

# Tiene l'export ortofrutticolo italiano



Fruitimprese ha reso noti i dati relativi al commercio estero ortofrutticolo italiano nel 2022 sulla base dei dati Istat: si conferma nel 2022 un trend positivo dopo i record del 2021. **Cresce il valore : 5,3 miliardi euro (+1,5%) rispetto al 2021 , mentre i volumi si confermano più o meno a livello del 2021 (-0,4%).**

Il saldo positivo a valore (circa 666 milioni euro) torna ai livelli del 2020 (-38%), peggiora il saldo a volume (-110.001 tonnellate), frutto della differenza fra le

quantità importate (3,7 milioni t) e quelle esportate (circa 3,6 milioni di t).

**La frutta si conferma campione del nostro export:** in primo luogo le mele (863 milioni di euro), l'uva da tavola (738 milioni) e i kiwi (509 milioni). Lo rende noto Fruitimprese sulla base dei dati Istat.

In un anno comunque difficile per l'aumento dei costi produttivi e le tensioni geopolitiche **buona la performance della frutta fresca (2,8 miliardi, +6,3%) che recupera in parte l'inflazione.** Positivi anche legumi e ortaggi (1,6 miliardi, +4,1%). Male l'export di frutta secca (-25,8%) che perde molto in valore, complice il calo dei consumi. Recupera in valore l'export di agrumi (+2,4%) anche se le quantità importate (403.000 t) sono il doppio dell'export (201.000 t). Sul fronte import in forte aumento legumi e ortaggi in valore (+34,1%) e, come detto, gli agrumi (+13,9%).

**Tra i prodotti più esportati primeggiano le nostre eccellenze frutticole (mele, uva da tavola, kiwi)** anche se con valori che non recuperano l'inflazione; molto bene pesche e nettarine (+43,5%) complice una stagione negativa della Spagna. In difficoltà arance e pere per problemi produttivi. Tra i prodotti campioni di import, banane e ananas crescono con valori in aumento (+12,6% e + 15,9%) in linea con l'inflazione.

Commentando i risultati del 2022 **il presidente di Fruitimprese, Marco Salvi,** sottolinea la complessiva tenuta del comparto «che conferma il dinamismo delle imprese sia sul fronte dell'export che dell'import, nonostante un quadro complessivo di grandi difficoltà interne ed esterne. L'ortofrutta fresca conferma il suo peso strategico per l'economia del Paese – come seconda voce del nostro export agroalimentare dopo il vino – e per l'affermarsi del made in Italy sui mercati di mezzo mondo».

«La competitività delle imprese dell'ortofrutta – conclude il presidente Salvi – è stata messa a dura prova nel corso del 2022 dagli aumenti dei costi fuori controllo dell'energia, trasporti, imballaggi, concimi, fertilizzanti, e non ci stanchiamo di chiedere una corretta redistribuzione di costi e responsabilità lungo l'intera filiera produttiva e distributiva. **Resta anche fortissima la nostra preoccupazione, espressa in tutte le sedi, per i dossier comunitari (imballaggi e prodotti fitosanitari) e per il calo importante dei consumi,** di cui parleremo nella nostra prossima assemblea il 20 aprile a Roma».