

La Nazione

La Germania fa shopping in città Incontri con le aziende alimentari

Due giorni di contatti organizzati dalla Camera di Commercio

di MARCO A. INNOCENTI

LA «OLD ECONOMY» viene in soccorso dell'imprenditoria pistoiese e lucchese oggi che molti altri settori conoscono una profonda crisi di produzione e di ordinativi. Lo dimostra il workshop organizzato all'Apt di Viale Verdi dalla Camera di Commercio di Pistoia e da Lucca Promos, braccio operativo della Ccia lucchese. Trenta aziende agroalimentari e vitivinicole, equamente suddivise fra le due province, incontrano 14 grossi acquirenti della Germania, venuti da Münster, Düsseldorf, Brema, Heidelberg, Stoccarda, Amburgo, Gottinga e altre località, selezionati dall'Ice di Düsseldorf e fortemente interessati a importare produzioni di alta qualità di quest'area toscana. Si registrano già i primi ordini di discrete quantità di prodotti.

«QUESTE INIZIATIVE — dice l'assessore provinciale al turismo Nicola Risaliti — portano forte entusiasmo sia nel mondo dell'imprenditoria che in quello del turismo, perchè la valorizzazione dei nostri prodotti agroalimentari d'eccellenza sono uno dei mezzi migliori per far apprezzare anche i nostri territori sotto molteplici punti di vista. Il workshop è quindi il momento in cui la promozione fatta all'estero anche con i prodotti tipici si trasforma in benefici economici tangibili per le aziende locali. Non è un caso che parecchi marchi presenti nel recente passato in occasione di missioni all'estero delle Apt, siano adesso in prima fila anche al workshop di Montecatini. Un plauso dunque alle due Camere di Commercio per l'iniziativa sinergica». «Con questo workshop — spiega Stefano Morandi, intervenuto in rappresentanza della Camera di Commercio di Pistoia — si consolida lo stretto rapporto fra i due enti. E altre ottime sinergie sono in progetto, allo scopo di raggiungere risultati sempre migliori per l'economia delle due province».

«LUCCA PROMOS — dice il presidente Osvaldo Bertuccelli — è sempre lieta di collaborare con Pistoia anche sul fronte dell'agroalimentare e del florovivaismo, settori per i quali stiamo portando avanti progetti comuni molto interessanti. Presentarci a possibili acquirenti con le necessarie economie di scala è un punto di forza per le nostre proposte. In più, tramite tali iniziative organizzate a casa nostra, si centra l'obiettivo di far conoscere direttamente la ricchezza turistica legata alla gastronomia, all'olio e al vino del nostro territorio. E stiamo parlando di una fascia di mercato medio-alta, cioè di un target particolarmente ambito e utile al rilancio dell'economia. Sono queste le iniziative più proficue che un ente come la Camera di Commercio può realizzare per dare un sensibile contributo a uscire dalla crisi, anche nate in tempi ben precedenti. Ma da quando l'economia è in recessione, le richieste di partecipazione da parte delle aziende sono raddoppiate».