

Ma il Made in Italy resiste



Il brand Italia non vacilla e mentre la crisi economica stringe il Paese come in una morsa, è record storico per le esportazioni di alimentari e bevande

Fanno tirare un sospiro di sollievo i dati Coldiretti sull'export: il Made in Italy resiste. I numeri dell'ultimo rapporto dell'Organizzazione degli imprenditori agricoli - emersi da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Istat relativi al commercio estero nei primi otto mesi dell'anno ? confortano nonostante tutto. La nostra Terra resiste e

premia, nonostante le ultime avvilenti notizie di come siamo stati capaci di avvelenare i nostri stessi frutti, nonostante la perseveranza nel violentare i nostri stessi territori con abusivismo ingordo e irresponsabile.

Il brand Italia non vacilla e mentre la crisi economica stringe Paese come in una morsa, è record storico per le esportazioni di alimentari e bevande. Il Made in Italy fuori dai confini comunitari registra un aumento dell'8 per cento per un importo stimabile in circa 11 miliardi nell'intero 2013 - pari ad un terzo del totale delle spedizioni agroalimentari all'estero ?, il vino, il prodotto più esportato nei paesi extracomunitari, raggiunge un fatturato stimato in 2,5 miliardi di euro nel corso del 2013, le esportazioni di pasta e ortofrutta fresca ottengono un fatturato stimato nei paesi extracomunitari in circa mezzo miliardo ciascuno nel 2013 e incassano ottimi risultati anche le spedizioni di formaggi, latticini e salumi.

Simili dati non sono solo un sollievo e una spia di speranza in un momento in cui il segno meno va per la maggiore e le buone notizie sono più che una rarità. Sono numeri che segnano anche una traiettoria e fanno intravedere una direzione che non possiamo continuare a ignorare. È nella sua Terra la forza dell'Italia, è lì che il nostro Paese deve cercare la trazione motrice con cui ripartire. Dobbiamo puntare sulla Terra con la t maiuscola, quella intesa come insieme dei suoi territori con le loro peculiarità ? gastronomiche, artistiche e paesaggistiche -, quella che comprende i frutti che nutre, la storia che ospita, la bellezza che alimenta. È questa la potenzialità su cui l'Italia deve investire quell'aura di bellezza in senso lato ? che va dalla buona tavola ai paesaggi mozzafiato passando per l'immenso patrimonio culturale ? che il nostro Paese si porta con sé nell'immaginario del mondo.

Poco serve, allora, affannarsi nella rincorsa maldestra a modelli di sviluppo che non sono disegnati sulle nostre forme. Solo investendo su questa dote tanto preziosa quanto fragile, innanzitutto proteggendola, l'Italia potrà pensare di risollevarsi e di essere competitiva. La sfida è ancora aperta, ma siamo già agli ultimi avvertimenti, non possiamo più permetterci di sbagliare.

Link:

<http://www.earthday.it/Alimentazione/Ma-il-Made-in-Italy-resiste>