



Il Sole 24 ORE

Fondato nel 1865
Quotidiano Politico Economico Finanziario Normativo

Delega fiscale
Autotutela
obbligatoria
pronta a estendere
il raggio d'azione



Mobili e Parente
— a pag. 22

Di Coesione
Ristrutturazioni,
con operai in nero
multato il direttore
dei lavori in casa

Landolfi, Latour, Pogliotti
— a pag. 7



FTSE MIB **33629,21 -0,32%** | SPREAD BUND 10Y **130,20 -0,50** | SOLE24ESG MORN. **1332,55 -0,09%** | SOLE40 MORN. **1236,95 -0,38%** **Indici & Numeri → p. 25-29**

BORRELLI: «SPREGEVOLE L'ATTACCO DEI COLONI AGLI AIUTI»

L'ultimatum di Israele: accordo in una settimana o entriamo a Rafah

— Servizio a pag. 7



Raid continui. Una casa a Rafah dopo un bombardamento israeliano

DIPLOMAZIA

Il piano per Gaza passa dall'intesa sulle armi tra Stati Uniti e Arabia Saudita

Bongiorni — a pag. 7

PANORAMA

REPLICA A MACRON

Tajani: «Aiutiamo l'Ucraina ma non manderemo soldati italiani»

«Non siamo in guerra con la Russia e quindi non manderemo soldati italiani a combattere in Ucraina». Lo ha detto il ministro degli Esteri Antonio Tajani dopo le dichiarazioni del presidente francese Emmanuel Macron. «Noi difendiamo - ha aggiunto Tajani - il diritto dell'Ucraina ad essere uno Stato indipendente. Ma non siamo, lo ribadisco, in guerra con la Russia». — a pagina 8

IL CASO VISIBILIA

Santanchè, la Procura chiede il processo

La Procura di Milano chiede il rinvio a giudizio per il ministro del Turismo Daniela Santanchè nel filone del caso Visibilia per presunta truffa aggravata ai danni dell'Inps. — a pagina 6

ADDII 1952-2014

MORTO BERTA, ECONOMISTA E STORICO DELLA FIAT

di **Paolo Bricco** — a pagina 9

DATI ISTAT DI MARZO

Tasso di occupazione al 62,1%, nuovo record

A marzo il tasso di occupazione è salito al 62,1%, un nuovo record, anche se restiamo ben 13 punti sotto la media europea. In termini assoluti sono 70mila occupati in più. — a pagina 5

DA OGGI IN EDICOLA



Mamme d'Italia

Chi sono, come stanno, cosa vogliono

— a 12,90 euro oltre al quotidiano

Motori 24

— Servizi alle pag. 13 e 14

Food 24

— Servizi alle pag. 15 e 16

ABBONATI AL SOLE 24 ORE
Sconto 150€ Festival Economia. Info:
ilsole24ore.com/abbonamento
Servizio Clienti 02.30.300.600

Levata di scudi sul fotovoltaico

Energia

Elettricità Futura
e Utilitalia: rivedere
lo stop nei terreni agricoli

Sul testo del Dl
dialogo aperto tra i ministri
Lollobrigida e Pichetto Fratin

Braccio di ferro sullo stop ai pannelli
nei terreni agricoli che sarà portato
lunedì in Cdm dal ministro Lollobrigida.
Il responsabile dell'Ambiente
Pichetto Fratin preme per una soluzione
che tuteli gli obiettivi di decarbonizzazione.
Le imprese ai ministri: riconsiderare il divieto.

Dominelli e Serafini — a pag. 4



Adolfo Urso.
Ministro delle imprese e del Made in Italy

L'INTERVISTA

Urso: «Lunedì il decreto legge per i 150 milioni all'ex Ilva»

Carmine Fotina — a pag. 5

INTELLIGENZA ARTIFICIALE E TRIMESTRALI

Gli utili delle big tech a +39%, Apple corre in Borsa

Vittorio Carlini — a pag. 2



Conti brillanti.
Hanno pubblicato i dati: Alphabet, Amazon, Apple, Meta, Microsoft e Netflix

BTP Valore, rendimento medio al 3,79%

Titoli di Stato

Tasso minimo del 3,35%
per i primi tre anni
e del 3,90% per gli altri tre

Il collocamento comincia
lunedì prossimo
per chiudersi venerdì

Sarà del 3,35% per i primi tre anni e del 3,90% per i successivi tre il tasso cedolare minimo garantito del nuovo BTP Valore a sei anni, con premio fedeltà dello 0,8 per cento, il più alto fin qui per questo tipo di emissione. Il tasso medio annuo sarà del 3,79 per cento.

Il collocamento si aprirà lunedì per chiudersi venerdì 10 maggio alle 13, salvo chiusura anticipata.

Al termine del collocamento verranno annunciati i tassi cedolari definitivi che potranno essere confermati o rivisti al rialzo.

Gianni Trovati — a pag. 3

L'INTERVISTA

Iacovoni: «Una finestra utile per tassi e calendario fiscale»

«Il ritorno a un'emissione dedicata al retail risponde al flusso di domanda che continuiamo a percepire sul mercato», spiega Iacovoni, Dg Debito pubblico al Tesoro. — a pag. 3



Davide Iacovoni.
Dg del Debito pubblico al ministero del Tesoro

SCARPA®

FEEL AT HOME AT ANY HEIGHT.

NIMSDAI PURJA
CHOOSING OUR FOOTWEAR FOR THE FIRST WINTER ASCENT ON K2.

Intesa batte le stime: utile trimestrale a 2,3 miliardi

I conti delle banche

Intesa Sanpaolo batte le stime e chiude il primo trimestre con un utile netto a 2,3 miliardi di euro, in crescita del 17,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. L'attuazione del piano di impresa 2022-2025 prosegue, con una pro-

spettiva di utile per il 2024 e per il 2025 superiore a 8 miliardi di euro. Per il 2024 la banca guidata da Carlo Messina prevede una solida crescita dei ricavi e un aumento del dividendo per azione. L'ex presidente della Compagnia San Paolo, Francesco Profumo, diventa presidente di Isybank, la banca digitale del gruppo. Gli lascia il posto Mario Bosselli, che diventa vice presidente. **Paolo Paronetto** — a pag. 18

INAUGURATO IL COLLEGAMENTO CON L'A4

Zaia: «Dalla Pedemontana un nuovo slancio per l'industria del Nordest»

Marco Morino — a pag. 10

Food 24

PESCATORI, POCO RICAMBIO
Allarme di Confcooperative Fedagri-pesca sul ricambio generazionale: il 40% dei figli dei pescatori non segue i padri e gli effettivi sono calati da 30mila a 22mila in 10 anni.



ALLEANZA ORSERO E CERCHIA
Una joint venture di filiera per i frutti di bosco. Si chiama "I Frutti di Gil" e nasce dalla partnership tra Orsero e Cerchia Holding
www.ilsole24ore.com/sez/food

La Food Valley vale 8,2 miliardi e il 33% arriva dall'export

Parma. Più di mille aziende per 25mila addetti in filiere diverse: dal Parmigiano al prosciutto, dal latte alla pasta, dal pomodoro fino alle alici

Giorgio dell'Orefice

È da sempre uno dei distretti chiave dell'agroalimentare made in Italy non solo in termini di fatturato sviluppato ma soprattutto per la capacità di tracciare alcune importanti linee direttrici diventate poi col tempo le chiavi di successo per l'intero agroalimentare italiano: la qualità e l'internazionalizzazione. È la "Food Valley" di Parma, un distretto in grado di mettere in campo numeri di tutto rilievo: 8,2 miliardi di fatturato di cui 2,7 legati all'export, pari a un'incidenza sul totale del 33%.

Distretto che storicamente ha avuto i suoi pilastri nelle produzioni di Parmigiano reggiano e Prosciutto di Parma (due delle prime 5 Dop italiane per fatturato) ma che poi si è sviluppato soprattutto grazie a brand come Barilla e Parmalat.

grandi Dop, quando della spinta all'internazionalizzazione con marchi come Barilla.

Nel percorso di crescita e di consolidamento della Food Valley di Parma oltre ai significativi valori economici va poi ricordato l'importante riconoscimento ottenuto nel 2005 quando la Commissione Ue decise di collocare proprio nella città emiliana la sede dell'Efsa, l'autorità europea per la sicurezza alimentare.

Parma e la sua Food Valley saranno al centro di un incontro il prossimo 8 maggio nell'ambito della manifestazione Cibus intitolato "L'agroalimentare parmense: risultati economici e iniziative delle diverse filiere per la valorizzazione del territorio" organizzato dalla Fondazione Parma Unesco Creative City of Gastronomy.

Un incontro nel corso del quale sarà non solo ricostruito il percorso di crescita dell'agroalimentare a Parma ma ne saranno anche delineate le direttrici di sviluppo future. «Per il futuro - ha spiegato il direttore di Parma Alimentare e portavoce della Fondazione Parma Unesco Creative City of Gastronomy, Alessandra Foppiano - noi vediamo due priorità che sono la formazione e il turismo enogastronomico. Sotto il primo profilo in questi anni è cresciuta molto l'offerta formativa legata al Food. La nostra università ha corsi dedicati all'alimentare e a come creare valore per il food. Ma in grande crescita è anche Alma la scuola internazionale di cucina italiana. C'è poi il progetto Food Farm dedicato alle scuole professionali dove i giovani cominciano a misurarsi anche con la dimensione produttiva. Ricorderei poi Geocampus e i suoi maestri del gusto che organizzano centri estivi per i più piccoli improntati all'educazione alimentare. E infine non va dimenticata la candidatura di Parma a Città Giovani Europa 2027».

E infine c'è la variabile turismo che in una città come Parma, sta conoscendo un successo non scontato e legato proprio all'enogastronomia e in particolare a tre best practice legate al territorio: Imprese Aperte (3.500 visitatori in 300 appuntamenti che hanno coinvolto nel 2023 43 aziende), Caseifici Aperti (manifestazione del Parmigiano reggiano Dop con 24.500 partecipanti nel 2023, +19,2% sull'anno precedente) e infine Finestre Aperte (organizzato dal Consorzio Prosciutto di Parma). Appuntamenti ai quali va aggiunta la Cena dei Mille, dedicata ai buyers internazionali del food che lo scorso anno ha visto 850 biglietti esauriti in 4 giorni. «Manifestazioni - aggiunge la Foppiano - che hanno saputo ritagliarsi un loro spazio e che insieme alla gastronomia hanno trasformato Parma in una meta turistica. Certo non siamo Venezia ma va anche detto che anni fa neanche avremmo immaginato di avere tutti questi stranieri in giro per la nostra città».



Stagionatura. Il Prosciutto di Parma e Parmigiano reggiano sono due delle prime cinque Dop italiane per fatturato

Consumi sempre più proteici e con sempre meno zucchero

Le novità di Cibus

Dal 7 al 10 maggio

Manuela Soressi

Sempre più proteici, ovviamente. Ma anche arricchiti o alleggeriti, "contaminati" dai gusti globali o incentrati sul recupero di sapori locali: sono gli oltre mille nuovi prodotti in arrivo nel mondo alimentare che si presentano alla ribalta durante Cibus, il salone in programma dal 7 al 10 maggio a Parma. Un'autentica cartina di tornasole per capire come e dove si muove l'innovazione nella sua incessante ricerca di nuove proposte capaci, se non di generare l'effetto wow nei consumatori, almeno di spingere all'acquisto contrastando la "glaciazione" in atto nel carrello della spesa (-2,1% nei primi tre mesi del 2024, secondo NielsenIQ). «L'industria alimentare punta molto sull'innovazione, perché riscuote un grande interesse: il 70,9% delle famiglie italiane ha comprato almeno un nuovo prodotto nel corso dell'ultimo anno - spiega Marco Pellizzoni di Consumer Panel Italy GfK - In cifre si tratta di oltre 18 milioni di famiglie, tra cui spiccano i 3,2 milioni con un alto orientamento alle novità e che sono disposti a spendere di più per provarle appena li trovano in vendita».

Dunque l'innovazione rappresenta una leva importante non solo per tenere il passo con le richieste del mercato e mantenere l'appeal dei brand, ma anche per offrire proposte di valore, anche nei prezzi. Lo si nota soprattutto nella grande area del benessere, dove si concentra la maggior parte delle novità in risposta a quel 65% di italiani che sceglie un prodotto proprio per i suoi valori salutistici (fonte Consumer Outlook 2024). I nuovi prodotti cavalcano la mo-

da del proteico (che nel 2023 ha aumentato le vendite del 19,6%, secondo NielsenIQ) e del minor apporto di zuccheri (+23%), nonché l'emergente domanda di prodotti anti-age, come il caffè al ginseng arricchito di collagene proposto da Foodness. Sempre più ampia anche l'offerta di prodotti adatti a chi soffre di allergie e intolleranze alimentari che sommano più benefici, come i prodotti da forno privi di glutine e lattosio proposti da Farmo.

L'attenzione al benessere non risparmia neppure i settori più tradizionali. Nell'avicolo Fileni presenta le cotolette di pollo con il 50% di grassi in meno rispetto alla media del mercato mentre nei salumi Rovagnati porta anche nel banco gastronomia la sua linea Snello, caratterizzata dal ridotto contenuto di lipidi e dall'assenza di nitrati o nitriti.

L'innovazione dei cibi si concentra nell'area benessere: i valori salutistici sono una priorità negli acquisti

Grande dinamismo anche nei sostituti delle proteine animali, mercato che, secondo NielsenIQ, è aumentato del +7,7% nel corso del 2023 anche grazie all'arrivo di numerosi nuovi prodotti. Che il plant based sia un universo parallelo dove è importante esserci lo dimostra l'interesse di molte aziende storiche del food, come Polli, che arriva a Cibus con la nuova linea di ragu vegetali dalla texture golosa, o come Martino-Rossi che lancia il preparato vegetale Beamy da usare in ricette dolci o salate al posto delle uova.

Ma non si vive di sole privazioni. Infatti, l'altro lato dell'innovazione alimentare punta sull'edonismo, anche sull'onda del sentiment degli italiani sempre meno

fiduciosi del futuro e, quindi, sempre più concentrati a godersi il presente. Un atteggiamento che si è sostanzialmente invertito nel 2023 nell'aumento a doppia cifra della spesa per patatine, biscotti e caramelle. Un grande attrattore è rappresentato dal rito dell'aperitivo, a cui si rivolgono diversi nuovi prodotti, come le olive gourmet proposte da Monini e il Quartirolo Lombardo Dop cubettato in olio lanciato da Arrigoni. Edonismo è anche il piacere di scoprire sapori che arrivano da altre culture alimentari, come la salsa al curry firmata Saclà e i prodotti premium per la preparazione di piatti della cucina giapponese proposti da Riso Vignola.

Che il gusto resti un attrattore importante lo conferma una ricerca Ismea, da cui emerge che 35 italiani su 100 lo indicano come il principale fattore di scelta di un prodotto alimentare (prezzo escluso). Ecco quindi che l'innovazione si concentra sull'esperienza palatale, puntando su ingredienti nuovi o abbinamenti insoliti, capaci di incuriosire e ingolosire i consumatori: dalla polpa di granchio blu firmata Le Mareviglie ai mix di frutta fresca e semi candita (amarena e zenzero) proposti da Fresco Senso in partnership con Fabbri 1905, pronti a sbarcare anche in 100 supermercati Plodine in Croazia. Del resto Cibus rappresenta un trampolino per portare il made in Italy l'estero poiché sono attesi circa 2mila buyer, provenienti da tutto il mondo, e in particolare dall'Asia (compresa la Cina, la grande assente durante la pandemia). Per loro ci sono tante novità nate espressamente per l'export, come la gamma di sughi Filippo Berio, con olio extravergine di oliva e pomodoro 100% italiani e i prodotti Pomì con i nuovi packaging studiati per Stati Uniti, Germania e Austria.

Per fronteggiare il caro cacao spazi di crescita per le carrube

Produzione siciliana
Tra Ragusa e Siracusa

Le carrube sono tornate d'attualità. Prima la ricerca di superfood e prodotti più naturali, poi l'esplosione delle quotazioni del cacao (da inizio anno +170% a Londra e a New York secondo Areté) hanno riaperto i riflettori su questo legume "ancestrale", citato già nel Vangelo, dalla cui polpa si ricava una farina che è considerato un ottimo surrogato del cacao e dai semi un addensante molto usato nell'industria alimentare (indicato sulle etichette come E410). E così nell'ultimo triennio la domanda è esplosa, ma si è presto trovata a fare i conti con un'accentuata e generalizzata scarsità di prodotto. Il che ne ha rialzato le quotazioni, facendole quintuplicare fino a oltre 30 euro al kg. Anche in Italia, paese che, con le sue 35mila tonnellate di media annua (fonte Ismea), si gioca con il Portogallo il secondo posto nel ranking dei produttori mondiali, dietro il Marocco. Gli effetti sono stati disastrosi: le quotazioni andate alle stelle hanno innescato nel 2023 la riduzione della richiesta da parte delle aziende, che hanno ripiegato verso sostituti del cacao e addensanti più economici (come il guar). Risultato: grandi difficoltà per i trasformatori di carrube, concentrati nelle province di Ragusa e Siracusa (95% della produzione).

«Il 2023 è stato un anno di crisi, come non si vedeva da tempo - spiega Lorenzo Antoci, proprietario di Sicilian Carob Flour, che lavora 4mila tonnellate annue di bacelli, perlopiù destinate alla produzione di mangimi e petfood, e che ha chiuso il 2023 con 4 milioni di fatturato - ma ora stiamo assistendo a una ripartenza della domanda, soprattutto nel food, settore in cui siamo entrati da pochi mesi, dopo aver ottenuto le autorizzazioni». Che l'alimentazione umana sia lo sbocco più promettente lo pensano in molti, anche per la crescente richiesta di prodotti clean label e adatti ai celiaci. Ma il made in Italy non riesce a cavalcarla. «Nel mondo nel gluten free c'è una forte domanda di farina di semi di carruba ma in Italia è impossibile trovare quantità adeguate alle esigenze delle industrie anche perché non si è ancora riusciti a istituire una filiera che vada dalla raccolta alla trasformazione», spiega Roberta Prandoni, food developer. Ma qualcosa si sta muovendo. Alcuni mesi fa, attingendo i fondi del Pnrr, nel ragusano è stato avviato un contratto di filiera, guidato dalla società Lgb Sicilia Ingredienti, per avviare 67 ettari di carrubeti entro il 2026 e mettere in rete tutti gli attori del settore. «Occorre riconoscere alla carruba una sua dignità e non considerarla un sostituto di altri ingredienti», dice Luciana Cipriani, co-founder di Natura Humana, che ha brevettato un processo per estrarne una melassa usata in prodotti spalmabili a basso indice glicemico. Un business appena partito ma che sta crescendo in fretta, e che nel 2024 si prevede triplicherà gli 80mila euro lo scorso anno. Quello dei prodotti a valore aggiunto è un filone in cui sono inseriti diversi produttori, soprattutto in Puglia, come l'Amaro d'Itria o Freecaio, il "cioccolato" (ma per legge non lo si può definire così) ottenuto riducendo del 90% il consumo di acqua e dell'80% le emissioni di CO2 rispetto alla produzione di cacao.

—M.Sor.



Leader. Nella lavorazione del pomodoro protagonisti Mutti e Rodolfi Mansueto