

L'INIZIATIVA Tre giorni di incoming online, 60 matching tra i buyers croati e le aziende della pesca

Distretto ittico, virtuale e reale

Promossi la "regionalizzazione" e l'import di vicinato con Zagabria. Gambato: "Crediamo in questo settore"

Luca Crepaldi

ROVIGO - Parola d'ordine "regionalizzazione". È questo il messaggio più importante uscito ieri dall'incontro virtuale "Lontani ma vicini", promosso dal Distretto ittico di Rovigo e Chioggia nell'ambito della promozione dei colloqui d'affari online con l'Europa.

L'appuntamento è la fase finale di una importante iniziativa che il Distretto, nonostante le numerose restrizioni attuate in questo periodo a livello mondiale, ha voluto comunque realizzare a favore delle imprese del settore. Un incoming virtuale di operatori stranieri, realizzato in tre giorni di colloqui online questa settimana tra aziende del settore ittico italiane e straniere. Lo scopo è stato quello di favorire nuove opportunità di business con i mercati esteri più interessanti. I potenziali buyers stranieri collegati sono operatori della grande distribuzione con un interesse per il pescato fresco e per il trasformato.

L'iniziativa è stata organizzata dal Consorzio Distretto Ittico, con il sostegno diretto della Camera di Commercio di Venezia e Rovigo in collaborazione con il Nuovo Centro Estero del Veneto. Ha coordinato i lavori, nel resoconto dell'incoming, Massimo Barbin, presidente del Distretto ittico di Rovigo e Chioggia. Collegati da remoto Gian Michele Gambato, vicepresidente della Camera di Commercio di Venezia e Rovigo, Sandra Di Carlo, direttrice Ice di Zagabria, Melanie Savian di Op Bivalvia e Luciano Fornari di Coplast Packaging. L'apertura dei lavori è stata affidata a **Gian Michele Gambato**, visto che la Camera di commercio di Venezia e Rovigo ha permesso di svolgere l'iniziativa, finanziando il Distretto. "Lontani ma vicini" mi piace come titolo, in questo periodo è tutto molto difficile e anche il mondo della pesca sta vivendo un momento molto complicato - le parole di Gambato - l'incontro di oggi dimostra che il mondo della pesca ha una struttura con una forte resilienza, costruita su importanti tradizioni. Del resto parliamo di una struttura da 800 milioni di euro di fatturato, 8mila addetti

distribuiti in 3mila aziende. E c'è quel rapporto storico col territorio, che apporta cultura, oltre che economia". "E allora il Distretto, oltre a raccontare quanto è avvenuto negli incontri coi buyers, dovrà raccontare la sua forza e le esigenze che ha per essere sempre vivo e portatore di economia - aggiunge Gambato - nel territorio di Rovigo, Chioggia ma in generale in tutto l'Adriatico c'è una filiera che si muove e caratterizza il territorio. L'incoming è stato importante in questo momento, per dare fiducia nel futuro con una visione di insieme dove tutti devono partecipare". "Sono convinto che la nuova giunta della Camera di commercio avrà un ruolo nella pesca perché crediamo in questa attività nei suoi valori e nel suo lavoro - conclude - questo settore appartiene non solo ai pescatori, ma a tutti noi".

A prendere la parola, quindi, **Sandra di Carlo**, in collegamento da Zagabria, capitale della Croazia. "Mi ha fatto piacere vedere l'organizzazione di questa iniziativa - le sue parole - il cui bilancio è completamente positivo. Sette operatori delle principali catene distributive della Croazia hanno riscontrato un grande interesse riguardo alle aziende italiane. Rispetto ai feedback i distributori si sono dichiarati molto soddisfatti, soprattutto dell'organizzazione e della qualità degli incontri. Hanno privilegiato il trasformato, perché sono catene distributive". "Un invito che faccio, dopo questa prima conoscenza, è di continuare e fare subito follow up, inviare ciò che è stato concordato perché l'interesse c'è, anche per strutturare delle partnership" aggiunge Di Carlo. "Dopo la globalizzazione, la nuova sfida sarà la regionalizzazione - sottolinea - passi più corti ma più radicati, privilegiando i rapporti con il vicinato. Noi siamo molto attivi in Croazia, come lo siamo in Bosnia, con la volontà di supportare le piccole e medie imprese. C'è una affinità culturale tra Italia e Croazia, un modo di fare business molto simile. Del resto la Croazia è il secondo partner commerciale dell'Italia, con una crescita del 10% dell'import del made in Italy, che vale 1,4 miliardi di euro".

"Inoltre in Croazia c'è un mercato stabile economicamente e politicamente, nel 2023 ci sarà il cambio di moneta con l'arrivo dell'Euro e la Croazia partecipa a molti programmi di investimento europei - conclude - oltre a possedere una manodopera professionalizzata e multilingue".

Due le aziende che hanno raccontato la loro esperienza riguardo a questo incoming. La **Op Bivalvia** rappresentata dal **Melanie Savian**, che ha sostituito il direttore dell'azienda, **Mario Vio**. Savian ha ricordato le difficoltà causate dalla pandemia, la buona ripresa durante l'estate durante la quale l'azienda ha percorso nuove strade. "Ci siamo reinventati con servizi di delivering per raggiungere il consumatore in maniera diversa - ha spiegato - cosa che ci ha permesso di avere molti nuovi contatti nel mondo della ristorazione. Riguardo ai colloqui di questi giorni sono stati molto costruttivi, con scambi di idee produttivi anche per capire come gli altri affrontano la pandemia. Abbiamo avuto feedback positivi dai clienti con i quali stiamo già scambiando brochure e listini". "Il prodotto trasformato che realizziamo, con le certificazioni ottenute, grazie alla filiera corta ci porta comunque a raggiungere mercati dove questi prodotti non arrivavano, garantendo freschezza e qualità" ha spiegato. "Gestire i pescatori non è per niente semplice - ha concluso - ma cerchiamo di trovare soluzioni e strumenti attraverso i quali aiutare anche gli altri, oltre a noi stessi, incentivando i prodotti made in Veneto".

Luciano Fornari è invece il titolare di **Coplast Packaging**, azienda che si occupa di imballaggi per il settore ittico. "Bisognerebbe averle sempre opportunità come questa dell'inco-



ming - ha dichiarato - abbiamo sempre investito per poter promuovere iniziative sul packaging ecosostenibile e riciclabile. Siamo una realtà piccola, ma con iniziative importanti per la parte prevalente del riciclo e recupero della materia plastica. L'incontro ci ha permesso di far vedere i nostri prodotti e i buyers sono rimasti allibiti nell'apprendere con quale velocità riusciamo a recuperare la plastica. Attraverso il Conip, consorzio al quale ci appoggiamo, riusciamo a recuperare il 90% della materia plastica che immettiamo nel mercato col packaging secondario". "Se non ci fosse stata la pandemia avremmo anche già installato impianti sul territorio per eliminare i materiali plastici, riciclandoli - conclude Fornari - grazie anche alla Camera di commercio e a Confindustria. E queste iniziative meritano un applauso, possono dare un futuro alle nuove generazioni qui vicino a casa, coi paesi confinanti, sviluppando concetti di vendita che poi si possono portare a livello europeo".

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Da sinistra Gian Michele Gabato, Massimo Barbin, Sandra Di Carlo, Luciano Fornaro e Melanie Savian