

# Cibo, corre il made in Italy l'export supera 53 miliardi

► Parte Cibus: in fiera sempre più espositori ► Crescono i prodotti proteici o per allergici  
Il giro d'affari del settore vale 193 miliardi Il faro sui prezzi: listini più alti del caro vita

**SARÀ L'ANNO DEI PAESI  
DELL'AREA ASEAN,  
CON IL RITORNO  
DELLA CINA, LA GRANDE  
ASSELENTE DURANTE  
LA PANDEMIA**

## L'EVENTO

ROMA Pandemie, guerre, congiuntura e difficoltà economiche non fermano l'agroindustria italiana. Ogni tanto può momentaneamente rallentare, ma alla fine macina record su record. Così martedì a Parma per l'apertura della 22esima edizione del Cibus, il settore potrà festeggiare il nuovo primato nell'export raggiunto nel 2023: oltre 53 miliardi di euro, con una crescita del 7% rispetto all'anno precedente. «Siamo - afferma Paolo Mascarino, presidente di Federalimentare - il primo settore che si rivolge direttamente ai consumatori internazionali con i propri marchi e prodotti unici e inimitabili, rappresentando quindi un vero alfiere del Made in Italy nel mondo».

Il quadro completo del comparto sarà reso noto durante l'inaugurazione della maggiore fiera agroalimentare italiana e nel corso dell'assemblea annuale di Federalimentare alla quale parteciperanno Adolfo Urso, ministro per le Imprese e il Made in Italy, e Francesco Lollobrigida, ministro dell'Agricoltura e della sovranità alimentare. Il dato definitivo del giro d'affari dell'industria alimentare nel 2023 parla quindi di una realtà sana e performante con un valore pari a 193 miliardi di euro, il 15,6% del totale del fatturato del resto dell'industria italiana.

## I PRODOTTI PIÙ VENDUTI

«Ma oltre a generare prodotti e occupazione, con le sue attività, - aggiunge Mascarino - il settore contribuisce alla sicurezza alimentare e al benessere degli italiani, a dimostrazione del suo elevato valore sociale». Dopo il successo del Vinitaly di tre settimane fa, adesso tocca al Cibus stabilire nuovi record, a partire dal numero di espositori - oltre 3 mila, mai così alto - e dalla presenza di 2 mila buyer della grande distruzione internazionale già accreditati.

È anche l'anno dei Paesi dell'area Asean, con il ritorno della Cina, la grande assente durante la pandemia, e un'importante delegazione dal Giappone. All'appuntamento le aziende italiane, oltre ai prodotti della migliore tradizione, arrivano con un migliaio di proposte innovative, in sintonia con le tendenze gradite dai consumatori. Per esempio, i cibi proteici nel 2023 hanno aumentato le vendite del 19,6% e quelli con minor apporto di zuccheri del 23% (rilevazioni NielsenIQ).

Boom anche per i prodotti per chi soffre di allergie o intolleranze. «L'industria alimentare - afferma Marco Pellizzoni di Consumer Panel Italy GfK - punta sull'innovazione, perché riscuote un grande interesse: 18 milioni di famiglie italiane, cioè il 70,9% del totale, hanno comprato almeno un nuovo prodotto nel corso del 2023». Cibus è quindi il palcoscenico ideale per le novità. «Il made in Italy - ha affermato il ministro Lollobrigida nel corso della presentazione della fiera - è l'insieme delle migliori qualità che possiamo offrire. Dobbiamo raccontare al resto del mondo l'eccellenza del sistema agroali-

mentare italiano facendo conoscere sempre di più i nostri prodotti».

Esteri e innovazione sono quindi le armi per affrontare i fattori di rischio (volatilità delle materie prime, costi energetici, polarizzazione dei canali distributivi), ma non cancellano le incertezze e le difficoltà.

## L'IMPENNATA DEI COSTI

I dati che Federalimentare renderà noti martedì dimostrano che i prezzi alimentari al consumo - ancora nei primi mesi del 2024 - corrono più dell'inflazione. Nel 2023, a fronte di un'inflazione media del 5,7%, i prezzi al consumo del comparto si sono attestati al +9,8% e questi aumenti non riusciranno a coprire l'impennata dei costi di produzione, perché causati da fattori esogeni alle imprese. Le sole quotazioni internazionali delle materie prime agricole nel decennio 2014-2024 sono tutte cresciute a doppia cifra, come rilevato dalla Banca Mondiale.

Elementi che si sommano, secondo Federalimentare, alle tensioni delle importazioni cerealicole che - anche a causa del conflitto Ucraino - sono ad alto rischio con evidenti conseguenze sulla volatilità dei prezzi dei prodotti alla base della dieta mediterranea. Caso emblematico è quello dell'olio extravergine di oliva, dove il raddoppio dei costi della materia prima, e quindi l'aumento esponenziale dei prezzi del prodotto finito, ha costretto un consumatore italiano su tre a ridurre il consumo.

**Carlo Ottaviano**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**La 22esima  
edizione di  
Cibus, la più  
importante  
fiera  
internaziona-  
le del cibo in  
Italia, si terrà  
dal 7 al 10  
maggio a  
Parma**

