



Economia - Export, Coldiretti: con vino e pasta è record di 60 mld

Roma - 18 gen 2023 (Prima Pagina News) **Il re dell'export tricolore si conferma il vino per un valore stimato vicino agli 8 miliardi di euro nel 2022.**

Con un aumento del 17% è record storico per l'export agroalimentare italiano nel mondo che ha raggiunto i 60 miliardi di euro nel 2022 trainato dai prodotti simbolo della Dieta Mediterranea come vino, pasta e ortofrutta fresca che salgono sul podio dei prodotti italiani più venduti all'estero. E' quanto emerge dalle proiezioni della Coldiretti sulla base dei dati Istat sul commercio estero relativi ai primi undici mesi del 2022 che evidenziano un balzo a doppia cifra per l'alimentare nonostante la guerra in Ucraina e le tensioni internazionali sugli scambi mondiali di beni e servizi. Il re dell'export tricolore si conferma il vino per un valore stimato vicino agli 8 miliardi di euro nel 2022, secondo l'analisi della Coldiretti, grazie ad una crescita a due cifre delle vendite all'estero. Al secondo posto si piazzano la pasta e gli altri derivati dai cereali con un volume di vendite all'estero che a fine anno voleranno ben oltre i 7 miliardi di euro – continua Coldiretti – mentre al terzo ci sono frutta e verdura fresche con circa 5 miliardi e mezzo di euro di export, ma ad aumentare in modo consistente sono anche l'extravergine di oliva, oltre a formaggi e salumi. Il successo dei prodotti della Dieta Mediterranea all'estero confermano l'alto gradimento per la cucina italiana che si è classificata come migliore dieta al mondo del 2023 davanti alla dash e alla flexariana ma è sotto attacco degli effetti del cambiamento climatico, dell'esplosione dei costi di produzione e delle scelte dell'Unione Europea che boccia il vino con etichette allarmistiche e promuove i grilli a tavola. A pesare sono i rincari energetici ed i ritardi infrastrutturali che a valanga si trasferiscono dai campi alle tavole, il moltiplicarsi delle imitazioni sui mercati esteri ed il rischio di un nuovo protezionismo alimentato da etichette ingannevoli come il nutriscore, un sistema di etichettatura fuorviante, discriminatorio ed incompleto che – sottolinea la Coldiretti – finisce paradossalmente per escludere dalla dieta alimenti sani e naturali che da secoli sono presenti sulle tavole per favorire prodotti artificiali di cui in alcuni casi non è nota neanche la ricetta. I sistemi allarmistici di etichettatura a semaforo – continua la Coldiretti – si concentrano esclusivamente su un numero molto limitato di sostanze nutritive (ad esempio zucchero, grassi e sale) e sull'assunzione di energia senza tenere conto delle porzioni, escludendo paradossalmente dalla dieta ben l'85% in valore del Made in Italy a denominazione di origine A livello generale la Germania resta il principale mercato di sbocco dell'alimentare in aumento del 13%, davanti agli Stati Uniti, in salita del 20% mentre – sottolinea la Coldiretti – la Francia si piazza al terzo posto ma mette a segno un tasso di crescita del 17%. Risultati positivi – precisa la Coldiretti – anche nel Regno Unito con un +18% che evidenzia come l'export tricolore si sia rivelato più forte della Brexit, dopo le difficoltà iniziali legate all'uscita dalla Ue. Balzo a doppia cifra anche nella Turchia di Erdogan (+23%) mentre è dato negativo in Cina con un calo del 20% e in Russia con un -5% fra sanzioni, guerra e pandemia Covid. "Per sostenere il



trend di crescita dell'enogastronomia nazionale serve ora agire sui ritardi strutturali dell'Italia e sbloccare tutte le infrastrutture che migliorerebbero i collegamenti tra Sud e Nord del Paese, ma anche con il resto del mondo per via marittima e ferroviaria in alta velocità, con una rete di snodi composta da aeroporti, treni e cargo", sottolinea il presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare "l'importanza di cogliere l'opportunità del Pnrr per modernizzare la logistica nazionale che ogni anno rappresenta per il nostro Paese un danno in termini di minor opportunità di export. Ma è importante lavorare anche sull'internazionalizzazione per sostenere le imprese che vogliono conquistare nuovi mercati e rafforzare quelli consolidati valorizzando il ruolo strategico dell'Ice con il sostegno delle ambasciate".

(*Prima Pagina News*) Mercoledì 18 Gennaio 2023