

Ice-Prometeia: export agroalimentare in crescita nel 2020 e 2021 sui mercati globali

Previsioni di crescita del commercio globale dal 2020. Il rapporto annuale "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori" dell'Ice-Agenzia e Prometeia, presentato a Roma ha evidenziato dopo un 2019 fiacco un recupero del 2,4% nel 2020 e del 3% nel 2021 con un andamento particolarmente brillante in India, Vietnam e Paesi dell'Africa subsahariana. Per le imprese italiane, spiega l'analisi Ice- Prometeia, gli aumenti sono maggiori rispetto alle aspettative sulla domanda interna. Il marchio, secondo il report, è l'elemento che fa la differenza sui mercati. Le parole chiave che vengono associate ai marchi italiani di maggior successo sono forte attenzione al territorio di origine, qualità, salute e sicurezza. E sono queste la cifra del settore alimentare per il quale infatti è previsto un andamento particolarmente favorevole con previsioni di crescita oltre la media nel 2020-2021. L'alimentare si affiancherà dunque ai settori più dinamici del made in Italy, dalla moda alla casa fino alla farmaceutica e meccanica. A giocare in favore del cibo italiano – spiegano Ice- Prometeia- sono oltre all'avvicinamento dei Paesi all'italian style, anche i sistemi di conservazione e tracciabilità, sempre più efficaci nel tutelare contemporaneamente l'integrità del prodotto, le sue caratteristiche organolettiche e la qualità. In particolare per quanto riguarda il mercato cinese alimentare e meccanica sono indicati come i due pilastri che trarranno i maggiori benefici dalla trasformazione del mercato cinese. Per l'alimentare si dovrà rafforzare la conoscenza delle diete mediterranee che potrà essere divulgata facendo leva su una serie di fattori tra cui il turismo cinese in Italia e il canale Horeca. Le importazioni mondiali nel 2021 potrebbero crescere di quasi 62 miliardi per l'alimentare che sorpasserebbe, secondo le proiezioni, il sistema moda (39,6 miliardi), l'arredo (8,7 miliardi). Solo la meccanica si collocherebbe in una posizione più alta con 94,3 miliardi. Il vice presidente della Coldiretti, Nicola Bertinelli, intervenuto alla presentazione del rapporto, ha affrontato il tema dei dazi e ha sostenuto la necessità che i Paesi dell'Unione europea assumano una linea unitaria per arginare l'effetto dazi. Negli Stati Uniti, infatti, i dazi oltre che penalizzare le esportazioni dei prodotti simbolo del Made in Italy, come il Parmigiano reggiano, favoriscono lo sviluppo sul mercato Usa dei falsi sostenuti dall'industria alimentare statunitense.