

# L'export di cibo italiano accelera, crescita doppia di Francia e Germania

## Agrifood monitor

### Nomisma: il balzo del 15% rispetto al 2019 è trainato da Stati Uniti e Canada

Dopo due anni di pandemia non solo l'export agroalimentare italiano ha sfondato il tetto dei 50 miliardi di euro, ma ha anche messo a segno una crescita vicina al 15% rispetto al 2019. I nostri rivali storici, Francia e Germania, in due anni sono cresciuti rispettivamente solo dell'8 e del 5%. A certificarlo sono i dati dell'Agrifood monitor di Nomisma, secondo i quali a mettere a segno la performance migliore sono stati i nostri salumi, l'ortofrutta e la pasta, tutti prodotti che tra il 2019 e il 2021 hanno visto aumentare le esportazioni di oltre il 10%.

Tra i principali mercati di sbocco dell'agroalimentare italiano, Stati Uniti e Canada fanno registrare un aumento a valori del 20% rispetto alla situazione pre-pandemica, mentre le variazioni più alte si toccano in Corea del Sud (+60%) e Cina (+46%), sebbene in quest'ultimo Paese la nostra quota di mercato continui a rimanere marginale e inferiore al 2% di tutte le importazioni agroalimentari di Pechino. Ad oggi, il 58% delle vendite di bevande e cibo italiano all'estero prende la via del mercato unico europeo, per un totale di oltre 26 miliardi di export. Al secondo posto - con quasi 7 miliardi e una quota

sul totale del 15% - ci sono i Paesi dell'Europa extra-Ue, tra cui la Gran Bretagna e la Russia. Il Nordamerica, Stati Uniti più Canada, rappresenta una fetta del 13%, pari a 6,1 miliardi di euro. Mentre la Cina, sommata a tutto il Sudest asiatico, per il made in Italy agroalimentare non vale che 2,6 miliardi.

La Brexit? Non ci ha penalizzato più di tanto: «Nel Regno Unito gli acquisti di prodotti alimentari italiani non sono diminuiti - spiega Denis Pantini, responsabile agroalimentare di Nomisma - la nostra quota del mercato inglese è infatti passata dal 5,6 al 6,3%, per di più a fronte di un trend di generale riduzione delle importazioni totali del segmento food». E proprio il Regno Unito, assieme all'Australia, secondo Nomisma rappresentano due mercati ad alto potenziale per l'immediato futuro dell'export italiano di cibo e vino. Sia per il consumatore australiano che per quello inglese, dicono gli esperti di Nomisma, quelli italiani sono infatti i prodotti alimentari esteri più apprezzati in assoluto: più di quelli francesi, per quanto riguarda i consumatori inglesi, e più di quelli neozelandesi per gli australiani. A Londra al primo posto, quanto a notorietà, c'è il Prosecco, seguito dal Parmigiano Reggiano e dal Prosciutto di Parma. In Australia invece il primato spetta al Parmigiano Reggiano, seguito dal Prosecco e dal Chianti.

—Mi.Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il 58% delle vendite all'estero prende la via del mercato unico europeo, per un totale di oltre 26 miliardi**

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041

