



Alimentazione, Eichberg (Mimit): “Plasmon conferma valore settore agroalimentare italiano”

Descrizione

(Adnkronos) “Il ritorno di Plasmon sotto il controllo di un gruppo industriale italiano Ã un innanzitutto una conferma: il Made in Italy Ã un asset che ha un suo valore nella competizione internazionale. Non Ã solo un marchio che ha oltre 120 anni di storia ed Ã iscritto nel Registro dei marchi storici di interesse nazionale: Ã qualcosa di vivo, che consente alle nostre imprese di competere positivamente sui mercati nazionali e internazionali e che conferma il valore di un settore, quello dell’agroalimentare, del ‘food’ e della ‘nutrition’, in particolare per l’infanzia, che vediamo in continua crescita”. Lo ha detto Federico Eichberg, capo di gabinetto del ministero delle Imprese e del Made in Italy (Mimit), in occasione del workshop istituzionale “La politica del fare a tutela del bambino”.

“Il fatto che un gruppo italiano come NewPrinces abbia colto in Plasmon un’opportunità continua a dimostrare quanto il Made in Italy sia ancora appetibile. Devo dire che anche l’architettura su cui poggia questo investimento Ã sana e performante. Basti pensare che sui mercati internazionali l’export agroalimentare, quindi anche il food e la nutrition legati all’infanzia e alla preadolescenza, ha raggiunto il suo massimo storico, circa 73 miliardi di euro, con una crescita del 5% su base annua. Nel 2025 l’export italiano ha raggiunto, complessivamente, il record di 632 miliardi di euro e nel 2026 stiamo vedendo performance che ci confortano e che ci fanno pensare che anche quest’anno potremo stabilire il record dell’export italiano: 15 anni fa eravamo a poco meno di 450 miliardi. Siamo quindi in una fase di grande crescita nella quale l’agroalimentare svolge un ruolo importante. Inoltre sottolinea Eichberg nel nostro Libro Bianco, che abbiamo elaborato insieme a oltre 300 stakeholder, tra centri studi, sindacati e associazioni di categoria, l’agroalimentare Ã individuato come uno dei settori strategici, all’interno delle 5 aree del nostro modello industriale. Abbiamo previsto, proprio per l’agroindustria, dei contratti di sviluppo con una soglia di accesso piÃ bassa, cosÃ da consentire a un numero maggiore di operatori di utilizzarli”.

L’aspetto piÃ interessante, per Eichberg, Ã il metodo con cui Plasmon ha costruito nel tempo un dialogo strutturato con societÃ scientifiche e universitÃ, fino ad arrivare a un protocollo con il ministero dell’Agricoltura, della SovranitÃ alimentare e delle Foreste per rafforzare le filiere nazionali per l’infanzia. Ã un vero e proprio asset di politica industriale. La sede naturale nella

quale questo tipo di operazioni trova riferimento Ã il Tavolo Agroindustria, presieduto dal Mimit e dal Masaf, insieme alle Regioni e ai sindacati. Noi accompagniamo questo processo perchÃ© lo riteniamo virtuoso, proprio perchÃ© coinvolge il mondo della ricerca, dellâ??universitÃ e della produzione. In secondo luogo, le evidenze scientifiche diventano standard di filiera. Questi standard diventano poi un vantaggio competitivo, perchÃ© testimoniano qualitÃ e riconoscibilitÃ per il consumatore. In altre parole â?? chiarisce â?? dalla ricerca scientifica si passa agli standard, dagli standard al vantaggio competitivo e dal vantaggio competitivo alle performance sullâ??export. In questo quadro, il riconoscimento Unesco della Cucina italiana, ottenuto il 10 dicembre dello scorso anno, dÃ un ulteriore valore a tutto il settore â??food and nutritionâ??, compreso quello legato allâ??infanzia e alle sperimentazioni e alle esperienze dei primi anni di vita. Ã un ulteriore riconoscimento della qualitÃ italianaâ?•.

A tale proposito, â??abbiamo messo a disposizione una serie di strumenti â?? precisa Eichberg â?? Ogni anno tutte le amministrazioni competenti svolgono una vera e propria cabina di regia per lâ??internazionalizzazione, per definire cosa farÃ lâ??Italia sui mercati internazionali, e il settore dellâ??agroindustria Ã tra quelli prioritari. Abbiamo circa 350 padiglioni nazionali del sistema fieristico impegnati allâ??estero e accompagniamo circa 8mila imprese â?? puntualizza â?? CÃ?Ã poi anche il tema del contrasto allâ??Italian sounding, perchÃ© dobbiamo ricordare che il Made in Italy Ã il brand piÃ¹ contraffatto al mondo. Dobbiamo quindi essere bravi anche a individuare e contrastare queste circostanze. Per questo Ã una buona notizia sapere che un gruppo solido e un marchio che rappresenta la storia, ma anche il futuro, ha una propria traiettoria di internazionalizzazione. E il ministero accompagnerÃ questo percorsoâ?•.

In questo contesto, â??un elemento prioritario riguarda la costruzione, unâ??alleanza per la natalitÃ che coinvolga il sistema Paese, le istituzioni nazionali e locali, ma anche le imprese e il mondo del Terzo settore â?? conclude Eichberg â?? Lo dico pensando evidentemente a realtÃ come Plasmon, che si rivolgono proprio allâ??infanzia e, piÃ¹ in generale, alle nuove generazioni. Lâ??anno scorso abbiamo registrato in Italia circa 350mila nascite, sessantâ??anni fa erano oltre 1 milione. Dobbiamo riuscire a riattivare una virtuosa dinamica delle nascite. Dobbiamo accogliere, dobbiamo integrare, dobbiamo fare in modo che vi sia un desiderio di futuro. Dobbiamo soprattutto evitare che le persone che desiderano mettere al mondo un figlio si sentano sole. Per questo â?? conclude â?? sono grato a Plasmon, che tanto sta facendo su questo fronte, e credo che possa rappresentare un buon esempio per tante altre realtÃ imprenditoriali che possono cimentarsi proprio nella costruzione di unâ??alleanza per la natalitÃ â?•.

â??

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 10, 2026

Autore
redazione

default watermark