

Mai così tanto cibo e vino italiano sono stati consumati sulle tavole mondiali con il record storico per le esportazioni agroalimentari Made in Italy che nel 2018 hanno raggiunto per la prima volta il valore di 42 miliardi di euro grazie all'aumento del 3%. E' la Coldiretti a tracciare il bilancio dell'anno appena concluso, sulla base delle proiezioni su dati Istat. Si tratta di un ottimo risultato che conferma le potenzialità del Made in Italy a tavola per la ripresa economica ed occupazionale del Paese. Quasi i due terzi delle esportazioni agroalimentari interessano i Paesi dell'Unione Europea dove il principale partner è la Germania mentre fuori dai confini comunitari sono gli Stati Uniti il mercato di riferimento dell'italian food.

A spingere la crescita sono i prodotti base della dieta mediterranea a partire dal vino che è il prodotto italiano più esportato e fa segnare un aumento del 3% in valore ma la vera star è la categoria degli spumanti che balzano del 13% e raggiungono un valore delle vendite all'estero superiore a 1,5 miliardi durante l'anno. A seguire l'ortofrutta fresca che in valore fa segnare però una leggera frenata del 4%, mentre buone performance vedono protagonisti i salumi, i formaggi con un incremento del 3% in valore e la pasta che aumenta del 2%.

Si tratta di un risultato ottenuto grazie ai primati qualitativi e di sicurezza conquistati dell'agroalimentare nazionale che secondo la Coldiretti chiude il 2018 con un bilancio di 5056 prodotti tradizionali censiti dalle Regioni, 294 specialità Dop/Igp riconosciute a livello comunitario e 415 vini Doc/Docg, la leadership europea nel biologico con oltre 60mila aziende agricole bio, 40mila aziende agricole impegnate nel custodire semi o piante a rischio di estinzione, la più vasta rete mondiale di mercati degli agricoltori sotto l'unica insegna con Campagna Amica e il primato della sicurezza alimentare mondiale con il maggior numero di prodotti agroalimentari con residui chimici regolari (99,4%).

Sul successo del Made in Italy agroalimentare all'estero pesano in futuro i cambiamenti in atto nella politica internazionale che potrebbero tradursi in misure neoprotezionistiche che riguardano i principali mercati di sbocco. Sul rapporto con la Gran Bretagna c'è l'incognita della Brexit ma a rischio sono anche le altalenanti relazioni commerciali con gli Stati Uniti di Donald Trump mentre il settore continua a subire gli effetti negativi dell'embargo in Russia con il divieto all'ingresso di frutta e verdura, formaggi, carne e salumi, ma anche pesce, provenienti da Ue, Usa, Canada, Norvegia ed Australia con decreto n. 778 del 7 agosto 2014, appena rinnovato sino alla fine del 2019.

“L'andamento sui mercati internazionali potrebbe ulteriormente migliorare con una più efficace tutela nei confronti della “agropirateria” internazionale che fattura oltre 100 miliardi di euro utilizzando 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”, ha affermato il presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che “a preoccupare è la nuova stagione di accordi bilaterali inaugurata dall’Unione Europea che, dal Ceta con il Canada al Giappone, sta di fatto legittimando il falso Made in Italy”. “Occorre superare peraltro l’attuale frammentazione e dispersione delle risorse per la promozione del vero Made in Italy all’estero puntando a un’Agenzia unica che accompagni le imprese in giro nel mondo sul modello della Sopexa ed investire - ha continuato Prandini - sulle Ambasciate, introducendo nella valutazione principi legati al numero dei contratti commerciali. Mentre a livello nazionale - ha concluso Prandini - servono trasporti efficienti sulla linea ferroviaria e snodi aeroportuali per le merci che ci permetta di portare i nostri prodotti rapidamente da nord a sud del Paese e poi in ogni angolo d’Europa e del mondo.