Perestrojka, il made in Italy era conosciuto e apprezzato - ha spiegato -. In Russia ci sono grandi aziende italiane molto note, ma molti clienti cercano realtà piccole e prodotti di alta qualità».

Il confronto con gli operatori esteri è stato utile anche per le aziende del territorio. Tra loro, nell'area del Garda, Cantine Scolari, rilevata nel 2015 dalla società agricola Erian e dalla famiglia Goffi: con il marchio «Cantina Bottenago» ha acquisito 35 ettari di terreno (in parte già viticolo) che diventeranno 50 il prossimo anno, quando sarà inaugurata la nuova cantina. «Abbiamo grandi obiettivi, puntando soprattutto sulla tipicità e sul Lugana, già propo-

sto in due versioni con una colorazione che lo distingue dagli altri - ha precisato Veronica Franchini, che si occupa dell'export -. All'estero ci stiamo affacciando ora, non prima di aver migliorato puntando soprattutto su un'identità ben precisa».

LA STORIA della Cedral Tassoni affonda le sue radici addirittura prima dell'Ottocento, ma il business oltre confine è diventato una realtà solo 4 anni fa. «Ora vendiamo in 23 nazioni, con una forte presenza negli Emirati Arabi, mentre per il 2020 puntiamo a rafforzarci negli Usa, nei Paesi arabi, in India e in Oriente - ha annunciato Tiziana Damioli -. Partiamo da Salò e raggiungiamo il resto del mondo, soprattutto con la cedrata, le toniche e le bevande biologiche a fiori: questo tipo di iniziative può aiutarci ad allargare il mercato». ●

Sessantadue aziende a confronto con buyer stranieri, conquistati «da produzioni di grande qualità che riscuotono ampio consenso»



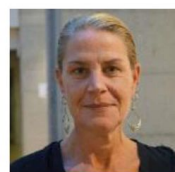
Veronica Franchini



Irina Novitskaya



A Brixia Forum l'eccellenza made in Brescia si presenta al mondo



Courtney Barton



Tiziana Damioli



Peso: 38%