

THE EUROPEAN HOUSE AMBROSETTI

# L'agroalimentare può crescere di più

*Nel 2022 la produzione agricola è calata del 10% per la siccità. Consumi in calo, bene le esportazioni*

A Bormio il 9 e 10 giugno il forum annuale del settore. Focus sulla sostenibilità

È la punta di diamante, insieme alla moda e al design, del made in Italy. Il settore agroalimentare rappresenta il 16,4% del Pil ed è uno dei pilastri dell'export. Dal 2015 The European House Ambrosetti dedica un rapporto annuale, realizzato da una Community di cui fanno parte 39 tra aziende e istituzioni, allo stato di salute della filiera. Quest'anno l'appuntamento con "La Roadmap del futuro per il Food&Beverage" sarà a Bormio il 9 e il 10 giugno. Ieri a Milano il Ceo Valerio De Molli ha anticipato alcune delle tendenze emerse nel 2022. «Veniamo da ormai tre anni in una condizione di crisi permanente dettata dall'emergenza Covid, dalle tensioni internazionali e dal cambiamento climatico. Un contesto in cui la filiera agroalimentare deve essere tutelata per mantenersi strategica così come il Food&Beverage che è naturalmente collegata ad essa». A pesare in maniera determinante è stata la siccità: il 2022 è stato l'anno più caldo e meno piovoso della storia italiana. Il nostro Paese è il primo in Europa per la percentuale territoriale con un tasso di stress idrico superiore all'80%: praticamente tutto il centro-Sud. La produzione agricola si è ridotta del 10%. Un altro tasto dolente è l'inflazione che ha eroso i consumi alimentari fermi ormai da dieci anni. Dal 2010 al 2022 la spesa per alimentari e bevande delle famiglie è passata da 163 miliardi di euro a 155,4 miliardi. La contrazione tra il 2021 e il 2022 è stata del 3,4%. Nonostante questo contesto di cri-

si la filiera agroalimentare è un asset strategico per la competitività del Paese ed ha ancora ampi margini di crescita. Le esportazioni hanno superato nel 2022 per la prima volta i 60 miliardi (incluso anche la filiera del tabacco che vale circa due miliardi), il fatturato ha toccato quota 225 miliardi e gli occupati quota 1,4 milioni. Il vino rimane il prodotto italiano più esportato seguito da prodotti della lavorazione di farine e dai prodotti lattiero-caseari. Germania, Stati Uniti, Francia e Regno Unito sono i principali paesi importatori. Se le esportazioni sono cresciute del 15% in un anno è anche vero che i nostri diretti concorrenti europei hanno avuto prestazioni migliori. La bilancia commerciale della filiera agroalimentare, dopo una parentesi di tre anni con il segno positivo, è tornata ad essere negativa trainata dal deficit agricolo che ha raggiunto i 13,2 miliardi di euro. L'elevata frammentazione, con l'85,4% di aziende con meno di dieci dipendenti, costituisce un fattore di freno per la crescita e l'internazionalizzazione. A pesare in maniera negativa è poi l'italian sounding che da solo vale 79 miliardi di euro: si tratta dell'utilizzo di denominazioni, riferimenti geografici e immagini che rievocano l'Italia su prodotti agroalimentari non italiani (che colpisce ad esempio il Prosecco e il Parmigiano) e va distinta dalla contraffazione alimentare sanzionabile per legge (che a sua volta arreca danni per circa 24,5 miliardi l'anno). Il cibo italiano è considerato comunque di qualità elevata ed è, insieme al patrimonio artistico, uno dei due punti di forza del turismo. All'estero i ristoranti italiani sono molto diffusi: almeno il triplo dei concorrenti francesi. **(C.Ar.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041 - L.1979 - T.1979

