

In apertura della fiera il ministro dell'agricoltura sostiene la sede di Parma rispetto a Milano

Lollobrigida: Cibus resti dov'è

Mascarino (Federalimentare): l'Ue protegga le sue aziende

DI EMANUELE SCARCI

Via alla 22° edizione di Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione che terrà banco fino al 10 maggio. A Parma espongono oltre tremila marchi e si attendono circa tremila buyer esteri e 20mila visitatori. Per tradizione, **Cibus** rappresenta il meglio dell'agroalimentare tricolore e, secondo uno studio del **Cersi** dell'**Università Cattolica**, nel decennio 2013/2023 la crescita dell'export italiano di agrifood è stata del 27% rispetto al 12% della media europea. L'Italia è quindi salita al quarto posto per sviluppo dell'export in Europa. A livello globale invece, l'Europa mantiene la leadership con una quota di mercato del 40% (in lieve erosione), contro il 29,5% dell'America e il 22,4% dell'Asia. Ieri, all'inaugurazione di Cibus, il ministro dell'agricoltura **Francesco Lollobrigida** si è soffermato sulla qualità del made in Italy, «su cui continueremo a investire. Secondo alcuni sarebbe meglio fare queste fiere in città con una logistica migliore (il riferimento è al polo di Milano, ndr), ma Cibus deve rimanere nella food valley». Poi Lollobrigida ha ricordato che il governo ha varato il decreto sulla tutela dei terreni agricoli: «Abbiamo deciso di vietare il fotovoltaico sui terreni agricoli». Mentre sulla peste suina ha detto che «è una delle più grandi criticità: abbiamo previsto l'intervento dell'esercito, in supporto all'intervento della protezione civile. Se c'è un cinghiale nel raggio di alcuni chilometri un'azienda non esporta più, ma se un'azienda è sicura deve poter esportare». Nel convegno del pomeriggio, il presidente di **Federalimentare**, **Paolo Mascarino**, ha detto con molta chiarezza che le imprese

«sperano in una nuova commissione Ue che le protegga dalla competizione sleale nel mercato europeo da parte di soggetti extra Ue. E questi devono assicurare condizione di reciprocità nei loro paesi». Inoltre, nel mercato interno, Mascarino ha auspicato (cercando l'assenso del presidente designato di **Confindustria Emanuele Orsini**, seduto in platea) che possano coesistere standard diversi che tutelino la distintività italiana. Per esempio, le etichette a semaforo non garantirebbero la libera concorrenza. Dal fronte operativo, invece, dopo un 2023 con vendite nella gdo in calo del 3% a volume, **Vittorio Cino**, dg di **Centromarca**, l'associazione dell'industria di marca, ha avvertito che «dopo un bimestre 2024 in recupero, a Pasqua le vendite sono scivolte in rosso e questo è motivo di preoccupazione». **Giacomo Ponti**, presidente dell'omonimo acetificio e del gruppo aceti di **Federvini**, ha sottolineato che «nel primo quadrimestre del 2024 la domanda interna, sia a valore che a volume, è stata confortante, ma l'anno si profila difficile a causa dell'aumento del prezzo dei mosti per aceto balsamico del 70% e del vino del 50%, complice una vendemmia povera come non capitava da 76 anni. Sul fronte internazionale invece la domanda si è mantenuta vivace già dallo scorso autunno». Tempo incerto anche sul settore delle bevande analcoliche: **Giangiacomo Pierini**, presidente di **Assobibe**, ha lamentato un meteo «che non favorisce il consumo di soft drink. Speriamo nel bel tempo e nel turismo estivo. Di certo incombe la plastic tax: il governo sta recuperando le risorse ma mancano appena 6 settimane e non ci sono certezze».

— © Riproduzione riservata —



Paolo Mascarino

