

Export alimentare a quota 52 miliardi: prossimo passo è superare la Francia

*Cibus verso l'edizione record 3mila aziende presenti e 600 in lista di attesa
In dieci anni le vendite all'estero di food&wine sono raddoppiate*

Micaela Cappellini



imagineconomica L'edizione 2023. Fiere di Parma ha già ospitato 22 edizioni di Cibus

«L'export dell'industria alimentare italiana nel 2023 è stato di 52 miliardi di euro: una cifra record, ma il prossimo obiettivo è superare la Francia». Ad alzare l'asticella per il made in Italy è il presidente di Federalimentare, Paolo Mascarino, che ieri ha tenuto a battesimo la presentazione della 22esima edizione di Cibus, la fiera dell'alimentare che aprirà i battenti a Parma il 7 di maggio. Un'edizione che, a sua volta, si annuncia dei record, con 2mila top buyer, 3mila aziende già iscritte all'esposizione e altre 600 in lista di attesa per uno stand. «Dopo gli anni del Covid, assisteremo anche al grande ritorno a Cibus degli operatori asiatici», ha preannunciato l'amministratore delegato di Fiere di Parma, Antonio Cellie.

Il consuntivo Istat sulle esportazioni del 2023 certifica dunque che l'agroalimentare rappresenta il 10% di tutte le vendite italiane all'estero. «Soltanto dieci anni fa l'export ammontava a 26 miliardi, dunque è raddoppiato - ricorda il presidente di Federalimentare, la cui associazione organizza Cibus insieme a Fiere di Parma -. Sono poche le aziende che riescono a raddoppiare i fatturati in dieci anni. Non possiamo prometterlo, ma l'obiettivo è di raddoppiare ancora e arrivare a 104 miliardi tra altri dieci anni». L'Italia è sesta nella classifica mondiale per export dell'industria

alimentare, dietro agli Usa, al Brasile, all'Olanda, alla Germania e alla Francia: «La differenza con Parigi sono solo 10 miliardi», ricorda Mascarino, sottintendendo che il sorpasso è a portata di mano.

I margini di crescita, per l'export italiano, ci sono tutti: «I dati sul consumo annuo di made in Italy - spiega l'ad di Fiere di Parma, Cellie - ci dicono che in Danimarca è di 130 euro procapite, mentre in Polonia non arriva a 10 euro e in Cina è meno di uno. Negli Stati Uniti è di 20 euro, in Canada di 37 e in Giappone di 8: anche su questi mercati le imprese italiane possono fare di più».

«Se trova il giusto buyer, un'azienda da 1 o 2 milioni all'anno di fatturato in pochi anni può raddoppiare, o persino arrivare a decuplicare i ricavi», ha aggiunto il presidente dell'Ice, Matteo Zoppas, anch'egli intervenuto alla presentazione. «Le fiere come Cibus - ha aggiunto - sono un motore per la piccola e media impresa. Le piattaforme fieristiche sono importanti: solo quando non si ha una cosa ci si accorge di quanto è necessaria, come è successo durante la chiusura per il Covid».

L'edizione 2024 di Cibus è stata già presentata a Las Vegas e a Tokyo, due piazze fondamentali per il made in Italy. «L'attività di promozione è fondamentale per aumentare la quota delle esportazioni italiane - ha ricordato il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, intervenendo alla presentazione di Cibus - la candidatura della cucina italiana a patrimonio dell'Unesco, per esempio, è un'operazione di promozione a costo zero, perché può contare su 250mila vetrine nel mondo che sono i ristoranti italiani. Solo in Giappone ce ne sono 20mila. Sfruttando il traino del G7 Agricoltura, che si svolgerà a Siracusa dal 26 al 28 settembre, invece organizzeremo una esposizione dedicata all'agroalimentare italiano, che si svolgerà nei sette giorni precedenti a Ortigia». Per il ministro Lollobrigida, i francesi non vanno considerati come competitor, ma come alleati in Europa: «Dobbiamo fare squadra con loro per promuovere la qualità e gli standard di sicurezza alimentare nel mondo. La standardizzazione dei prodotti è un modello nemico non solo nostro, ma anche della Francia e della Spagna».

© RIPRODUZIONE RISERVATA