

Export da record, il made in Italy a tavola supera quota 30 mld

Nonostante la crisi non si rinuncia al Made in Italy sulle tavole mondiali che anzi raggiunge nel 2011 il massimo storico oltrepassando per la prima volta quota 30 miliardi nelle esportazioni (+8 per cento) superiore alla voce autovetture, rimorchi e semirimorchi ferma a 25 miliardi.

E' quanto emerge da un'analisi della Coldiretti sulla base degli andamenti registrati dall'Istat nel commercio estero agroalimentare lo scorso anno, dalla quale si evidenziano peraltro numerose curiosità come la crescita boom del 19 per cento nell'export della birra italiana in Gran Bretagna o del 20 per cento del formaggio in Francia.

Le performance positive registrate sui mercati internazionali dal settore più rappresentativo dell'economia reale dimostra che il Paese può tornare a crescere solo se investe nelle proprie risorse che sono i territori, l'identità, la cultura e il cibo" ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel sottolineare che "l'agroalimentare è una leva competitiva formidabile per trainare il Made in Italy nel mondo".

A crescere all'estero sono stati i settori più tradizionali del Made in Italy come i formaggi, a partire da grana e parmigiano reggiano che sono i più esportati con una crescita del 21 per cento ma anche il vino (+12 per cento), l'olio di oliva (+9 per cento), la pasta (+8 per cento), i prodotti da forno (+7 per cento) e di salumeria (+7 per cento).

Se il comparto più dinamico è quello dei formaggi e latticini, che nel complesso fanno segnare un successo del +15 per cento per l'aumento delle vendite all'estero dovuto, oltre che al grana padano e parmigiano reggiano (+21 per cento), anche al gorgonzola + 13 per cento e al pecorino, in ripresa con l'8 per cento dopo una difficile crisi. Stabile il comparto frutticolo, dovuta soprattutto alle mele (+22 per cento) che hanno controbilanciato il forte calo delle esportazioni di frutta estiva e agrumi mentre fortemente negative sono state le esportazioni di ortaggi (-8 per cento), colpite ingiustamente anche dalla psicosi ingiustificata generata dal batterio killer.

Tra i principali Paesi di destinazione dell'agroalimentare tricolore si sono verificati aumenti in valore verso la Germania (+5 per cento), la Francia (+9 per cento) e il Regno Unito (+3 per cento), con un incremento medio nella Unione Europea del 6 per cento. Crescono però a ritmi molto più sostenuti le richieste nei Paesi extraeuropei (+15 per cento), tra i quali spicca soprattutto il ruolo degli Stati Uniti (+10 per cento) ma va segnalato anche il boom del vino italiano in Cina con una crescita del 65 per cento.