

A Cibus, la fiera che apre domani a Parma, tante novità di un'industria che fattura 176 mld

Alimentare, innovativo e griffato

Blockchain per proteggere il settore dalla contraffazione

DI CARLO VALENTINI

Il cibo griffato. Più controllato e più sano, soprattutto se deve sottostare a disciplinari e controlli di consorzi ed enti di varia natura. È anche un modo per rispondere a un consumo che soffre del caro-prezzi, però chi acquista non è disposto a transigere sulla qualità e sulla sicurezza. Insomma, a difendersi meglio sono i prodotti con una loro precisa identità. Per questo arriveranno in forze da giovedì a Parma, in occasione della fiera Cibus, i produttori del «pomodoro pelato Napoli» per sollecitare il riconoscimento Igp (indicazione geografica protetta). Come spiega **Giovanni De Angelis**, direttore di Anicav, Associazione industriali conserve vegetali, «il riconoscimento di una Igp per il pomodoro pelato potrà spingere verso una crescita dei consumi e una ripresa del mercato, portando vantaggi non solo alla parte industriale ma anche a chi coltiva pomodoro lungo da industria. La denominazione "Napoli" è l'unica a possedere il requisito della storicità, ma non è da intendersi come città, bensì come simbolo del Mezzogiorno: infatti oltre che in Campania il prodotto può essere trasformato in Abruzzo, Basilicata, Molise e Puglia».

Cibus è la principale fiera italiana dedicata ai prodotti alimentari (due giorni: 29 e 30 marzo, 500 espositori, attesi 20 mila visitatori da 90 paesi) e annuncia, nonostante il periodo periglioso per colpa dei prezzi e della guerra, cento prodotti innovativi negli stand. Tra essi: il Pizzattone,

panettone farcito con pomodoro, mozzarella e origano; i pomodori ciliegini arancioni, lavati e confezionati in acqua e sale sotto vetro; la meringata al caramello salato; il biscottino da tè integrale, con doppia farcitura di amarena e melagrana; l'Esagonotto, una nuova trafila di pasta corta artigianale, concepita come un pennone liscio a base esagonale per esaltare la ruvidità; il caviale del Centa, una spalmabile a base di acciughe, capperi e olive taggiasche che ricorda il prezioso prodotto, una soluzione in bustina monodose per digerire il lattosio anche in presenza di intolleranze; il delicato olio di semi d'uva, buono per frittiture o condimenti leggeri.

A Cibus si festeggia inoltre un singolare gemellaggio, quello tra Asprocarne Piemonte (associazione di 500 allevatori di bovini da carne) e France Blonde d'Aquitaine Sélection (associazione francese che alleva questo tipo di razza). «Al fine di supplire alla richiesta italiana di carne, superiore alle risorse interne», commenta **Franco Martini**, presidente di Asprocarne, «numerosi capi di razza Blonde d'Aquitaine vengono importati dalla Francia e allevati poi nelle aziende del Belpaese seguendo un'alimentazione controllata: due nazioni dalla ricchissima tradizione gastronomica trovano in questa eccellenza agroalimentare un punto d'incontro».

È presente in fiera anche il marchio Parma Food Valley, per valorizzare i prodotti del territorio a cominciare dal parmigiano-reggiano, che festeg-

gia i quasi 3 miliardi di euro di fatturato (+6,9% sul 2021), oltre la metà dall'export.

Obiettivo: fare business. «Nemmeno le crisi internazionali e la pandemia sono riuscite a frenare il trend in crescita», sottolinea **Paolo Mascarino**, presidente di Federalimentare, «i dati evidenziano infatti livelli da record per le nostre esportazioni che dal 2000 al 2022 segnano quasi un +300%, mentre se guardiamo il solo export del 2022, vediamo che è arrivato intorno ai 50 miliardi, +19% rispetto all'anno precedente. Il 2022 si è chiuso per l'industria alimentare con un fatturato di 176 miliardi».

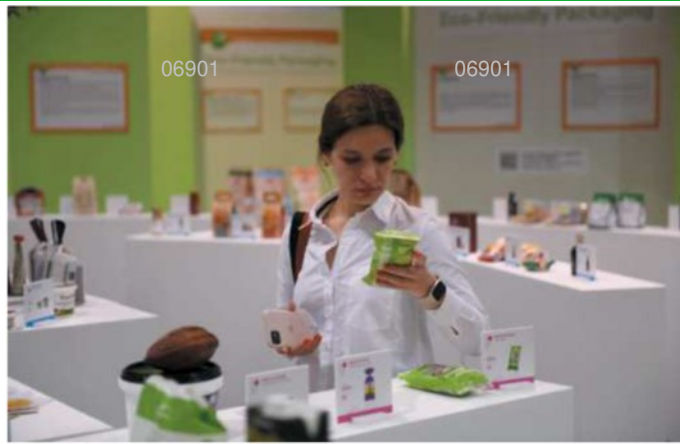
«L'attenzione è rivolta alla blockchain, un sistema di tracciabilità che attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie garantisce il consumatore sulla qualità e la provenienza del prodotto, certificandone la filiera», aggiunge **Matteo Zoppas**, presidente dell'Ice. «In questo modo è anche possibile proteggere il Made in Italy dalla contraffazione all'estero».

Infine, dopo la Nutella, ecco la crema di noccioline, tutta italiana, a partire dalla tostatura. L'azienda Fiorentini, 100 milioni di fatturato, leader nella produzione di snack e gallette, si era trasferita in una nuova sede a Trofarello (Torino). Ora ha deciso di rimettere in funzione il vecchio stabilimento di Torino per produrvi (1.500 chilogrammi l'ora) la crema di arachidi con una ricetta brevettata (senza zuccheri aggiunti e senza glutine) e andare alla conquista del mondo.

© Riproduzione riservata

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1747 - T.1747





A Cibus presenti 500 espositori e attesi 20 mila visitatori da 90 paesi