CORRIERE DELLA SERA

23-GIU-2023
da pag. 29 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: 218565 Diffusione: 262322 Lettori: 1749000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

«Più innovazione per offrire cibo di qualità al giusto prezzo»

Paolo Barilla (Unionfood): seguire le nuove abitudini dei consumatori

L'intervista

di **Giuliana Ferraino**

Più sostegno delle istituzioni, ma anche maggiore innovazione da parte delle aziende, per fronteggiare l'invecchiamento della popolazione e combattere la contraffazione, chiede Paolo Barilla, nuovo presidente dell'Unione Italiana Food, l'associazione che riunisce più di 900 marchi e 550 aziende agroalimentari italiane, con oltre 100 mila occupati, e rappresenta una quota export di 18 miliardi (+20% sul 2021). Come dire: un prodotto alimentare italiano su due consumato nel mondo è fatto da Unionfood.

Presidente Barilla, quali sono i principali risultati del Rapporto della Fondazione Edison sull'importanza dei settori di Unionfood per l'economia presentato ieri?

«Il rapporto evidenzia che le industrie alimentari hanno un ruolo fondamentale e rappresentativo all'interno del sistema manifatturiero italiano. Dietro al loro successo c'è la sintesi perfetta tra una identità forte e riconoscibile e l'innovazione che permette ai nostri prodotti di rispondere alle mutate esigenze, e alle aspettative del consumatore italiano e internazionale».

Nel 2022 il fatturato di Unionfood è salito a 51 miliardi (+12%), spinto innanzitutto da pasta e caffè. L'aumento riflette le scelte dei consumatori verso prodotti basici contro l'inflazione?

«I prodotti alimentari italiani sono ad alto valore aggiunto e i risultati del 2022 riflettono la qualità che il mercato ci riconosce. D'altra parte, veniamo da un anno difficile per l'aumento esponenziale dei costi di produzione, dalle materie prime, ai trasporti, energia e packaging. Abbiamo affrontato queste sfide puntando su qualità, innovazione e sostenibilità. In momenti di diffusa difficoltà economica, il consumatore e le famiglie concentrano le loro scelte sui prodotti di prima necessità. Il post pandemia ha stimolato un riequilibrio dei consumi, ma alla spinta inflattiva il consumatore ha dovuto reagire con una maggior attenzione agli sprechi e nelle scelte d'acquisto. Per fortuna, le nostre aziende mettono a disposizione prodotti buoni, con un'elevata qualità nutrizionale accessibili, che possono aiutare le famiglie nel bilancio familiare».

Dai numeri emerge un settore in salute, a dispetto di crisi climatica, siccità e rincari... Qual è la sfida maggiore?

«L'industria alimentare che rappresentiamo come Unionfood è forte e le sfide di questi anni sono sempre state legate a fattori esogeni. Per rimanere competitivi e continuare a crescere abbiamo bisogno del sostegno e della collaborazione delle istituzioni per essere sempre più efficaci nell'utilizzo delle risorse disponibili e creare valore per tutta la filiera italiana. Ma altrettanto importante è sgombrare il campo da posizioni ideologiche e fake news che mortificano l'innovazione e il futuro di tante imprese».

Cosa suggerisce?

«Dobbiamo insistere sulla forte spinta innovativa che contraddistingue le imprese italiane. La popolazione cambia e cambiano i consumatori: da una parte l'età media si innalza, dall'altra dobbiamo intercettare i gusti delle nuove generazioni. Il prossimo futuro delle imprese alimentari sarà quindi ancora più incentrato sull'ascolto. Capire le esigenze, le nuove modalità d'uso e le occasioni di consumo sarà il nostro compito».

E per combattere la contraffazione?

«Nel mondo continua a crescere la richiesta del Made in Italy, basti pensare che l'Italian sounding vale circa 100 miliardi di dollari l'anno a livello globale, è nostro compito riuscire a conquistare quelle quote di mercato, valorizzando l'origine e la qualità dei nostri prodotti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

51
miliardi
Il fatturato di Unionfood nel 2022, in crescita del 12% sul 2021

18
miliardi
Il valore dell'export di Unionfood nel 2022 (+20% sul 2021)

10,5
miliardi
Il surplus 2022 di 11 prodotti Unionfood, in cui l'Italia è prima al mondo (export e surplus)

Al vertice

- Paolo Barilla, 62 anni, vice presidente del gruppo alimentare di famiglia, è il nuovo presidente di Unione Italiana Food
- L'associazione riunisce più di 900 marchi e 550 aziende, con oltre 100 mila occupati in Italia
- Paolo Barilla succede a Marco Lavazza

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1956 - T.1956

Superficie 28 %