

L'effetto Expo fa volare le esportazioni di cibo, da +19% in Usa a +57% in Cina

Con l'inizio di Expo si è registrato un aumento della domanda di prodotti agroalimentari Made in Italy all'estero che va dal +19 per cento in Usa al +36 per cento in India fino al +57 per cento in Cina, ma risultati estremamente positivi si hanno anche nello stagnante mercato dell'Unione Europea con un incremento del 5 per cento. E' quanto è emerso da uno studio presentato all'Assemblea della Coldiretti sulla base dei dati Istat a maggio dal quale si evidenzia anche che nel primo mese di inizio dell'Esposizione si è registrato un forte balzo del 5,9 per cento nelle presenze alberghiere in Italia, dovuto soprattutto agli stranieri che fanno segnare un aumento del 6,6 per cento mentre gli italiani crescono del 5,1 per cento, secondo Federalberghi.

Complessivamente a livello globale le esportazioni agroalimentari Made in Italy hanno fatto registrare - sottolinea la Coldiretti - un aumento record del 7 per cento per effetto della ripresa economica, del tasso di cambio più favorevole, ma certamente anche per l'impulso positivo dell'Esposizione universale. Un risultato ancora più incoraggiante se si considera - precisa la Coldiretti - il crollo delle spedizioni verso la Russia a seguito dell'embargo che ha colpito importanti comparti dell'agroalimentare, comportando un cedimento del 36 per cento del valore delle esportazioni.

Il prodotto dell'agroalimentare più esportato dall'Italia nel mondo - riferisce la Coldiretti - è il vino, ma rilevanti sono anche le spedizioni all'estero di ortofrutta, quelle di pasta e di olio di oliva. I 2/3 del fatturato si ottengono con l'esportazione di prodotti agroalimentari verso i paesi dell'Unione Europea, ma il Made in Italy va forte anche negli Usa che sono il principale mercato di sbocco extracomunitario.

“Con questi risultati sul commercio estero l'agroalimentare, insieme al turismo, è probabilmente il settore che più di altri sta beneficiando dell'effetto traino dell'Esposizione Universale”, ha affermato il presidente della Coldiretti Roberto Moncalvo nel sottolineare che “si tratta di una occasione unica per dare la possibilità ai consumatori stranieri di mettere a confronto i prodotti originali con i troppi tarocchi che circolano in molti Paesi”.

Non è un caso che per l'estate appena iniziata le previsioni siano per un sostanziale aumento del turismo straniero soprattutto legato all'agroalimentare. Due stranieri su tre - sottolinea la Coldiretti - considerano la cultura e il cibo la principale motivazione del viaggio in Italia che ha conquistato la leadership mondiale nel turismo enogastronomico grazie a 4.813 prodotti tradizionali censiti dalle regioni, 271 specialità Dop/Igp riconosciute a livello comunitario, 415 vini Doc/Docg, quasi ventunmila agriturismi e oltre 10mila fattorie dove acquistare direttamente dagli agricoltori di Campagna Amica.

Ma l'Expo ha portato una iniezione di ottimismo che - conclude la Coldiretti - ha creato un miglioramento del clima con la crescita a giugno della fiducia dei consumatori, che è salita a 109,5 rispetto ai 106,0 del mese precedente, e delle imprese, con un balzo in avanti da 101,8 a

