

Con oltre 100 mila presenze la rassegna *Italie à table* ha confermato il rilancio dell'enogastronomia

Food, Nizza sostiene l'export italiano

Nei primi 2 mesi del 2006 il giro d'affari in Francia al +8,4%

Pagina a cura
DI LIVIA PANDOLFI

L'artigianato agroalimentare italiano seduce la Costa Azzurra. In passerella sulla promenade des anglais, la celebre passeggiata bordo mare di Nizza, i prodotti tipici dell'enogastronomia italiana hanno richiamato, infatti, oltre 100 mila visitatori nel corso della manifestazione «L'Italie à table». La mostra mercato è stata organizzata dal 1° al 4 giugno dalla camera di commercio italiana della città francese, con il patrocinio dei ministeri delle politiche agricole e forestali e delle attività produttive e la collaborazione di Cna alimentare.

Si conferma, dunque, dopo un 2005 non esaltante, la ripresa dell'export del settore alimentare verso la Francia, che nei primi due mesi del 2006 ha fatto segnare un aumento dell'8,38%. Un mercato difficile, per noi, quello dei cugini d'Oltralpe che eccellono nel mondo proprio con vini, formaggi e tutto ciò che stuzzica il palato. Eppure le piccole imprese italiane sono riuscite a Nizza a sedurre il difficile palato dei francesi con il repertorio migliore del gusto made in Italy. Dai salumi, che l'hanno fatta da padrone, a partire dal celebre prosciutto emiliano ai salami, alla mortadella, all'olio rigorosamente d'oliva. E poi il parmigiano, la mozzarella, ma anche il miele (apprezzatissimo) e il cioccolato, i dolci tipici, le confetture, i dolci alla genovese. Quindi il repertorio classico: pizza, il gelato, il caffè espresso e persino, quasi sfacciatamente, i vini.

«Si rinnova così con questa seconda edizione di *Italie à table* il progetto di alleanza tra



La mostra mercato

Italia e Francia per valorizzare la gastronomia di alta qualità», ha commentato Sandro Moscardi, presidente Cna alimentare. La manifestazione, secondo gli artigiani presenti è stata utile per farsi conoscere in Francia e prendere le misure del nuovo mercato. «È un'esperienza positiva», dice Mirco della Vecchia, cioccolataio di Cna alimentare. «Oltre ai visitatori che hanno assaggiato i nostri prodotti abbiamo avuto contatti interessanti e ordini per il futuro».

Ai cugini è piaciuta anche la porchetta e la mortadella bolognese, come quella portata a Nizza da Andreino Cavallini di Budrio (Bologna) «anche se», dice il salumiere, «si tratta soprattutto di turisti». E ancora: i prodotti liguri della compagnia dei sapori hanno fatto centro, così come l'enogastronomia del Veneto. «Alcuni francesi», racconta Franco Cestonaro, responsabile della promozione della Cna di Rovigo, «sono tornati con il sachetto o la scatola dell'anno scorso, proprio per comprare lo stesso prodotto».

Per ora, dunque, largo so-

prattutto all'acquisto «à porter», che però nel prossimo futuro può e deve diventare business. «È il nostro obiettivo», spiega Agostino Pesce, direttore della Cciaa italiana a Nizza, «vogliamo creare una rete di acquirenti che commercializzano questi prodotti italiani così apprezzati qui a Nizza». Ma il legame tra Italia e Francia coltivato dalla camera di commercio italiana a Nizza è a due corsie: «Sviluppare le proprie relazioni d'affari con l'Italia» è stato, infatti, il titolo dell'incontro organizzato a vantaggio delle imprese francesi interes-

sate al mercato italiano alla presenza del presidente della cciaa italiana a Nizza, Nicola Caproni, e del presidente della camera di commercio e dell'industria Nice Côte d'Azur, Dominique Esteve. Nel corso dell'incontro sono state illustrate le differenze tra mercato italiano e francese, con attenzione particolare al territorio e alle nostre realtà distrettuali, ovvero alla difficile normativa che necessita di interpretazione con l'aiuto di consulenti e commercialisti (intermediari di cui i francesi, per loro fortuna, non hanno bisogno).

«Con questa manifestazione», conclude Daniela Piccione, responsabile di Cna alimentare, «abbiamo voluto sostenere le piccole imprese tagliate fuori dalle grandi iniziative espositive che trascurano la realtà e le esigenze dei tantissimi artigiani produttori di altissima qualità non in grado però, da soli, di internazionalizzarsi. Il successo di *Italie à table* dimostra che quando l'artigianato e la pmi riescono ad arrivare al pubblico straniero sanno riscuotere un grande successo. (riproduzione riservata)

Cna: «Premiata la qualità»

Nel nome della qualità. È questa la chiave del successo delle pmi italiane che stanno tentando la conquista del mercato enogastronomico della Costa Azzurra. A esserne convinto è Daniele Vaccarino, vicepresidente della Cna presente a Nizza nel corso della manifestazione «*Italie à table*».

«Il crescente successo di questa iniziativa è dovuto alla scelta intelligente di portare a conoscenza del mercato francese la qualità dei prodotti italiani», spiega infatti Vaccarino. «Le imprese artigianali dell'enogastronomia hanno capito il messaggio e puntando sulla bontà dei loro prodotti stanno penetrando il mercato. Per alcuni di loro la partecipazione a *Italie à table* è ancora soltanto un trampolino di lancio, ma si tratta di un investimento per il futuro nella ricerca di clienti stabili».

Costa Azzurra, la vetrina più elegante

Un mercato di alta qualità, forse persino snob, come si conviene al cliché dei cugini d'Oltralpe. Sicuramente frequentato da molti stranieri, inglesi soprattutto ma anche americani. E italiani, ovviamente. È la Costa Azzurra l'obiettivo delle nostre piccole imprese di qualità dell'artigianato alimentare. Che puntano, adesso, anche sul settore alberghiero, in via di forte rinnovamento. Come la struttura del Beau Rivage, ristorante in spiaggia e olistico italiano a tavola come tocco di classe.

«Abbiamo ristrutturato l'albergo e fatto uno sforzo particolare proprio per rinnovare la spiaggia», spiega Antoine Attia, direttore dell'Hotel Beau Rivage. «Qui a Nizza siamo i primi ad aver introdotto la musica e la possibilità di cenare direttamente vicino al mare». I francesi, da buoni vicini di casa, alla clientela italiana ci tengono. E proprio in occasione della manifestazione *Italie à table*, grazie a un accordo con la cciaa italiana a Nizza, hanno ricevuto la stampa italiana con grande cordialità. Il livello della ricezione turistica della città, del resto, è notevole. Il mercatino della città vecchia che al mattino risplende di fiori e, grazie a una rapida pulizia, la sera accoglie ristoranti e espositori di oggettistica. L'offerta di casino e i tanti musei, con le opere di Matisse e Chagall. E poi le colline dai panorami mozzafiato. Ma anche il secondo aeroporto francese, un centro congressi, l'Acropolis, che apre la città ai congressi e agli affari e uno dei centri di ricerca più grandi di Europa, Sophia Antipolis.