

## GIORNATA NAZIONALE DEL MADE IN ITALY

### UNIONFOOD, +8% L'EXPORT NEL 2023 PER UNA SETTIMANA PORTE APERTE E VISITE VIRTUALI NELLE AZIENDE

- *Supera i 21 miliardi di euro il risultato export 2023 dei comparti Unionfood.*
- *Le iniziative delle aziende di Unione Italiana Food per celebrare la settimana dedicata al Made in Italy.*
- *Sui social di Unionfood visite virtuali negli stabilimenti produttivi degli alfieri del food italiano.*

Roma, 15 aprile 2024 – Il **15 aprile** si festeggia la prima **Giornata Nazionale del Made in Italy**, dedicata alla promozione della creatività e dell'eccellenza italiana e che viene celebrata nel giorno dell'anniversario della nascita di Leonardo da Vinci, simbolo dell'italianità artistica e manifatturiera. Il **MIMIT** da quest'anno ha istituito questa giornata con eventi presso Istituzioni, scuole e imprese, che avranno l'obiettivo di ispirare le giovani generazioni affinché si sviluppino in esse il desiderio di cimentarsi nello studio e nelle attività lavorative legate al saper fare italiano.

L'anno appena trascorso conferma il gradimento internazionale per gli alfieri del Made in Italy alimentare: **l'export dei settori rappresentati da Unione Italiana Food** registra, nel 2023, una crescita complessiva **superiore all'+8% a valore, superando i 21 miliardi di euro**. Parliamo di un consumo all'estero di 3 miliardi di piatti di pasta, oltre 500 milioni tra cono, coppette e gelati a stecco, 55 miliardi di tazzine di caffè, quasi 1 miliardo di kg tra biscotti, fette biscottate, crackers e dolci come Pandori, Panettoni e Colombe. E ancora, caramelle, pastiglie e confetti, sufficienti a riempire 24 piscine olimpioniche, 345 mila tonnellate di surgelati e 300 mila tonnellate di integratori. Lo rivela **Unione Italiana Food** in occasione della **Giornata Nazionale del Made in Italy (15 aprile)**, elaborando i dati ISTAT sul commercio estero 2023 delle principali merceologie rappresentate dall'associazione.

Ma sono oltre 20 i settori di Unionfood, con più di 900 Marchi e 530 aziende dislocate su tutto il territorio nazionale che danno lavoro a oltre 100mila persone, in una fotografia che racconta tutte le anime del saper fare italiano che unisce tradizione centenaria, **identità e innovazione**.

Tutti i Settori di Unionfood hanno fatto registrare performance positive all'export nel raffronto 2023 con il 2022. Tra questi, a conferma dell'apprezzamento dei vari comparti produttivi che esprimono il Made in Italy nel mondo, spiccano in particolare i brodi, minestre, salse e sughi (+20,7%), chips e snacks (+22,4%), le confetture e le conserve di frutta (+11,2%), i prodotti da forno (+13,2%), i prodotti della panificazione (+12,7%), i vegetali in aceto, salamoia, olio e altri (+12,6%) e gli integratori alimentari (+10%).

Secondo **Paolo Barilla, Presidente di Unionfood**, *“L'eccellenza del Made in Italy nel settore alimentare è una preziosa eredità che le nostre aziende stanno già proiettando verso il futuro con un costante impegno per la sostenibilità e l'innovazione. Le aziende italiane rappresentano da sempre un punto di riferimento nel mondo per la gioia del cibo di qualità. Il Made in Italy alimentare è un modello unico dove le PMI operano in maniera integrata con medie imprese più strutturate e le grandi imprese competitive sui mercati internazionali. Un esempio virtuoso di radicamento territoriale, fatto soprattutto di realtà familiari, dalla storia anche centenaria, che generano occupazione, ricchezza e valore condiviso.”*

L'enorme impatto economico e sociale che i settori di Unione Italiana Food generano per l'Italia è stato messo in rilievo anche in un rapporto **elaborato da Fondazione Edison** nel 2023. Considerando i principali comparti rappresentati da Unione Italiana Food, il report ha evidenziato che **l'Italia è al primo posto in Europa (davanti a Germania, Francia e Spagna) per valore della produzione e numero di occupati**.

Tanto che oggi un prodotto agroalimentare italiano su due consumato nel mondo proviene dal 'perimetro' di Unione Italiana Food. In occasione della Giornata nazionale del Made in Italy, l'associazione assieme alle sue aziende vuole celebrare questo patrimonio con tante iniziative sul territorio e non solo.



## LE INIZIATIVE DELLE AZIENDE DI UNIONFOOD PER LA GIORNATA DEL MADE IN ITALY

E sono numerose le iniziative sul territorio che le aziende associate ad Unione Italiana Food hanno attivato nella settimana dal 15 al 21 aprile.

Amarelli Fabbrica di Liquirizia apre le porte del suo "Museo della liquirizia Giorgio Amarelli" e del suo stabilimento di Rossano (CS).

Barilla organizzerà, nel corso dell'anno e in particolare nel mese di maggio, un tour di eventi e incontri per il pubblico, media e istituzioni agli stabilimenti di Novara, Castiglione, Melfi, Rubbiano e Parma, per rafforzare il proprio impegno quotidiano per portare il Made in Italy sulle tavole degli italiani e di tutto il mondo.

Esserre Pharma, che lavora nel settore della nutraceutica, programma l'apertura dei propri laboratori di ricerca e sviluppo alle scuole e agli studenti universitari di biologia o farmacia.

Heinz Italia aprirà lo stabilimento Plasmon di Latina all'amministrazione comunale in prossimità della 15 aprile.

Nestlé organizza per l'occasione "Entra nel mondo della Casa del Cioccolato Perugina", con l'apertura gratuita della struttura Casa del Cioccolato Perugina presso lo stabilimento produttivo Nestlé-Perugina. Le visite comprenderanno una visita guidata al Museo Storico Perugina, una dimostrazione pratica della lavorazione del cioccolato da parte del Maestro Cioccolatiere Perugina, una visita alla fabbrica tramite passerella sopraelevata dedicata ai visitatori e una degustazione di prodotti.

Pastificio Felicetti ospiterà il 15 aprile gli atleti del biathlon Lisa Vittozzi e Tommaso Giacomel per un talk al quale sono invitate anche alcune classi della scuola superiore, mentre il 19 aprile inaugurerà la rassegna "conversazioni in quota" con la presenza di un testimonial di montagna e una cena a cura di due chef stellati.

Segnaliamo inoltre l'attività di comunicazione sul web "Made in Italy in tubetto: gustosi piatti realizzati con le innovative paste in tubetto GIA" di Gia s.r.l., azienda emiliana del settore gastronomico, che propone online una serie di ricette realizzate con le sue paste in tubetto, tutte di produzione italiana, e l'iniziativa di Marcozzi / Pastificio Strampelli di Campofilone (FM), che per la metà di aprile organizza una presentazione sulla pasta in un istituto alberghiero di Roma oltre a una degustazione, allo scopo di sensibilizzare i giovani che saranno gli chef di domani.

## E SU INSTAGRAM "VISITE VIRTUALI" AGLI STABILIMENTI ALIMENTARI

Una curiosità che gli italiani potranno soddisfare anche sui social, attraverso i contenuti che verranno realizzati: 7 aziende italiane apriranno le porte dei loro stabilimenti a 7 giovani creator per mostrare come nascono alcuni prodotti simbolo che finiscono ogni giorno sulle nostre tavole: Pastificio Felicetti per la pasta, Barilla per il bakery, Ferrero per i cioccolatini, Sammontana per il gelato, Caffè Goppion per il caffè, Esserre pharma per gli integratori e la storica Amarelli fabbrica di liquirizia. I reel verranno pubblicati sul canale Instagram di Unionfood [@unioneitalianafood](https://www.instagram.com/unioneitalianafood), punto di riferimento per approfondimenti novità dall'associazione su temi quali il sistema alimentare, l'Italian way of life, la sostenibilità, l'innovazione, la sicurezza alimentare, la dieta mediterranea, eventi e molto altro ancora.

\*\*\*

### Unione Italiana Food

**Unione Italiana Food è la "casa" associativa di ben 530 eccellenze dell'industria italiana**, che producono **oltre 900 marchi** che finiscono sulle tavole degli italiani e degli amanti del cibo italiano di tutto il mondo.

**Le aziende che fanno parte di Unione Italiana Food sono grandi marchi e PMI radicate sul territorio**, che rappresentano tanti simboli del Made in Italy: solo per citarne alcuni, caffè, pasta, cioccolato, gelati, prodotti da forno, confetteria e chewing gum, surgelati, sottoli e sottaceti, salse, sughi e condimenti, minestre, confetture e miele, alimenti per la prima infanzia, integratori alimentari, ortofrutta fresca confezionata, nettari di frutta e ortaggi, tè, infusi e tisane, spezie ed erbe aromatiche. Un panorama eterogeneo che spazia dalla tradizione all'innovazione e risponde alle esigenze - piacere, benessere, praticità, accessibilità - che cerchiamo tra gli scaffali e i banchi frigo del supermercato. Un ulteriore rafforzamento è arrivato nel 2022 dalla fusione per incorporazione dell'associazione degli integratori Federsalus, settore simbolo della ricerca, dell'innovazione e leader a livello europeo.



Per informazioni, richiesta di approfondimenti e interviste contattare:  
Roberta Russo [roberta.russo@unionfood.it](mailto:roberta.russo@unionfood.it)

*Ufficio Stampa Unione Italiana Food - INC Istituto Nazionale per la Comunicazione*  
Ludovica Sampalmieri – tel 345 400009 – [l.sampalmieri@inc-comunicazione.it](mailto:l.sampalmieri@inc-comunicazione.it)  
Matteo de Angelis – tel 334 6788708 – [m.deangelis@inc-comunicazione.it](mailto:m.deangelis@inc-comunicazione.it)