

LA VISITA INCONTRO TRA AZIENDE ITALIANE E PRINCIPALI BUYER DEL REGNO UNITO. SUPERATI NEL 2022 I 4,2 MILIARDI DI FATTURATO NELL'EXPORT DI ALIMENTI E BEVANDE

La Gran Bretagna è il nostro quarto cliente Meloni ambasciatrice d'impresa a Londra

● La stretta di mano tra Giorgia Meloni e il suo omologo britannico, Rishi Sunak, suggella anche un patto di ferro tra Italia e Regno Unito che rappresenta il quarto cliente dell'export del Belpaese (dopo Germania, Francia e Stati Uniti). Il volume di affari nell'Union Jack viaggia con aumento a due cifre percentuali soprattutto dopo una proiezione dei primi due mesi di quest'anno all'indomani del record storico di oltre 4,2 miliardi di euro raggiunto l'anno scorso. La premier italiana, insieme al ministro Lollobrigida, ha partecipato a Londra a un

workshop sull'agroalimentare promosso dal Governo, consentendo a una delegazione di imprese italiane che rappresentano un fatturato di circa 20 miliardi di incontrare i buyer delle principali catene distributive ed importatori inglesi. Il Regno Unito ha ripreso a crescere dopo la Brexit e, secondo stime Coldiretti/Filiera Italia, il 95% dei consumatori inglesi acquista i prodotti italiani nei principali supermercati.

La premier Meloni ha considerato «emblematico il lavoro svolto oggi dalle nostre rispettive imprese nel settore agroalimentare» sottolineando come «che c'è un potenziale inespresso che possiamo ancora sfruttare visto lo straordinario lavoro svolto dalle nostre associazioni di categoria. L'agroalimentare italiano è un'alta qualità - ha aggiunto -, che il mio governo sta fortemente tutelando e promuovendo sui mercati internazionali. Produzioni di qualità e valori che si identificano nelle tradizioni, nei metodi e nei territori della nostra nazione. Tutti elementi che fanno dei prodotti agroalimentari "Made in Italy" un asset stra-

tegico della nostra economia e un elemento chiave del nostro know-how a livello internazionale».

Anche se l'Ue rimane il principale mercato di sbocco dell'agroalimentare nazionale, la domanda da parte dei paesi fuori dal continente europeo si fa sempre più dinamica, con USA, Giappone, Canada, Russia, Cina e Australia che insieme concentrano oggi quasi il 21% del valore del nostro export agroalimentare.

Se si sposta il focus sui 20 prodotti più rappresentativi del paniere del made in Italy, le quote di mercato dell'Italia sono in tutti i casi elevate: si va da prodotti come pelati e polpe di pomodoro e pasta, per i quali l'Italia è leader mondiale assoluta, soddisfacendo rispettivamente l'85% e il 46% della domanda mondiale, a prodotti per i quali il nostro Paese è tra i leader planetari, con quote tra il 20% e il 40% come paste alimentari farcite, tabacco lavorato, passate e concentrati di pomodoro, vini spumanti, acque minerali, olio d'oliva extravergine e vini in bottiglia. E ancora categorie con market share medio alti (tra l'11 e il 16%) come formaggi freschi e latticini, caffè torrefatto, preparazioni e conserve suine, cialde e cialdine, mele e cioccolato, e prodotti con quote più basse, ma comunque superiori alla media, come i vini in confezioni superiori ai due litri, i formaggi stagionati, l'uva da tavola, i prodotti della panetteria e pasticceria (in particolare si tratta di dolci da ricorrenza, pizze, cornetti ecc.), il riso lavorato.

[n. pepe]

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041 - L.1997 - T.1997



Superficie 25 %