

MANIFESTAZIONI. Dal 7 al 10 aprile insieme con Vintaly ed Enolitech

Il meglio del cibo italiano in vetrina a Sol&Agrifood

Mantovani: «La rassegna consentirà un numero di incontri B2B altrimenti impossibile per le pmi»

Sol&Agrifood, www.solagrifood.com, con i suoi espositori guarda ai mercati emergenti, senza perdere di vista i consumatori europei e del Nord America, zoccolo duro delle esportazioni del made in Italy alimentare, che con un +8% nel 2012 sul 2011 sono salite a 25 miliardi di euro, facendo del settore la prima voce dell'export nazionale.

Nel padiglione C di Veronafiere, Sol&Agrifood, dal 7 al 10 aprile 2013 in contemporanea con Vintaly ed Enolitech, pro-

porrà, si legge in una nota di Veronafiere, numerose iniziative per il business. Tra queste Gdo Buyers Club per l'incontro con la grande distribuzione; Buyers Club Online e Walk Around Oil Tasting, dove i trader esteri potranno assaggiare, guidati dal capo panel del concorso, gli oli extravergine d'oliva vincitori del concorso Sol d'Oro. Per la prima volta sarà realizzato il catalogo di tutti gli oli vincitori con il giudizio del panel e il Ristorante Goloso li proporrà nel carrello.

Spazio alla pasta sarà dedicato con l'anteprima di **Pasta-Trend**, salone di Veronafiere e Avenue Media, evento realizzato per affermare il primato italiano della filiera.



Giovanni Mantovani

In un salone che vuole fare anche cultura del prodotto, sottolinea la nota, entra di diritto il polo di degustazione del Centro Studi Assaggiatori, che propone il Grappa & C. Ta-

sting, banco d'assaggio che fornisce le tendenze sensoriali nel settore degli spirits (grappe, amari, liquori), il Coffee Experience e la nuova sezione Narratori del Gusto Special Guests dedicato quest'anno ai vini da dessert.

La possibilità di presentare più merceologie e i nuovi servizi agli espositori, precisa Veronafiere, hanno convinto molti produttori a presentarsi autonomamente, senza l'ombrello di uno stand istituzionale. Una tendenza che rispecchia la fisionomia del tessuto produttivo nazionale, polverizzato ma fortemente proiettato all'export.

«Da questa consapevolezza», afferma Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, «nasce il nostro impegno a diventare volano delle aziende espositrici con iniziative mirate a stimolare un numero di contatti b2b altrimenti impossibile per le piccole e medie imprese». ●

Vitivinicultura, imprese a +14,8% in un tricinio
Il Gioiardo di Rana «prodotto dell'anno»
Il meglio del cibo italiano in vetrina a Sol&Agrifood
Due corsi per manager delle manifatture
ANNUNCI ECONOMICI
AVVISI LEGALI
TUTTI GLI ALTRI ANNUNCI ECONOMICI SONO PUBBLICITÀ NELL'INSERTO ARENAFFARI DI OGGI