

USA E CANADA

Ice, 2 piani per l'export alimentare

L'Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) scende in campo per migliorare l'export dei prodotti agroalimentari italiani e proteggerli dalla contraffazione. Due gli interventi. Il primo, mira a diffondere l'agrifood italiano negli Stati Uniti e prevede azioni nei punti vendita, maggiore presenza sulle piattaforme di e-commerce, degustazioni e altre attività di valorizzazione delle Dop e Ig. Il secondo sarà dedicato al mercato del Canada (Montreal e Vancouver) per il consolidamento della presenza dell'agrifood italiano nella grande distribuzione organizzata e nella ristorazione. È con la convenzione tra l'Ice e il Mipaaf, approvata a dicembre scorso e valida fino al 30 giugno 2017 (registrata il 27 gennaio 2016 prot. n. 2012 presso la Corte dei conti) che entra nel vivo l'attivazione dei primi due interventi per la promozione dei prodotti agroalimentari italiani (si veda ItaliaOggi del 4 gennaio 2016). Quattro i progetti al centro della promozione del made in Italy: valorizzazione delle produzioni di eccellenza, in particolare agricole e agroalimentari, e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti, con dotazione finanziaria pari a euro 3.000.000,00, sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione, con dotazione pari a euro 1.000.000,00, realizzazione di un segno distintivo unico, per le iniziative di promozione all'estero e durante l'esposizione universale, delle produzioni agricole e agroalimentari che siano rappresentative della qualità e del patrimonio enogastronomico italiano, con dotazione economica pari a un mln di euro e realizzazione di campagne di promozione strategica nei mercati più rilevanti e di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding, con dotazione finanziaria pari a un mln.