

Green economy, l'agricoltura si conferma motore della "rivoluzione verde"

L'agricoltura si conferma uno dei motori della Green economy. A testimoniare è la nuova ricerca sull'economia "verde" realizzata in collaborazione con Coldiretti e presentata ad Expo. Un paradigma produttivo sempre più forte e diffuso nel Paese. Basti dire che solo quest'anno, incoraggiate dai primi segnali della ripresa, 120mila imprese hanno investito green, o intendono farlo entro dicembre, il 36% in più rispetto al 2014. E in termini di risultati, nei bilanci, nell'occupazione e nelle performance ambientali del Paese, che rendono l'Italia, nonostante i tanti problemi aperti, il leader europeo in alcuni campi dello sviluppo sostenibile.

L'orientamento green si conferma un fattore strategico per il made in Italy: alla nostra green economy si devono 102,497 miliardi di valore aggiunto - pari al 10,3% dell'economia nazionale - e 2 milioni 942mila green jobs, ossia occupati che applicano competenze 'verdi'. Una cifra che corrisponde al 13,2% dell'occupazione complessiva nazionale ed è destinata a salire ancora entro dicembre. Dalla green Italy infatti arriveranno quest'anno 294.200 assunzioni legate a competenze green: ben il 59% della domanda di lavoro.

All'interno di questo contesto l'agricoltura italiana si conferma uno dei motori della "rivoluzione verde". Grazie ad un modello di business capace di coniugare competitività sui mercati internazionali, qualità delle produzioni e sostenibilità ambientale, il comparto ha saputo conquistare una posizione di rilievo nel panorama economico italiano. E i numeri lo dimostrano. L'agricoltura ha fatto registrare, nel primo trimestre 2015, il più elevato incremento del Pil, con il valore aggiunto che è aumentato del 6% a livello congiunturale, un dato dieci volte superiore a quello dell'industria.

Un successo dovuto principalmente al boom dell'export che, nei primi sei mesi dell'anno, è cresciuto dell'8 per cento, sotto la spinta dell'Expo, ponendo le basi per raggiungere, a fine 2015, la storica cifra di 36 miliardi di euro. Circa i due terzi delle esportazioni interessa i Paesi dell'Unione europea, con una crescita del 5 per cento, ma il made in Italy a tavola spopola soprattutto negli Stati Uniti, con un +28 per cento, in Cina (+18 per cento) e nei mercati asiatici in generale (+24 per cento). Il prodotto più venduto all'estero è il vino (2,5 miliardi in sei mesi e una crescita del 7 per cento), davanti all'ortofrutta fresca (+9 per cento) e all'olio, che fa segnare un +11 per cento.

La vendita diretta è uno dei trend più significativi degli ultimi anni: l'agricoltura sostenibile è anche legata alla diffusione di nuovi modelli di consumo che prediligono prodotti in grado di garantire genuinità e sicurezza alimentare, tutela del territorio e della biodiversità, attenzione alle produzioni locali. Un'opportunità resa possibile dalla Fondazione Campagna Amica, della quale fanno parte 6.768 aziende agricole, 2.024 agriturismi, 416 cooperative, 1.104 mercati, 155 botteghe ai quali si aggiungono ristoranti e orti urbani, per un totale di oltre 10 mila punti vendita in cui si trovano prodotti locali del territorio, messi in vendita direttamente dall'agricoltore, nel

terzo. I mercati degli agricoltori promuovono la conoscenza della stagionalità, con i cibi che non devono percorrere lunghe distanze, riducendo le emissioni in atmosfera dovute alla combustione di benzina e gasolio. Gli effetti si fanno sentire anche sugli sprechi, che vengono ridotti per la maggiore freschezza della frutta e verdura in vendita.

Il modello agricolo italiano è vincente nel mondo non solo grazie al primato conquistato nella qualità, ma anche a quello nel valore aggiunto per ettaro di terreno: la ricchezza netta prodotta per unità di superficie dalla nostra agricoltura è praticamente il doppio di quella di Germania, Francia e Spagna e il triplo di quella inglese. L'Italia è, inoltre, il secondo paese nell'Unione europea per superficie agricola investita a biologico, pari a 1.387.912 ettari nel 2014, con un aumento complessivo, rispetto all'anno precedente, superiore al 5,4 %⁸. In crescita anche il numero degli operatori (+5,8%), con 55.433 addetti certificati, di cui quasi il 77% (42.546) rappresentato da aziende agricole, poco meno del 23% (12.628) da trasformatori.

Dal lato degli acquisti, i consumatori italiani confermano di apprezzare sempre di più un'agricoltura a minore impatto ambientale. Dopo aver chiuso il 2014 con un incremento dell'11%, gli acquisti di cibo bio hanno spiccato letteralmente il volo nei primi sei mesi del 2015, facendo registrare un aumento in valore vicino al 20%, che allarga ulteriormente il gap con il trend dell'agroalimentare nel complesso, fermo nello stesso periodo a un +0,1%¹⁰. Un giro d'affari al consumo superiore ai 2,1 miliardi di euro nel solo canale domestico, senza considerare, quindi, tutto quello che passa attraverso la ristorazione, i bar, le mense e in generale il food service.