

## Le eccellenze del Made in Italy al Gulfood 2021 - di Federica Polato

DUBAI\ aise\ - “2500 aziende, di cui 120 Italiane, 85 Paesi, Michelin stars chef, food tech e nuove tendenze, 93.000 metri quadrati di spazio espositivo, il tutto distribuito in 20 halls presso il World Trade Center di Dubai: in pillole questa è la 26ma edizione di Gulfood 2021. Per chi non la conoscesse, è la più grande fiera al mondo che riunisce i principali players nel settore del F&B. Espositori locali, regionali e internazionali convergono per lanciare migliaia di nuovi prodotti e soluzioni per soddisfare le tendenze emergenti ed ampliare le scelte dei consumatori”. A scriverne è Federica Polato in questo pezzo pubblicato in questi giorni da “Dubai Italy”, portale italiano attivo negli Emirati Arabi fondato e diretto da Elisabetta Norzi. “Nonostante l’incertezza sulla fattibilità dell’evento che ha tenuto tutti in sospenso fino all’ultimo istante, il Covid non è riuscito ad impedire lo svolgimento di questa grande maratona di incontri, di conferenze, scambi ed opportunità, sempre nel rispetto massimo delle regole di sicurezza definite dal governo degli UAE. Il Gulfood si conferma ogni anno come piattaforma industriale per il trading a livello mondiale, grazie all’arrivo numerose delegazioni governative, ministri del commercio e decine di migliaia di professionisti dell’industria alimentare, contribuendo così a rafforzare la posizione di Dubai come crocevia del commercio internazionale. Questo evento si accredita dunque come una grande vetrina per tutti i Paesi del mondo e quindi anche per l’Italia. Regina tra i partecipanti, emerge per l’elevatissima qualità, genuinità e sicurezza dei propri alimenti in rispondenza ai più elevati standard di elaborazione e preparazione. Piccole e medie imprese del Made in Italy eccellono ancora una volta, mettendo in luce un’Italia capace di combinare tradizione e innovazione o, come sottolineato dal direttore di ICE Amedeo Scarpa: “Un’Italia che rispetta la tradizione innovando, o innova tradizionalmente”. “Difatti”, aggiunge, “tante sono le start up italiane nel settore dell’agri-food approdate nella capitale emiratina in questi giorni”. Tra i protagonisti del Padiglione Italia, lo stand Italian Food Lab, organizzato da Italian Trade Agency e rivelatosi un vero e proprio evento nell’evento: cooking classes, sfide di pasta dimostrazioni culinarie da parte di alcuni Chef italiani tra quelli maggiormente stellati hanno contribuito a far brillare il settore Italiano. Il Gulfood si è articolato anche in una vasta gamma di sessioni e tavole rotonde che hanno visto coinvolti alcuni dei più grandi nomi del settore F&B, leader dell’industria alimentare e grandi rivoluzionari per esaminare e discutere delle ultime sfide ed opportunità legate al mondo del food. Queste vertono principalmente sull’esigenza di adottare nuove tecnologie che diano maggiore impulso al settore ma anche scelte più sostenibili, con maggiori e più sane opzioni alimentari, il tutto in linea con le tematiche che faranno da sfondo ad Expo 2020. Per quanto riguarda l’Italia, la sfida principale è costituita dalla necessità di dotarsi di un effettivo canale di e-commerce, avvertita anche prima della pandemia. “Digitalizzarsi è ora un imperativo nel settore alimentare anche per l’Italia, da sempre in posizione di grande forza per tradizione e know-how” ha dichiarato l’ambasciatore d’Italia negli Emirati Arabi, Nicola Lener. L’evento sta volgendo al termine (ndr finito ieri) ed anche se l’affluenza è stata indubbiamente minore rispetto agli anni precedenti, la 26ma edizione di Gulfood ha visto la partecipazione di un elevato numero di visitatori ed aziende. Quelle approdate alla fiera, difatti, sono quelle che hanno avuto la forza di scommettere sul loro futuro con la consapevolezza che il mondo continua a muoversi e che, nonostante tutto, le opportunità non cessano di esistere”. (aise)