

Iniziativa con un duplice obiettivo: attirare investimenti dall'estero e dare una spinta all'internazionalizzazione del made in Italy

San Vittore e Singapore uniti dagli affari sul food

Nove grandi aziende del settore alimentare provenienti dall'Asia in visita da Amadori

CESENA. Da Singapore a San Vittore per fare la conoscenza di Amadori, azienda leader nel settore avicolo. Due giorni fa, nove aziende del Paese del Sud-est asiatico hanno fatto tappa a Cesena. La visita è stata organizzata nell'ambito di un viaggio d'affari organizzato dalla Italian Chamber of Commerce in Singapore con la collaborazione con la Singapore Chinese Chamber of Commerce & Industry per sostenere la crescita delle aziende del settore alimentare del sud-est asiatico. Lo scopo del viaggio, che si concluderà oggi, è quello di prendere contatto diretto con le principali realtà del settore alimentare italiano, approfondire le opportunità di business of-

ferte dal mercato e valutare eventuali sinergie. Diverse le nicchie rappresentate dalle nove aziende: da Aries Fresh Pte Ltd, produttrice e importatrice di frutta e vegetali, Focus Network Agencies Pte Ltd, distributore di cioccolato e di prodotti dolciari e Sin Hin Frozen Food Pte Ltd specializzato nella distribuzione e nella vendita di

pesce surgelato, a Jcs-Echigo Pte Ltd operativa nel settore le lavastoviglie professionali, Kenzone Singapore Pte Ltd, fornitore di servizi logistici o Teckwal Industrial Corporation Ltd specializzata nel packaging. Nella ristorazione poi figurano sigle quali Jumbo Group of Restaurants Pte Ltd, nato nel 1987 come ristorante di pesce e famoso

per il "chilli crabs", arrivato a servire oggi circa 6 mila pasti quotidianamente, Hero Holdings Pte Ltd specializzata in tiramisù o ancora Royal T Group Pte Ltd, catena di ristoranti con oltre 60 locali a Singapore.

«L'obiettivo di iniziative come questa - dichiara il presidente della Iccs, Federico Donato - è duplice: da un lato, favorire gli investimenti nel nostro paese mettendo in contatto diretto gli imprenditori dei due continenti, dall'altro supportare lo sviluppo dell'internazionalizzazione verso un hub strategico per il sud-est asiatico. In questo contesto il settore del food in virtù dell'eccellenza che caratterizza il made in Italy offre sicuramente in-



teressanti opportunità di collaborazione e crescita».

I margini di sviluppo, in particolare nel comparto agricolo, ci sono comunque anche sul mercato interno. Lo dicono in modo chiaro alcuni numeri: in Italia i consumi delle carni avicole rappresentano circa il 25% del consumo totale di car-

ne e sono molto al di sotto della media europea; il consumo di pollo, escludendo gli altri volatili, è pari a 13,6 chili l'anno pro-capite, contro i 17,8 medi nell'Unione Europea. E tra l'altro, secondo l'istituto di ricerca Nutrition Foundation of Italy, un'a dieta maggiormente basata sulle carni avicole avrebbe effetti benefici anche sulla salute.



A sinistra, la sede dell'azienda Amadori, a San Vittore, dove si sono ritrovati colossi del comparto food provenienti dall'Asia