

**BUSINESS&RELIGIONE.** Oggi nella sede Apindustria di Vicenza un seminario sulle regole per l'export degli alimentari

# Il made in Italy formato Islam

Gli operatori, molto interessati ai consumatori musulmani scoprono la certificazione Halal

**Marino Smiderle**  
VICENZA

Se Maometto non va alla montagna, la montagna va da Maometto. Nel caso specifico, la montagna è costituita dagli imprenditori che operano nel settore alimentare che vorrebbero incrementare il business nei mercati con forte presenza di consumatori di fede islamica. La condizione necessaria per farsi aprire le porte di questo mondo si trova nella certificazione Halal, una sorta di via libera religiosa per i prodotti alimentari.

Ed è proprio partendo da questo presupposto che Unionalimentari-Confapi ha organizzato per oggi alle 14, nella sede di Apindustria Vicenza, il seminario "La certificazione Halal per i prodotti alimentari italiani", rivolto appunto alle aziende che operano nel settore agroalimentare. «Il seminario sarà tenuto da esperti di Halal Italia - si legge nella nota congiunta diffusa da Unionalimentari e Halal Italia - l'ente italiano per la certificazione islamica, e della Coreis (Comunità religiosa islamica) italiana che ha ottenuto il riconoscimento delle istituzioni in virtù della "Convenzione interministeriale di sostegno all'iniziativa Halal Italia" sottoscritta dai ministeri italiani degli Esteri, dello Sviluppo economico, della Salute e delle Politiche agricole, costituendo un marchio di qualità, valido sul territorio nazionale ed estero, per i prodotti agroalimentari, cosmetici e farmaceutici».

Il seminario prevede due sezioni: "Il lecito dell'Islam, principi e applicazioni nel settore alimentare" e "L'Halal nel mondo: nuovi orizzonti per le imprese italiane". «L'obiettivo sarà di formare i discenti sui criteri etico-religiosi che regolano le prescrizioni islamiche in materia di alimentazione Halal e di approfondire le modalità di rilascio delle certi-

ficazioni Halal italiane».

«Ma non solo - prosegue la nota - Verranno forniti supporto e consulenza per la promozione commerciale dei prodotti certificati Halal sia nel mercato islamico sia in quello interno dove il numero dei potenziali consumatori di prodotti Halal è in costante crescita. Basti pensare che il volume di affari dei prodotti alimentari, farmaceutici e cosmetici conformi ai dettami del Corano in Italia è di 5 miliardi di euro, in Europa è di 54, nel mondo di circa 500».

«La certificazione Halal è uno strumento essenziale per permettere alle eccellenze del Made in Italy di raggiungere i mercati a maggioranza islamica la cui importanza dal punto di vista economico è sempre più rilevante - afferma il presidente di Unionalimentari, Renato Bonaglia -. Il seminario rientra nel supporto all'export alle aziende aderenti».

«Attraverso la collaborazione con Unionalimentari - sostiene Hamid Distefano, amministratore delegato di Halal Italia - ci poniamo l'obiettivo di sviluppare anche sul territorio nazionale le potenzialità del mercato halal come ponte per l'integrazione della comunità islamica in Italia». ♦

## La cifra

# 500

**MILIARDI DI GIRO D'AFFARI  
MERCATO HALAL NEL MONDO**

Il volume di affari dei prodotti alimentari, farmaceutici e cosmetici conformi ai dettami del Corano è di 500 miliardi.



Non c'è solo il kebab. I consumatori islamici sono interessati ai prodotti italiani in possesso di certificato

