

Export agroalimentare da record: 30 miliardi nel 2011

Con la crisi vola il Made in Italy sulle tavole mondiale che raggiunge nel 2011 il massimo storico di 30 miliardi nelle esportazioni per effetto di una crescita in valore del 9 per cento. Ad affermarlo è un'analisi della Coldiretti sulla base degli andamenti registrati dall'Istat nel commercio estero agroalimentare nei primi undici mesi dell'anno.

"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 -. 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 22 per cento ma anche il vino (+13 per cento), l'olio di oliva (+7 per cento), la pasta (+7 per cento) come i prodotti da forno e di salumeria.

Non mancano risultati "sorprendenti" come la crescita boom del 20 per cento nell'export della birra italiana in Gran Bretagna, paese produttore di questa bevanda. Il comparto più dinamico è quello dei formaggi e latticini, che nel complesso fanno segnare un successo del + 16 per cento per l'aumento delle vendite all'estero dovuto, oltre che al grana padano e parmigiano reggiano, anche al gorgonzola (+ 14 per cento) e al pecorino, in ripresa con il 7 per cento dopo una difficile crisi.

Più moderata la crescita del comparto frutticolo (+2 per cento), dovuta soprattutto alle mele che hanno controbilanciato il forte calo delle esportazioni di frutta estiva e agrumi mentre fortemente negative sono state le esportazioni di ortaggi (- 10 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 7 per cento.

Crescono però a ritmi molto più sostenuti e richieste nei Paesi extraeuropei (+14 per cento), tra i quali spicca soprattutto il ruolo degli Stati Uniti (+11 per cento). E l'andamento sui mercati internazionali potrebbe ulteriormente migliorare da una più efficace tutela nei confronti della "agropirateria" internazionale che utilizza impropriamente parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che si richiamano all'Italia per prodotti taroccati che non hanno nulla a che fare con la realtà nazionale.