

Piemonte - L'agroalimentare regionale vola all'Anuga di Colonia

Dal 10 al 14 ottobre il Centro Estero per l'Internazionalizzazione (Ceipiemonte), con l'assistenza tecnica del Centro Estero Alpi del Mare, accompagna 31 imprese piemontesi all'Anuga di Colonia, appuntamento biennale più importante a livello internazionale per il settore agroalimentare e bevande. In 18 espongono nel padiglione della collettiva ICE, 8 in quelli settoriali (prodotti da forno, bevande, carni, latticini e prodotti freschi), mentre 5 aziende sono protagoniste a rotazione all'interno dello stand collettivo realizzato grazie a Piemonte Food Excellence, Progetto Integrato di Filiera gestito da Ceipiemonte su incarico di Regione Piemonte, Unioncamere Piemonte e Camere di Commercio di Piemonte e Valle d'Aosta.

Alessandria, Cuneo, Novara, Torino, Vercelli sono le province di provenienza della delegazione piemontese che al salone propone le principali eccellenze del territorio, tra cui: riso, pasta, sottaceti, farine, condimenti, salumi, caffè, piatti pronti, formaggi, distillati, cioccolato.

Quattordici di loro sono alla prima esperienza all'evento di Colonia, mentre le altre hanno già partecipato a una o più edizioni passate. Tutte sono però già presenti sui mercati esteri e in particolare in Germania che rappresenta il primo mercato di sbocco per le esportazioni agroalimentari Made in Italy e che per alcune piemontesi, arriva a toccare il 90% del totale di fatturato export.

Le società subalpine contano quindi di consolidare e ampliare il proprio posizionamento internazionale ad Anuga, che nel 2013 ha registrato 6.777 espositori e circa 155.000 visitatori professionali provenienti da oltre 187 Paesi.

L'export piemontese di prodotti dell'industria alimentare, bevande e tabacco mantiene infatti un ruolo centrale nell'economia piemontese, che va conservato e rafforzato: nel primo semestre di quest'anno ha toccato oltre i 2 miliardi di euro, un valore che per il 64% è destinato ai Paesi dell'Ue, in particolare per il 15,7% alla Germania, al secondo posto, dopo la Francia (16,3%).