

Andrea Moro

I confini di Babele
Il cervello e il mistero delle lingue impossibili

Longanesi, Milano 2006, pp. 330, euro 16,60

La ricerca di Moro dimostra che la distinzione tra lingue possibili e lingue impossibili ha un fondamento biologico e non culturale.

Si parla di apprendimento linguistico dei bambini, di linguaggio animale, arrivando a comprendere l'importanza dell'organismo nella costruzione delle grammatiche.

Elena Polidori

Via Nazionale
Splendori e miserie della Banca d'Italia

Longanesi, Milano 2006, pp. 208, euro 13,60

Piuttosto che un saggio sulla Banca d'Italia, il volume fa i ritratti dei governatori della Banca d'Italia che si sono succeduti. Ci si interroga sulla decadenza di questa istituzione.

James Holland

La fortezza Malta
Un'isola sotto assedio. 1940-1943

Longanesi, Milano 2006, pp. 512, euro 22,50

Holland ricostruisce un episodio cruciale, ma poco noto, della seconda guerra mondiale: l'assedio di Malta, durato tre anni e durante il quale 3000 raid aerei sganciarono il doppio delle bombe cadute su Londra nel corso del blitz tedesco dell'estate del 1940.



Fiere, un propulsore per l'alimentare italiano nel mondo - Trade fairs, a propellor for the Italian food worldwide

di/by Luca Bianco

Così Luigi Rossi di Montelera, presidente di Federalimentare, sintetizza gli esiti del 4° Rapporto Federalimentare-Ismea sullo stato del settore in Italia: "L'industria alimentare italiana riscuote un enorme prestigio all'estero e agisce su nicchie di mercato di altissima qualità comportandosi, tuttavia, come una Ferrari che procede al ritmo di un'utilitaria."

Il rapporto Federalimentare-Ismea

Se, da un lato, l'agroalimentare italiano ha mostrato una crescita complessiva del 1,9% nel 2005 (con 107 miliardi di fatturato) e un +1,7% quanto alle esportazioni, d'altro lato, questi dati si inseriscono in un contesto più problematico. Infatti, la produttività dell'industria alimentare dal 1996 al 2005 è diminuita del 3%, (contro il +0,8% dell'industria manifatturiera). Anche rispetto alla quota di commercio mondiale complessiva, il contributo dei nostri prodotti agroalimentari scende in maniera preoccupante, e si ferma al 4%: quasi la metà rispetto a Francia, Olanda e Germania.

L'export alimentare, poi, perde punti rispetto all'export totale del Paese (da un'incidenza del 5,4% nel 2003 ad una del 5,2% nel 2005) e rimane ancorato alla soglia del 14% rispetto al fatturato totale del comparto, laddove la media europea è del 18%.

Internazionalità e alleanze

Qual è, in questo contesto, il ruolo che possono, e devono, svolgere le manifestazioni fieristiche? Sicuramente centrale, se proprio nel supporto alle fiere Federalimentare ha individuato una delle Linee direttrici dell'attività promozionale per il 2007.

Le principali manifestazioni italiane del settore sembrano trovarsi di fronte a una sfida comune: rafforzare la presenza dell'alimentare italiano, fortemente radicato nei territori d'eccellenza, a un livello internazionale.

In quest'ottica nasce **Tuttofood** (5-8/5/07) di Milano, che vuole proporsi come un evento in grado di competere con le altre grandi manifestazioni europee, grazie a un'elevata internazionalità dell'offerta. L'effetto di ritorno sarebbe allora il rafforzarsi dell'alimentare italiano sul mercato globale.



Luigi Rossi di Montelera

Se un discorso di questo tipo è possibile per un gigante come Fiera Milano, forte di una struttura espositiva nuova e all'avanguardia, altri operatori perseguono invece la strategia delle alleanze. È quanto avvenuto tra **Veronafiere** e **Fiere di Parma**, che hanno dato vita a una partnership per il marketing e la promozione unitaria sui mercati internazionali. In questo contesto prende vita l'edizione congiunta del **Cibus** e del **Vinitaly**, a Shanghai dal 23 al 25 novembre prossimi. E ancora, Parma si allea con Colonia, per promuovere e supportare più efficacemente le fiere professionali nel settore alimentare. In questa direzione, infine, va l'accordo di Fiere di Parma e Federalimentare con Roma, per la realizzazione del nuovo **Cibus Roma**, dal 14 al 17 aprile 2007 nel nuovo quartiere fieristico della capitale.

La politica associativa fa da sfondo anche al **Salone del gusto** di Torino, organizzato ogni due anni da **SlowFood** (edizione 2006, dal 26 al 30 ottobre). Forte della propria estesissima rete associativa, SlowFood è infatti in grado di riunire tante piccole produzioni di qualità, che possono disporre di una vetrina autorevole e internazionale.



Stand del culatello di Zibello al Salone del gusto