

Siracusa, Catania e Ragusa regine di "Sicilia Madre Terra": turismo e agroalimentare

Un entusiasmo crescente nelle tre tappe di "Sicilia Madre Terra" tra turismo e agroalimentare. Un progetto organizzato insieme dalle cinque Camere di Commercio di Siracusa, Catania, Ragusa, Enna e Caltanissetta per la promozione del territorio della Sicilia sud-orientale e delle sue eccellenze a cominciare da turismo e agroalimentare, partendo dall'olio per arrivare ai prodotti classici come il vino e a quelli peculiari dai legumi, ai salumi, ai dolci e non solo.. Buoni i risultati ottenuti in termini di conoscenza del territorio e apprezzamento del prodotto che la Sicilia può garantire.

Sono stati 35 i buyers internazionali provenienti dalla Cina come dal Kazakistan, dall'India al Brasile, dal Canada ai paesi scandinavi che nelle quattro giornate tra Catania e Siracusa hanno acquisito la piena consapevolezza dell'appeal del territorio siciliano e che hanno potuto toccare con mano le peculiarità di una terra che ha mostrato di avere tanto da offrire. In più almeno una dozzina i buyers dell'olio arrivati da Canada, Giappone e Stati Uniti e altri 16 quelli che da Francia e Germania si sono occupati di agroalimentare con oltre un centinaio di sellers in totale nelle diverse tappe che hanno mostrato i prodotti, le strutture e il territorio al meglio. Turismo prima e olio ma anche vino e i tanti prodotti dell'agroalimentare nella tappe di Ragusa sono state le priorità che operatori e produttori locali hanno messo in mostra attraverso un evento che ha avuto riconoscimenti chiari in termini di apprezzamenti.

Un evento necessario e da ripetere per un territorio che ha bisogno in particolare, (riguarda soprattutto il settore

turistico ma di riflesso evidentemente anche i prodotti e l'agroalimentare), di essere visitato, conosciuto, toccato direttamente con mano dai buyers internazionali.

Questa almeno l'unanime richiesta arrivata anche dai diversi operatori del territorio. In campo turistico esplicito è stato l'apprezzamento giunto da tanti, nuovi e importanti mercati come la Cina o l'India che hanno verificato le priorità climatiche, gastronomiche, che il territorio può offrire. In qualche caso sono stati anche indicati gli accorgimenti per un'offerta più completa ed adeguata

Il turismo è stato nucleo importante e per certi versi centrale di "Sicilia Madre Terra" che ha visto anche ammirare, promuovere, conoscere il territorio da sei travel blogger abituati all'esplorazione di nuove realtà ma non per questo meno curiosi o meno affascinati rispetto allo spettacolo mostrato dalla Sicilia sud-orientale in queste giornate.

Alla scoperta di Siracusa, Noto, Ragusa dopo Catania e l'Etna sono andati anche gli oltre 30 buyers turismo che non si sono persi assolutamente nulla così come intensa è parsa la giornata di confronto e conoscenza delle proprietà dell'agroalimentare e dell'olio in particolare che buyers di Giappone, Stati Uniti e Canada sono venuti a ricercare proprio in Sicilia esplorando nuovi mercati. E convinti che la Sicilia orientale tutta con i territori coperti dalle cinque Camere di Commercio possa essere un punto di riferimento per lo sviluppo turistico futuro.

Intensa anche la presenza di una delegazione turismo israeliana che ha sfruttato il tempo a disposizione per poter conoscere il territorio e le sue offerte in termini di strutture turistiche presenti.