

TuttoFood, guerra ai falsi prodotti «made in Italy»

A Milano fino al 26

MILANO. Ripartire con obiettivi ambiziosi. E' il percorso che il settore agroalimentare vuole centrare nei prossimi dieci anni. Punto di partenza è l'edizione milanese di TuttoFood l'evento aperto fino al 26 ottobre a **Fiera Milano** che mette in mostra le eccellenze e l'innovazione dell'intera industria dell'agrifood.

Portavoce delle ambizioni dell'agricoltura e del food italiano è stato Luigi Scordamaglia, consigliere delegato di Filiera Italia che ha fissato il traguardo: «se facciamo sistema possiamo portare a 100miliardi di euro l'export agroalimentare made in Italy entro i prossimi dieci anni».

Le basi ci sono tutte a giudicare dalle presenze a Tuttofood: alberghi pieni a Milano, come non si vedevano da tempo e buyer internazionali provenienti da oltre 40 paesi.

Brescia in primo piano. A **Fiera Milano** l'agroalimentare italiano è rappresentato ai massimi livelli, con grandi aziende e realtà più piccole: tutti a testimoniare che innanzitutto il mondo agricolo vuole continuare a giocare un ruolo da protagonista. In questo contesto mondiale non potevano mancare i fiori all'occhiello dell'agrifood bresciano: da Agroittica al Consorzio di tutela del Grana Padano fino a Valledoro passando per le rappresentanze di Spesa facile piattaforma integrata pensata per alleggerire la vita

degli utenti dal peso degli acquisti on line.

La presenza agricola a tuttoFood è anche un'azione sinergica e trasversale affinché le imprese agricole, con i loro prodotti trasformati, risultino motore fondamentale dell'intero sistema-Paese: il cibo è la prima ricchezza dell'Italia con un valore di 575 miliardi di euro.

Made in Italy tarocco. Proprio per rimarcare il netto confine fra prodotti italiani e i prodotti taroccati Coldiretti propone la prima esposizione del Made in Italy taroccato a tavola con la classifica delle più grottesche imitazioni delle specialità nazionali scovate in tutto il mondo: un avviso ai consumatori per scegliere consapevolmente cosa portare sulla tavola. Ripartenza dicevamo dopo che l'emergenza Covid19 ha messo sotto stress il settore agroalimentare italiano, diminuendo la disponibilità di manodopera, aumentando la pressione sulla logistica distributiva, riducendo le vendite nel canale Ho.Re.Ca e la fiducia dei consumatori. // V.P.

