

USCIRE DALLA CRISI PUNTANDO SUI PUNTI DI FORZA DELL'ECONOMIA ITALIANA, A PARTIRE DALLE ECCELLENZE DEL

Roma - 05 Febbraio 2015, ore 16:03

Uscire dalla crisi puntando sui punti di forza dell'economia italiana, a partire dalle eccellenze dell'agroalimentare, settore in cui il Belpaese al top: ecco la strada indicata dalla ricerca Italia in 10 selfie della Fondazione Symbola. Uscire dalla crisi puntando sui punti di forza dell'economia italiana, a partire dalle eccellenze dell'agroalimentare, settore in cui il Belpaese al top sotto tanti punti di vista. questa la strada indicata dalla ricerca Italia in 10 selfie della Fondazione **Symbola**, che inquadra comparti come la cultura, il turismo, l'industria meccanica, la green economy e, appunto, l'agroalimentare (www.symbola.net).

Tra i prodotti dell'agroalimentare italiano, come racconta lo studio, ben 23 non hanno rivali sui mercati internazionali. Dalla pasta ai pomodori e altri ortaggi, da aceto e olio a fagioli e ciliegie: tutti prodotti per i quali il Belpaese vanta le maggiori quote di mercato mondiale. E ce ne sono altri 54 per i quali siamo secondi o terzi. Nonostante la contraffazione e la concorrenza sleale dell'italian sounding, siamo sul podio nel commercio mondiale, insomma, per ben 77 prodotti. Siamo, inoltre, il Paese pi forte per prodotti distintivi, con 269 prodotti Dop, Igp e Stg (a cui si aggiungo 4.816 specialit tradizionali regionali), seguiti a distanza da Francia (207) e Spagna (162). Nel settore vino, l'Italia conta su ben 332 Doc, 73 Docg e 118 Igt. E poi c il biologico, che ci vede primi in Europa per numero di imprese, tra i primi al mondo per superficie e tasso di crescita medio annuo.

E proprio il settore agroalimentare sar al centro di Expo 2015 a Milano, e per il settore, come spiega al Corriere della Sera Ermete Realacci, presidente di **Symbola**, un'occasione incredibile per far emergere le eccellenze raccontate dal nostro rapporto, perch chiaro che l'Italia deve fare l'Italia puntando sulla qualit e non sulla quantit, dove perderemmo la sfida. La crisi di batte con un'idea di futuro, con i migliori talenti ed energie, guardando il Paese, i territori, le comunit, le imprese con attenzione: con occhi diversi dalle agenzie di rating, senza rimanere prigionieri di pregiudizi e preconcetti talvolta di importazione.