

Influencer, degustazioni, laboratori e tante aziende per l'edizione più dinamica di "Mediterranea"

9 Luglio 2024



PESCARA - Un contenitore che potesse dare spazio alle numerose realtà abruzzesi che fanno promozione del territorio. È stata una edizione ricca quella di Mediterranea, una delle più longeve fiere dell'agroalimentare abruzzese, promossa come sempre dalla Camera di Commercio di Chieti-Pescara, che è andata in scena dal 5 al 7 luglio al porto turistico.

Nell'area espositiva, gli stand delle aziende presenti, si sono intrecciati con il palco che accolto convegni e laboratori e con l'area degustazione di Slow Food, dando vita ad una piazza dinamica e vivace.

Novità assoluta di quest'anno, la decisione di rendere protagonisti diversi influencer di settore, con l'intento di andare ad attirare un pubblico ancora più giovane.

“La sfida era di rispettare l’identità di Mediterranea, che è la nostra manifestazione storica, ma cercare di creare un format rinnovato che la potesse rendere più accattivante e potesse incuriosire un pubblico di diverse età”, commenta a *Virtù Quotidiane* **Tosca Chersich**, dirigente area promozione della Camera di Commercio.

“Il feedback che abbiamo avuto dalle aziende e dal pubblico ci ha confermato che la strategia è stata giusta. Il fatto di inserire direttamente nell’area espositiva il palco dove hanno trovato spazio tanti influencer, hanno creato un luogo vivace. Le persone si sedevano per ascoltare gli interventi, per partecipare ai laboratori, e poi visitavano gli stand delle aziende presenti e degustavano i loro prodotti”.

Rucoolaaa, **Francesca Caldarelli, Davide Ianni**, Non seguo la ricetta con il suo “Giro giro tonno” sono solo alcuni dei nomi che hanno calamitato circa dodicimila persone nelle tre serate che si sono svolte.

Folta la partecipazione delle imprese abruzzesi alla 38esima edizione, con 21 aziende dell’agroalimentare, sei del settore turismo, nove stand nell’area street food, “a cui si aggiungono, inoltre, tutte le aziende rappresentate dal Consorzio Tutela Vini d’Abruzzo, dall’Enoteca regionale, da Slow Food e dai Gal Terre d’Abruzzo, ma anche dalle manifestazioni come Cerasuolo a Mare e Fermenti”, chiarisce Chersich, “proponendo così una varietà di offerta davvero significativa per il pubblico che è venuto”.

La mostra dell’agroalimentare è stata anche il palcoscenico per alcune iniziative ormai storiche dell’estate pescarese, come Cerasuolo a Mare, o Fermenti d’Abruzzo, il festival delle birre artigianali che ha vissuto nella tre giorni un’anteprima dell’edizione in programma dal 29 agosto al 2 settembre.

“Volevamo costruire un contenitore dove potessero trovare spazio le varie realtà promozione del territorio, che potessero arricchire la vetrina di Mediterranea”, ribadisce la dirigente.

Una vetrina che è stata reale, ma anche virtuale, attraverso un ampio piano di comunicazione digitale che ha visto migliaia di interazioni.

Le aziende hanno presentato anche sui canali social i loro prodotti e il pubblico è stato protagonista grazie al contest “Core a core, la tua anima abruzzese”, in cui gli abruzzesi doc e non solo sono stati chiamati a girare un proprio video per raccontare cosa significa per loro essere abruzzesi.

A vincere il primo premio del contest, pari a cinquecento euro messo a disposizione dalla

Camera di commercio Chieti-Pescara, **Luigia Imbustaro** con il video “Anima e Radici”.

“Abbiamo riprodotto i video nella serata finale e poi la giuria ha individuato il vincitore. Tutti questi fattori, dunque la qualità delle aziende partecipanti che è sempre altissima, e la dinamicità data dal mondo social, hanno creato un mix che ha reso Mediterranea molto fresca, nuova e hanno segnato la strada” anticipa Cherisch, “che seguiremo anche nelle prossime edizioni”.

“Si è chiusa per la Camera di commercio una settimana ricchissima di impegni per la valorizzazione delle imprese del nostro territorio, prima con Phenomena e poi con Mediterranea”, aggiunge il presidente della Camera di Commercio, **Gennaro Strever**. “Si apre adesso, un autunno foriero di ulteriori novità che ci vedrà impegnati insieme alla Regione all’organizzazione del calendario Expo 2025. Continueremo ad agire sempre nell’interesse delle imprese affinché, grazie al nostro supporto, siano in grado di trovare strade e mondi nuovi per l’ampliamento dei loro mercati di riferimento”.

LE FOTO



















pubbliredazionale