

TuttoFood, la ripresa è servita

Milano, dal 22 ottobre in Fiera il salone internazionale delle ristorazione e dell'accoglienza

MILANO

TuttoFood e Host, i saloni internazionali dell'agroalimentare, ristorazione e accoglienza, insieme in Fiera dal 22 al 26 ottobre. Oltre 2.200 espositori da più di 40 Paesi. Ieri la presentazione alla torre Pwc, a City Life, aperta da un messaggio del ministro degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, Luigi Di Maio: «L'agroalimentare costituisce il 25% del Pil. Nei primi 6 mesi l'export è cresciuto più del 10%. È un momento felice per i prodotti italiani all'estero: il valore assoluto è di 300 miliardi. La vivacità deriva anche dall'aver accentrato in Farnesina tutte le deleghe per l'internazionalizzazione. In 18 mesi sono stati stanziati 5.4 miliardi per promozioni innovative, oltre 500 milioni per il sistema fieristico, 57 milioni per il biennio 20-21 in merito alla promozione del Made in Italy». A seguire Manlio Di Stefano, sottosegretario agli Affari esteri, che mette l'accento sulla comunicazione: «Bisogna creare consapevolezza alimentare contro l'Italian sounding (l'uso di riferimenti all'Italia per promuovere prodotti che non sono Made in Italy). Sul digi-



Luca Palermo, ad e dg di Fiera Milano

tale abbiamo chiuso un accordo di collaborazione gratuita con realtà come Amazon, eBay e Google per formare i nostri imprenditori».

Per Luca Palermo, ad e dg di Fiera Milano, «si fa cultura anche ospitando imprese. Sarà un appuntamento-volano per l'internazionalizzazione, ma an-



Mettiamo a sistema due comparti strategici. Con 2.200 espositori racconteremo il meglio della produzione globale

che per innovazione e tecnologie. Oltre 1.000 eventi, ci aspettiamo visite qualificate». Carlo Maria Ferro, presidente di Ice, agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, sottolinea: «Per queste 3 manifestazioni (Meat-tech, la terza) c'è stato un investimento di 2.4 milioni. La tutela del brand non si batte sul piano legale, ma sulla comunicazione. Ad esempio con la tracciabilità del prodotto». In chiusura Giovanni Andrea Toselli, presidente e ad di Pwc, network multinazionale di imprese di servizi professionali: «L'export entro il 2023 toccherà i 532 miliardi, con una crescita del 24% rispetto al 2020. Dobbiamo ragionare su come andiamo sul mercato: il prodotto elitario deve essere riconosciuto come un fatto di costume».

