

**BILANCIO DEL 2018.** Sul futuro successo dell'agroalimentare all'estero peseranno le novità della politica internazionale

# Record sulle tavole mondiali Il Made in Italy vale 42 miliardi

La Coldiretti traccia il bilancio dell'anno appena trascorso: «Un ottimo risultato, ma si può crescere ancora combattendo le agropiraterie globali»

**Maria Emilia Bonaccorso**  
ROMA

Mai così tanto cibo e vino italiano sono stati consumati sulle tavole mondiali con il record storico per le esportazioni agroalimentari Made in Italy che nel 2018 hanno raggiunto per la prima volta il valore di 42 miliardi di euro grazie all'aumento del 3%.

È la Coldiretti a tracciare il bilancio dell'anno appena concluso, sulla base delle pro-

iezioni su dati Istat. Si tratta di un ottimo risultato che sottolinea la Coldiretti - conferma le potenzialità del Made in Italy a tavola per la ripresa economica ed occupazionale del Paese.

Quasi i due terzi delle esportazioni agroalimentari - precisa la Coldiretti - interessano i Paesi dell'Unione Europea dove il principale partner è la Germania mentre fuori dai confini comunitari sono gli Stati Uniti il mercato di riferimento dell'italian food.

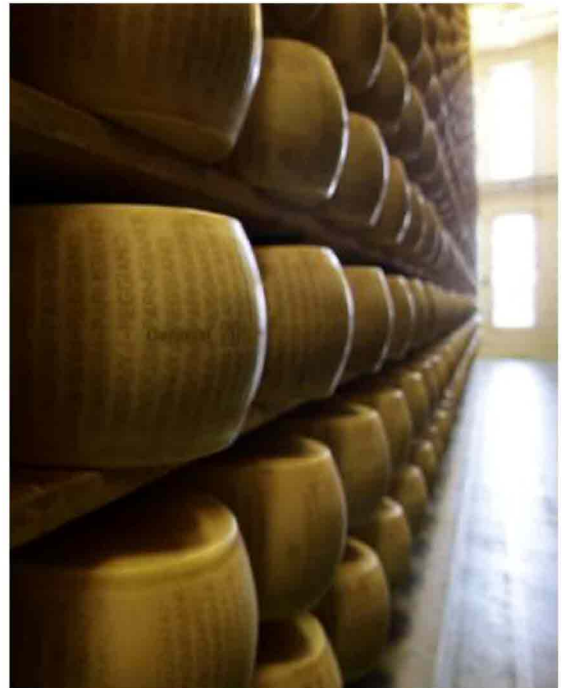
A spingere la crescita dei prodotti del settore agroalimentare del Bel Paese - sottolinea la Coldiretti - sono i prodotti base della dieta mediterranea a partire dal vino ma la vera star è la categoria degli spumanti che balzano del 13% e raggiungono un valore delle vendite all'estero superiore a 1,5 miliardi di euro durante l'anno.

A seguire - in base al bilancio del 2018 messo a punto come di consueto dalla Coldiretti - l'ortofrutta fresca che in valore fa segnare però una leggera frenata del 4%, mentre buone performance vedono protagonisti i salumi, i for-

maggi con un incremento del 3% in valore e la pasta che aumenta del 2%.

Sul successo del Made in Italy agroalimentare all'estero peseranno in futuro i cambiamenti in atto nella politica internazionale che potrebbero tradursi in misure neoprotezionistiche che riguarderanno i principali mercati di sbocco.

Sul rapporto con la Gran Bretagna c'è l'incognita come ormai noto della Brexit ma a rischio sono anche le altalenanti relazioni commerciali con gli Stati Uniti di Donald Trump, mentre il settore continua a subire gli effetti negativi dell'embargo in Russia con il divieto all'ingresso di frutta e verdura, formaggi, carne e salumi, ma anche pesce, provenienti da Ue, Usa, Canada, Norvegia ed Australia. «L'andamento sui mercati internazionali potrebbe ulteriormente migliorare con una più efficace tutela nei confronti della agropirateria internazionale che fattura oltre 100 miliardi di euro utilizzando impropriamente parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che si richiamano all'Italia per



I magazzini di stagionatura del Parmigiano Reggiano ANSA

prodotti taroccati che non hanno nulla a che fare con la realtà nazionale», ha affermato il presidente della Coldiretti Ettore Prandini commentando i dati realtivi all'anno 2018. «Occorre superare peraltro - ha messo in evidenza il numero uno della la maggiore associazione di rappresentanza e assistenza dell'a-

gricoltura italiana - l'attuale frammentazione e dispersione delle risorse per la promozione del vero Made in Italy all'estero puntando a un'Agenzia unica che accompagni le imprese in giro nel mondo sul modello della Sopena ed investire - ha concluso Prandini - sulle Ambasciate». •

**Per il presidente Prandini bisogna puntare su una Agenzia Unica che segua le imprese all'estero**

**A spingere la crescita sono i prodotti base della dieta mediterranea a partire dal vino**

