



Agroalimentare - Agroalimentare, Coldiretti: "Record filiera cibo a 575 miliardi"

Roma - 18 nov 2021 (Prima Notizia 24) La dichiarazione dell' ente.

Nel 2021 il cibo diventa la prima ricchezza dell'Italia per un valore di 575 miliardi di euro con un aumento del 7% rispetto all'anno precedente nonostante le difficoltà legate alla pandemia. E' quanto emerge dall'analisi della Coldiretti diffusa in occasione dell'inaugurazione del Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, organizzato dalla Coldiretti a Villa Miani a Roma. Nel secondo anno del Covid la filiera agroalimentare tricolore ha dimostrato – rileva Coldiretti – una elevata capacità di resilienza, con un incremento del fatturato che accomuna agricoltura, industria e grande distribuzione, mentre la ristorazione ricomincia crescere dopo un 2020 disastroso. Il risultato è che il Made in Italy a tavola vale oggi – sottolinea Coldiretti – quasi un quarto del Pil nazionale e dal campo alla tavola vede impegnati ben 4 milioni di lavoratori in 740mila aziende agricole, 70mila industrie alimentari, oltre 330mila realtà della ristorazione e 230mila punti vendita al dettaglio. Una rete diffusa lungo tutto il territorio che – spiega la Coldiretti – viene quotidianamente rifornita dalle campagne italiane dove stalle, serre e aziende hanno continuato a produrre nonostante le difficoltà legate al Covid, garantendo le forniture di prodotti alimentari sulle tavole degli italiani e di tutto il mondo. Non a caso l'alimentare Made in Italy fa registrare il record storico nelle esportazioni raggiungendo quota 52 miliardi, mai registrata nella storia dell'Italia, se il trend di aumento del 12% sarà mantenuto, secondo proiezioni di Coldiretti sulla base dei dati Istat relativi al commercio estero nei primi nove mesi del 2021. Un risultato ottenuto – sottolinea la Coldiretti – nonostante le difficoltà degli scambi commerciali e il lockdown in tutti i continenti della ristorazione che ha pesantemente colpito la cucina italiana ma anche dalla insopportabile diffusione di imitazioni in tutti i continenti. L'emergenza sanitaria Covid – precisa la Coldiretti – ha provocato una svolta salutista nei consumatori a livello globale che hanno privilegiato la scelta nel carrello di prodotti alleati del benessere come quelli della dieta mediterranea. E si registra anche – continua la Coldiretti – un impatto positivo sulle vendite all'estero della vittorie sportive che hanno dato prestigio all'immagine del Made in Italy. Tra i principali clienti del tricolore a tavola ci sono gli Stati Uniti che si collocano al secondo posto con un incremento del 17% nel periodo gennaio-agosto 2021. Positivo l'andamento anche in Germania che si classifica al primo posto tra i Paesi importatori di italian food con un incremento del 7%, pari a quello della Francia (+7%) che è stabile al terzo posto mentre al quarto è la Gran Bretagna dove però le vendite sono stagnanti a causa delle difficoltà legate alla Brexit, tra le procedure doganali e l'aumento dei costi di trasporto dovuti a ritardi e maggiori controlli. Fra gli altri mercati – evidenzia la Coldiretti – si segnala la crescita del 15% in quello russo e del 47% su quello cinese. Alla base del successo del Made in Italy c'è un'agricoltura che è diventata la più green d'Europa con – evidenzia la Coldiretti – la leadership Ue nel

biologico con 80mila operatori, il maggior numero di specialità Dop/Igp/Stg riconosciute (316), 526 vini Dop/Igp e 5.333 prodotti alimentari tradizionali e con Campagna Amica la più ampia rete dei mercati di vendita diretta degli agricoltori. Il Belpaese – continua la Coldiretti – è il primo produttore Ue di riso, grano duro e vino e di molte verdure e ortaggi tipici della dieta mediterranea come pomodori, melanzane, carciofi, cicoria fresca, indivie, sedano e finocchi. E anche per quanto riguarda la frutta primeggia in molte produzioni importanti: dalle mele e pere fresche, dalle ciliegie alle uve da tavola, dai kiwi alle nocciole fino alle castagne. “L'emergenza globale provocata dal Covid ha fatto emergere una consapevolezza diffusa sul valore strategico rappresentato dal cibo e sulle necessarie garanzie di qualità e sicurezza” afferma il Presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che l'Italia può contare su una risorsa da primato mondiale ma deve investire per superare le fragilità presenti, difendere la sovranità alimentare e ridurre la dipendenza dall'estero per l'approvvigionamento in un momento di grandi tensioni internazionali. Per questo abbiamo elaborato e proposto – continua Prandini – progetti concreti nel Pnrr per favorire l'autosufficienza alimentare e una decisa svolta verso la rivoluzione verde, la transizione ecologica e il digitale. Ma per sostenere il trend di crescita dell'enogastronomia Made in Italy serve però 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. Una mancanza che ogni anno – conclude Prandini – rappresenta per il nostro Paese un danno in termini di minor opportunità di export al quale si aggiunge il maggior costo della “bolletta logistica” legata ai trasporti e alla movimentazione delle merci”.

(Prima Notizia 24) Giovedì 18 Novembre 2021