

Londra e New York nuove sedi per il business ortofrutticolo

Marco Gregorelli

Mentre dal 4 al 6 maggio a Londra si è tenuta la seconda edizione del London Fresh Produce Show, la più importante manifestazione dedicata agli operatori dell'ortofrutta in Inghilterra, la stessa organizzazione sta preparando il New York Produce Show and Conference che si terrà nella Grande Mela dall'1 al 3 dicembre prossimi.

Il Corriere Ortofrutticolo ha intervistato Jim Prevor, che assieme a Tommy Leighton e al Fresh Produce Consortium ha dato vita alla fiera-show londinese, che dopo solo un anno ha raccolto più di 128 espositori provenienti da 40 paesi. E' stato ottimo anche il ritorno in termini di visitatori, con oltre 1500 persone inclusi grossisti, ristoratori, operatori del settore, produttori, importatori ed esportatori che hanno varcato l'ingresso del salone sito nella incantevole cornice della Grosvenor House, situata presso il Marriott Hotel.

Mr. Prevor, quest'anno ha avuto luogo la seconda edizione del London Fresh Produce Show al Grosvenor Hotel. Potrebbe dirci qualcosa sulla storia di questa fiera?

"Parto un po' da lontano, per presentarmi. Sono cresciuto in una famiglia impegnata da più generazioni nel commercio ortofrutticolo. Per quattro generazioni negli Stati Uniti e ancor prima per innumerevoli generazioni fuori Kiev. A New York siamo stati grossisti, esportatori e importatori, e infine anche dettaglianti, ristoratori e attivi in altri aspetti del settore. Ho lanciato la rivista 'Produce Business' negli Stati Uniti e questa è servita come piattaforma per tutto quello che abbiamo creato e che ora include molte riviste, siti internet, newsletter ed

Cresce l'esperienza del Fresh Produce Show che si è svolto nella capitale britannica dal 4 al 6 maggio e tornerà nella "Grande Mela" dall'1 al 3 dicembre prossimi



Jim Prevor, durante il suo intervento al "The London Produce"



eventi. Cinque anni fa abbiamo lanciato un evento in America, chiamato The New York Produce Show & Conference. E' cresciuto rapidamente e riunisce persone del settore che vengono da tutto il mondo per imparare, condividere idee, fare network, business e non solo. E' un punto focale per gli attori più influenti nel settore ortofrutticolo a livello mondiale. Abbiamo visto a Londra una grande opportunità, una città simbolo e magnetica in grado di attrarre i più talentuosi personaggi del settore da tutto il mondo. Abbiamo quindi pensato di poter portare all'interno di questo mix

la nostra esperienza e i nostri contatti del settore per creare un evento unico nel suo genere. Abbiamo unito le forze con un mio vecchio amico, Tommy Leighton (che è stato in passato editore e direttore del The Fresh Produce Journal) e con il Fresh Produce Consortium, l'associazione per il commercio ortofrutticolo del Regno Unito, e nel 2014 abbiamo lanciato in grande stile l'evento e da quel momento è decollato".

Quali erano i principali obiettivi della seconda edizione e quali sono stati i più grandi passi in avanti rispetto al primo London Fresh Produce Show?

"Il nostro obiettivo è sempre lo stesso: fornire una leadership influente, educazione, possibilità di relazioni e opportunità commerciali. Cerchiamo anche di fornire servizi al commercio e alla community del settore attraverso iniziative tipo programmi per studenti, una presenza all'esterno per educare i media e i bloggers,



e supportiamo enti benefici con donazioni di prodotti, incoraggiando allo stesso tempo gli sforzi per incentivare un'alimentazione sana e quindi aumentare il consumo di ortofrutta".

Il format del London Fresh Produce Show è una combinazione smart di incontri dedicati all'innovazione e fiera tradizionale dedicata al business, dimostrazioni di cucina e visite guidate... si crea un ambiente speciale tra i suoi partecipanti. Qual è la ricetta segreta per avere partecipanti così attivi e coinvolti?

"La ricetta è avere cura. Avere cura delle persone che parteciperanno e attenzione al futuro del settore. Io penso sempre al mio bisnonno, nonno e papà che osservano dall'alto il nostro operato e mi chiedo se sarebbero stati orgogliosi di ciò che abbiamo creato. Se è così, so che stiamo andando nella giusta direzione".

Pensi che nel prossimo futuro la presenza di aziende italiane possa aumentare?

"Abbiamo avuto quest'anno a Londra un contingente di aziende molto innovative, interessate alla ricerca di nuove opportunità, che sono state espositrici: Agri-messina, Didonna Trade, Giuliano, Peviani, Topcontrol. Ci sono di sicuro molti rapporti commer-

ciali con il Regno Unito e abbiamo anche avuto buyer provenienti dall'Irlanda, Scandinavia, Belgio, Olanda e Lussemburgo, Francia, Germania e non solo. Anche buyer del Medio Oriente, India e anche Cina, più gli Stati Uniti. Quindi ogni opportunità commerciale era presente. Va anche detto che alla gente piace incontrare propri colleghi e condividere idee, quindi con il tempo vedremo a Londra un maggior numero di italiani per fare network e imparare. Siccome abbiamo così numerosi Paesi chiave della produzione stagionale, ci sono buone opportunità commerciali anche per buyer italiani. Ad ogni modo noi non siamo tanto preoccupati di essere i più grandi, ci focalizziamo semplicemente sulle persone più innovative ed esperte del settore. Abbiamo bisogno di persone con giudizi ben formati e che operano nella maniera più innovativa nel mondo dell'ortofrutta. Alcuni dei nostri principali espositori italiani, per esempio, sono leader nell'utilizzo di varietà di uva e piante da frutto con un corredo genetico di cui sono proprietari".

Dall'1 al 3 dicembre 2015 l'edizione Americana del Fresh Produce Show avrà luogo a New York. Puoi dirci qualcosa?

"Esattamente come Londra, New York è un polo attrattivo per persone interessate a divenire attori-chiave nel settore. Essendo un evento con più anni alle spalle e più grande, siamo in grado di offrire programmi speciali con un'intera giornata di seminario, come ad esempio il Simposio sul commercio mondiale e il Forum sull'ideazione di servizi per il prodotto fresco. Abbiamo chef che cucinano, studenti che apprendono, coinvolgimento mediatico, il tutto in aggiunta ai migliori e più brillanti esponenti del settore che condividono idee e fanno business. Abbiamo visite regionali e tanto altro da offrire. Il tutto in una magica New York già addobbata per il Natale!"

Potresti dare al Corriere Ortofrutticolo qualche anticipazione sul London Fresh Produce Show del prossimo anno?

"Quest'anno è stato un successo, la partecipazione è salita di oltre il 50% rispetto all'anno di lancio. Siamo determinati nel costruire un evento di ancora maggiore qualità per il prossimo anno. Speriamo che chi ha idee dall'Italia ci raggiunga, siamo sempre alla ricerca di modi di cooperare ed essere utili. Non vediamo l'ora di avere un evento più grande e migliore del 2015".