

L'export agroalimentare sale a 31 miliardi, è nuovo record

Record storico per il valore delle esportazioni di prodotti agroalimentari italiani che nel 2012 raggiungerà il massimo di sempre, superando quota 31 miliardi di euro. E' quanto emerso da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Istat, presentata nel corso del Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, organizzato dalla Coldiretti a Villa d'Este di Cernobbio, in occasione della diffusione dei dati Istat su fatturato e ordinativi dell'industria, in calo rispetto allo scorso anno.

L'agroalimentare conferma dunque il suo ruolo di traino per l'intero Made in Italy all'estero, dove il buon cibo tricolore contribuisce in misura determinante a valorizzare l'immagine del Paese, tanto che il 38 per cento degli italiani lo ritiene il settore più importante per promuovere lo Stivale sui mercati stranieri, secondo l'indagine Coldiretti-Swg presentata a Cernobbio. Ma addirittura un cittadino su due (50 per cento) pensa che l'agroalimentare sia il principale motore dell'economia nazionale davanti a moda (18 per cento), auto (15 per cento) e arredamento (5 per cento).

Dall'analisi di Coldiretti emerge che la grande maggioranza delle esportazioni riguarda i paesi dell'Unione Europea per un valore stimato di 23,4 miliardi (+3 per cento) ma il Made in Italy va forte anche negli Stati Uniti con 2,6 miliardi (+10 per cento) e soprattutto nei mercati emergenti come quelli asiatici con 2,4 miliardi dove si è avuto l'incremento maggiore con un +20 per cento.

Tra i principali settori del Made in Italy, il prodotto più esportato è il vino, con 4,5 miliardi (+8 per cento) davanti all'ortofrutta fresca (3,8 miliardi di euro, in lieve flessione del 2 per cento). Aumenta peraltro anche la pasta che rappresenta una voce importante del Made in Italy sulle tavole straniere con 2,1 miliardi (+7 per cento). Sono sostanzialmente stabili le esportazioni di olio (1,2 miliardi).

Analizzando le performance dei prodotti nei singoli stati si scoprono aspetti sorprendenti con la crescita addirittura del 50 per cento della vendita di riso italiano in Cina. Il paese asiatico, presunto inventore degli spaghetti, si conferma terra di conquista anche per la pasta, le cui esportazioni sono quasi raddoppiate (+86 per cento), e per Grana Padano e Parmigiano Reggiano, che triplicano, nonostante la tradizionale opposizione al consumo di prodotti lattiero-caseari da parte dei cittadini asiatici.

Lo spumante tricolore fa registrare un vero e proprio boom (+35 per cento) in casa dello Champagne, la Francia. Ma i cugini transalpini sembrano sempre più propensi anche a “tradire” camembert e roquefort per i formaggi italiani, che aumentano del 6 per cento. Continua il buon momento della birra Made in Italy che avanza in Germania, patria dell’Oktoberfest, (+9 per cento) e in Gran Bretagna, regno dei pub, con una crescita del 2 per cento. Ma sotto la bandieratricolore crescono persino le esportazioni di couscous in Africa e triplicano le acciughe nei paesi Scandinavi, terra delle aringhe.

Complessivamente, la crescita dell’export agroalimentare compensa il flop fatto registrare dagli autoveicoli, che secondo i dati Istat fa segnare un crollo del fatturato del 21,4 per cento rispetto allo scorso anno.

“E’ questa la dimostrazione che nel grande mare della globalizzazione ci salveremo solo ancorandoci a quei prodotti, quei manufatti, quelle modalità di produzione che sono espressione diretta dell’identità italiana, dei suoi territori, delle sue risorse umane” ha sottolineato il presidente della Coldiretti, Sergio Marini, nel sottolineare che “se vogliamo giocare la partita sulla produttività e sui costi di produzione, perdiamo. Se invece aggiungiamo creatività, paesaggio, storia, tutto ciò che di bello e unico abbiamo in questo Paese, possiamo vincere e noi tutti questi valori li mettiamo nostri prodotti agroalimentari”.