



C
O
M
O
-
L
E
C
C
O
-
E
,
r
e
c
o
r
d
s
t
o

rico per l'export agroalimentare che per l'intero 2023 raggiunge il valore massimo di sempre a 64 miliardi, con una crescita del 6% rispetto al precedente anno. E' quanto emerge dalla proiezione della Coldiretti sulla base dei dati Istat relativi ai primi 11 mesi che evidenziano peraltro che cibo e bevande Made in Italy crescono in controtendenza rispetto all'andamento generale anche a novembre.

Una crescita messa a rischio nel nuovo anno dalle difficoltà alla navigazione provocate dagli attacchi degli Houthi dello Yemen contro le navi nel Mar Rosso con le spedizioni agroalimentari verso l'Asia che valgono 3,8 miliardi di euro. secondo stime della Coldiretti. L'allungamento delle rotte marittime tra Oriente e Occidente, costrette ad evitare il Canale di Suez, a causa dei ripetuti attacchi terroristici, hanno portato - precisa la Coldiretti - ad aumenti vertiginosi del costo dei trasporti marittimi e dei tempi di percorrenza con problemi per i prodotti deperibili come l'ortofrutta.



In gioco c'è un mercato verso il quale l'Italia - precisa la Coldiretti - ha esportato oltre 217 milioni di chili di frutta, di cui oltre 182 milioni di chili mele, con principali destinazioni l'Arabia Saudita (oltre 66 milioni di chili di mele), l'India (oltre 51 milioni di chili di mele) e gli Emirati Arabi (oltre 15 milioni di chili di mele), secondo elaborazioni Coldiretti su dati Istat nel 2022.

Più di 1/3 dei prodotti agroalimentari italiani - sottolinea la Coldiretti - è destinato fuori dai confini comunitari anche se il principale mercato di destinazione resta l'Unione Europea, con Germania, Francia e Stati Uniti che si classificano come i partner di maggior rilievo, sebbene per gli Usa si registri una contrazione delle spedizioni nel 2023.

Un record trainato da un'agricoltura nazionale che è 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 (325), 526 vini Dop/Igp e 5547 prodotti

alimentari tradizionali e con Campagna Amica la più ampia rete dei mercati di vendita diretta degli agricoltori. Ma il Belpaese - continua la Coldiretti - è anche il primo produttore Ue di riso, grano duro 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.

Il Made in Italy dal campo alla tavola vede impegnati - sottolinea Coldiretti - 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 - quotidianamente rifornisce i consumatori italiani ai quali i prodotti alimentari non sono mai mancati nonostante pandemia e guerra.

“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” commenta **il presidente di Coldiretti Como Lecco Fortunato**

Trezzi 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 anche nel contrasto all'italian sounding. L'obiettivo è portare il valore annuale dell'export agroalimentare a 100 miliardi nel 2030”.