

## Alimentare

# Unione italiana food Sono 450 imprese e valgono 35 miliardi

**U**na nuova associazione nel comparto alimentare nata per valorizzare il cibo italiano nel mondo. Si chiama Unione italiana food e fa parte di Federalimentare. Vi confluiscono Aidepi (Associazione delle industrie del dolce e della pasta italiane) e Aiipa (Associazione italiana industrie prodotti alimentari) e ha come presidente Paolo Barilla e come vice Marco Lavazza.

Il nuovo gruppo – presentato ieri – rappresenta 450 imprese di 20 settori merceologici differenti, che danno lavoro a 65 mila persone e sviluppano un fatturato di 35 miliardi di euro, di cui 10 di export. «Vogliamo aiutare i nostri associati a crescere, – spiega Barilla – il nostro Paese vista la tipologia delle aziende presenti, ovvero dalle multinazionali straniere ai grandi gruppi italiani, ai piccoli artigiani e industriali deve essere percepito come nazione di eccellenza. Che vuol dire territorio, infrastrutture, centri di ricerca». Sono 800 i marchi rappresentati, dal caffè, alla pasta, dai surgelati, agli integratori alimentari. L'obiettivo è quello di sfondare la quota di 50 miliardi di export per l'agroalimentare italiano nel 2020, dai 30 miliardi attuali, traguardo che di recente uno studio dell'università Cattolica ha segnalato come fattibile. «È indispensabile fare squadra e che imprese e associazioni di categoria lavorino di concerto con le istituzioni sui programmi di incentivi mirati, sugli accordi commerciali internazionali e sull'attività di contrasto a fenomeni quali la contraffazione o l'italian sounding», che da soli «fanno 60 miliardi di euro», puntualizza Lavazza.

Il comparto gode di buona salute, con un tasso di crescita media annua per il solo alimentare dello 0,7%. Ma le novità all'orizzonte potrebbero essere molte, alcune anche in fase di discussione. Come il "semaforo", la proposta avanzata da sei multinazionali estere del food di mettere un bollino (verde, giallo o rosso) sulle confezioni dei prodotti per avvisare sul contenuto calorico dei cibi. «È una scorciatoia, non una soluzione» dice Barilla. «Il focus deve essere sullo stile di vita, non sul singolo alimento», gli fa eco Lavazza. Alcune di queste multinazionali fanno però parte della neonata associazione. «Anche chi non ha le nostre stesse idee è benvenuto», conclude Lavazza.

C. Mac.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

