

Napoli, 13 ottobre 2015

**POMODORO, EXPORT I SEMESTRE 2015  
ANICAV: IL PRODOTTO PIU' AMATO ALL'ESTERO SI CONFERMA IL PELATO (48,3%).  
ANCHE OLTRE CONFINE VINCE LA QUALITA'**

*Nel primo semestre 2015 aumenta l'export di tutti i derivati del pomodoro rispetto ai primi sei mesi del 2014 (+8,7 in valore). Il pelato si conferma il prodotto più esportato rappresentando il 48% dell'export totale dei derivati.*

*ANICAV: "È la conferma che anche all'estero, come in Italia, la scelta ricade sulla qualità".*

*Germania, primo mercato UE di fronte a Regno Unito e Francia.*

*L'export di concentrato vale circa il doppio (176.595 tonnellate) dell'import: ecco perché sulle nostre tavole può finire solo pomodoro 100% Made in Italy.*

Con un valore di circa 800 milioni di euro, nel primo semestre 2015, l'export dei derivati del pomodoro continua a crescere, facendo registrare il segno positivo sia in valore che in volume per tutti i derivati, con un aumento complessivo del 5,8% in volume e 8,7% in valore, rispetto ai primi sei mesi dell'anno precedente.

A rilevarlo sono i **dati Istat relativi al primo semestre 2015, diffusi dall'ANICAV**, l'Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali che, **con 110 aziende associate in 12 Regioni**, è la più grande associazione di rappresentanza delle imprese di trasformazione di pomodoro al mondo.

Il **prodotto più amato all'estero si conferma il pelato**, intero e non intero, che, come rilevano i dati Istat relativi al I semestre, rappresenta il **48,3% di tutto l'export** dei derivati del pomodoro. In confronto al I semestre 2014, il pelato ha registrato un aumento del 2,7% in volume e del 1,5% in valore.

**Oltre confine, aumenta anche la passione per i pomodori non pelati, interi e non interi**, che rappresentano il **16,7%** dell'export complessivo (+17% in volume e +13,2% in valore rispetto al I semestre 2014), **per la passata (16,5%)**, per cui si registra un aumento del 9,4% in volume e del 15% in valore e per il **concentrato**, che costituisce invece il **18,5%** delle esportazioni, che registra un aumento dell'1,7% in volume e del 14% in valore.

*"Questi dati –afferma il presidente di Anicav Antonio Ferraioli- testimoniano che anche in un periodo di crisi i consumatori scelgono la qualità del nostro "made in Italy". Ed è proprio sulla tipicità di prodotti come pelati, polpa, passata e pomodorini che dobbiamo puntare per continuare ad aumentare l'export e promuovere la qualità della dieta mediterranea oltre i nostri confini".*

Tra i principali Paesi di destinazione, **la Germania si conferma in testa alle esportazioni con una quota del 19%**; seguono **Regno Unito (15%), Francia (7,7%) e Stati Uniti (6%)**. Il **Giappone** conquista il quinto posto, con una quota del **5,8%**.

Un **aumento delle vendite all'estero** si rileva anche per **ortaggi e legumi conservati o preparati, di cui l'ANICAV rappresenta la quasi totalità delle industrie private**: nel primo semestre 2015 si rileva un incremento in volume del 7,7%, rispetto al primo semestre 2014, per un totale di 249.270 tonnellate e un aumento in valore del 7,8% per un totale, ad oggi, di 274,17 milioni di euro.



*“Analizzando i dati import-export – dichiara il direttore di Anicav Giovanni De Angelis- vediamo che se da un lato **la quantità di concentrato importato è in aumento** (poco più di 98.000 tonnellate importate nel I semestre 2015), dall’altro **l’export vale circa il doppio (176.595 tonnellate)**. Il mercato della rilavorazione del concentrato, che rappresenta ‘il saper fare’ delle aziende italiane, è infatti completamente svincolato da quello della lavorazione del fresco e rappresenta una ‘distinta’ attività conserviera. **Nel nostro Paese non resta il concentrato, ma il valore aggiunto derivante dalla rilavorazione.** E ne è una chiara testimonianza **l’aumento del prodotto fresco** lavorato nella campagna che si sta concludendo, che **passa dai 4,9 milioni di tonnellate del 2014 ai 5,3 milioni di tonnellate di quest’anno.**”*

*“Tali dati – conclude il **presidente di Anicav Antonio Ferraioli** - confermano quello che sosteniamo da sempre, ovvero che **la tesi del pomodoro cinese made in Italy non è altro che una ‘leggenda metropolitana’, dura a morire, che danneggia soltanto le nostre aziende e crea panico tra i consumatori**”.*

\*\*\*

**Ufficio stampa ANICAV**

**INC** – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Federica Gramegna Tel. 373 5515109 – [f.gramegna@inc-comunicazione.it](mailto:f.gramegna@inc-comunicazione.it)