

«Italy Food», Salerno anticipa l'Expo di Milano E Napoli esordisce in pubblico come sindaco

La kermesse mette a confronto le Pmi italiane e la grande distribuzione internazionale



Il sindaco di Salerno Enzo Napoli a «Italy Food World Summit»

M5S accusa

● I deputati M5S della commissione Difesa accusano il Governo di svuotare «i fondi per il pattugliamento delle Forze armate nella Terra dei fuochi. Si utilizza lo strumento del Milleproroghe per aggirare la volontà del Parlamento. Noi non siamo contrari a che eventi a rischio terrorismo come l'Expo 2015 godano del servizio di vigilanza straordinario delle nostre Forze Armate, ma non a discapito del contrasto della criminalità organizzata in Campania».

SALERNO Si è aperta ieri al Grand Hotel l'«Italy Food World Summit», una due giorni del comparto agroalimentare made in Italy di interesse internazionale patrocinata da Mipaaf, promossa dal gruppo Végé, primo gruppo italiano della grande distribuzione associata e dalla Città di Salerno. «Una bella e importante iniziativa, un riconoscimento alla centralità di Salerno, punto di riferimento di un territorio ampio, ricco di prerogative e unicità di qualità», ha detto Enzo Napoli, sindaco di Salerno facente funzione, alla prima uscita ufficiale. «L'iniziativa — ha continuato — vuole mettere in contatto piccola e media impresa del settore con grandi mercati e grande distribuzione di Russia, Stati Uniti ed Emirati Arabi con i quali interloquire direttamente facendosi così conoscere.

Anticipiamo l'Expo di Milano, rappresentando Salerno come città dinamica, che promuove economia all'interno dello scenario campano e di un territorio così ricco di risorse».

Presenti al meeting centinaia di Pmi italiane, 15 delegati e ospiti internazionali come il governatore dello Stato di New York Andrew Cuomo, il vice ministro dell'Agricoltura della Federazione Russa Ilya Shestakov e il responsabile delle relazioni economiche internazionali del governo di Mosca Sergey Cherebin; rappresentanti istituzionali italiani come Paolo De Castro, della commissione agricoltura del Parlamento europeo, e Mauro Rosati, consigliere del ministro Martina per il Made in Italy, che ha sottolineato la grande attenzione dei mercati rivolta ai prodotti italiani e alle iniziative del go-

verno per sostenerli. «Il 17 febbraio — dice Rosati — abbiamo un tavolo della grande distribuzione organizzata che ci aiuterà a trovare un accordo perché i nostri prodotti abbiano un posto privilegiato all'interno, appunto, della grande distribuzione, l'unica arma che abbiamo per far crescere il fatturato delle Pmi agroalimentari italiane. Nei prossimi mesi partirà un'azione coordinata con il ministero e con i consorzi più importanti. Come ministero delle Politiche agricole abbiamo chiesto al ministero dello Sviluppo economico di collaborare, e il decreto Sblocca Italia per la prima volta ha permesso di condividere questo piano strategico: 150 milioni in più saranno dedicate alla promozione del Made in Italy. Questa mossa nei prossimi tre anni accompagnerà le imprese nel tentativo di



aumentare i loro volumi d'affari all'estero, con l'obiettivo per il 2020 di arrivare a 50 miliardi provenienti dall'export».

Oltre alla necessità di creare una sinergia tra pubblico e privato, l'obiettivo dello «Sblocca Italia» è riunire tutti i prodotti italiani in un marchio unico che non disorienti i consumatori, cercando di limitare un'altra grande criticità evidenziata dall'amministratore delegato del gruppo Végé Giorgio Santambrogio, rappresentata dall'*Italian Sounding*, la vendita di prodotti stranieri «spacciati» per italiani, che frutta ogni anno 54 miliardi, «un danno per il nostro mercato e per il nostro nome — chiosa Santambrogio — che vogliamo limitare promuovendo con forza il Dop e continuando a espandere il nostro mercato. Prossimo step che forse interesserà il secondo summit sarà conquistare con i nostri prodotti la Cina».

Sara Botte

© RIPRODUZIONE RISERVATA