



## Due oli italiani e uno cileno sul podio del Sol d'oro

Il concorso oleario si è svolto alla Fiera di Verona

L'olio migliore è ancora quello italiano, ma nello scenario internazionale altri produttori crescono. Questo il verdetto dell'ottava edizione del Sol d'Oro, il concorso oleario più selettivo a livello internazionale svoltosi alla Fiera di Verona dal 15 al 20 marzo scorso nell'ambito di Sol, il Salone Internazionale dell'Olio di Oliva Extravergine di qualità ([www.sol-verona.com](http://www.sol-verona.com)) in programma dall'8 al 12 aprile in concomitanza con Vinitaly. Toscana e Lazio si sono aggiudicate il primo premio rispettivamente per le categorie "Fruttato medio" (all'azienda Villa Stabbia di Massa Cozzile (PT)) e "Fruttato intenso" (Frantoio Quattrococchi Americo di Alatri (FR)), ma al gradino più alto del podio per la categoria "Fruttato leggero" si è piazzato il Cile con l'Agrícola y Forestal Don Rafael di Santiago del Cile. Un responso che conferma ancora una volta la supremazia dell'"oliveto Italia", ma che mostra anche il grande balzo qualitativo delle aree di produzione del sud del mondo. Il Cile si dimostra quindi una

realità oleicola emergente che conta oggi solo una quarantina di aziende, ma capace di competere sui mercati internazionali con circa 2.500 tonnellate di extravergine l'anno, il 20% del quale diretto all'estero. Buoni piazzamenti in medagliere anche per la Sicilia, che conquista due Sol di bronzo, e per la Campania, con un Sol d'Argento. Al concorso hanno partecipato 191 aziende provenienti da 7 paesi (Italia, Spagna, Cile, Slovenia, Australia, Croazia e Portogallo) e da 16 regioni italiane. La selezione è stata curata da una giuria internazionale diretta da Marino Giorgetti e composta da esperti di Grecia, Slovenia, Spagna e Italia. A dimostrazione dei criteri severi imposti i partecipanti sono nettamente diminuiti rispetto ai 248 dello scorso anno. In un'annata non certo esaltante per l'olio italiano, molti produttori hanno infatti preferito non inviare i campioni, obbligatori al momento dell'iscrizione, rinunciando a priori alla partecipazione.

## Sigep: Acomag e Rimini Fiera firmano accordo quadriennale raggiunto

Vittorio Bartyan, Presidente Acomag: "Questa firma è un segnale preciso alla filiera, Sigep è il centro del nostro settore"



Nel quadro della definizione delle strategie di ulteriore sviluppo di SIGEP - Salone della gelateria, pasticceria e panificazione artigianali, la cui 32a edizione si svolgerà dal **22 al 26 gennaio 2011 nel quartiere espositivo riminese** - è stato siglato ieri pomeriggio, a Rimini, un importante accordo di collaborazione fra **Acomag e Rimini Fiera**. Da una parte l'**Associazione Nazionale Costruttori Macchine Arredamenti Attrezzature per Gelato**, che rappresenta nel settore le più importanti industrie italiane di produzione di tecnologie ed è fortemente orientata al sostegno del gelato di qualità in Italia e all'estero.

Dall'altra SIGEP, la manifestazione leader al mondo per il dolcificio artigianale, che ogni anno porta a Rimini Fiera poco meno di 100mila visitatori professionali, proponendo oltre all'expo un calendario di eventi di altissimo profilo internazionale. L'accordo quadriennale (2011-2014) sancisce di fatto un'alleanza a favore dell'ulteriore e forte promozione su scala mondiale del gelato,

nonché di tutta la filiera interessata. La prospettiva quadriennale conferisce solidità alle azioni, originando ulteriori e nuove possibilità di business per le aziende del settore. Molte le sinergie possibili e legate ad eventi, partecipazioni a fiere internazionali, organizzazione di campagne di promozione e tutto quanto sarà necessario a dare il massimo sostegno al gelato artigianale italiano in tutto il mondo e presso i distributori internazionali, a vantaggio di aziende e professionisti impegnati nel sistema gelato. "Questa firma - ha commentato **Vittorio Bartyan, Presidente di Acomag** - è un segnale per la filiera del gelato artigianale. L'Italia deve consolidare la sua leadership per continuare a primeggiare in un settore che rappresenta il miglior made in Italy in tutto il mondo. Il nostro settore è equiparabile ad un triangolo, con ai vertici i maestri gelatieri, il mondo degli ingredienti composti e quello delle attrezzature. Al centro c'è SIGEP, che rappresenta al meglio questo sistema. Mi auguro che ci seguano, per lavorare uniti e far crescere la filiera in Italia

**Vittorio Bartyan e Lorenzo Cagnoni**

e all'estero. Tutti uniti possiamo lavorare per la crescita comune. Ringrazio il presidente Cagnoni che ha voluto fortemente questo accordo al quale Acomag ha risposto all'unanimità. Sarà nostra premura approfondire il massimo impegno per dar corso ad iniziative e progetti comuni a vantaggio di tutto il sistema". "Accolgo con soddisfazione questo importante accordo - ha aggiunto **Lorenzo Cagnoni, Presidente Rimini Fiera** - che consente a SIGEP di guardare al futuro con rinnovata fiducia per raggiungere ulteriori obiettivi, così da consolidare il suo primato mondiale. L'accordo quadriennale con Acomag sancisce un'alleanza leale, è funzionale alla crescita e all'ulteriore qualificazione della nostra fiera, presupposti per i prossimi importanti traguardi. Per Rimini Fiera è una firma molto importante, un punto di svolta per garantire la stabilità e lo sviluppo di SIGEP e del gelato artigianale italiano".

## Soddisfazione per la chiusura di Moda Made in Italy al Moc di Monaco

In tenuta il salone della calzatura italiana riservato ai prodotti di fascia alta e medio-alta

Sostanzialmente positivo l'esito della manifestazione tedesca riservata alla calzatura italiana all'interno del MOC di Monaco, conclusasi nei giorni scorsi. L'evento, giunto alla sua 34a edizione, non mostra segnali di cedimento nonostante il periodo di crisi generale che sta attraversando il mercato mondiale. Si mantengono infatti stabili sia l'affluenza dei visitatori che la presenza delle aziende espositrici. "Grazie ai risultati ottenuti - commenta il presidente di ANCI, Vito Artioli - MODA MADE IN ITALY al MOC si conferma un appuntamento di sicuro interesse, dedicato alla fascia di riferimento medio-alta e alta, per il mercato della Germania e dell'area limitrofa". Sono 220 le aziende che hanno esposto i modelli della stagione autunno-inverno 2010-2011 per un totale di oltre 540 marchi. 2.840 invece i visitatori, provenienti prevalentemente dalla Germania centro-meridionale, dall'Austria e dalla Svizzera. Un pubblico non solo numeroso, ma anche di qualità. Gli espositori sono stati infatti complessivamente soddisfatti delle trattative commerciali intraprese durante la manifestazione che si colloca in un periodo strategico perché permette ai buyer di effettuare a colpo sicuro le ultime ordinazioni per la prossima stagione, dal momento che hanno già potuto farsi un'idea chiara riguardo alle tendenze del mercato. "Destinato ai buyer interessati all'eccellenza del made-in-Italy calzaturiero, MODA MADE IN ITALY al MOC è anche uno strumento strategico per introdurre sul mercato della Germania le tendenze moda e per sensibilizzare le nuove generazioni, che rappresentano un'interessante fascia di mercato da conquistare - conclude il presidente Artioli. La prossima edizione di MODA MADE IN ITALY al MOC di Monaco si terrà da venerdì 8 a domenica 10 ottobre 2010.