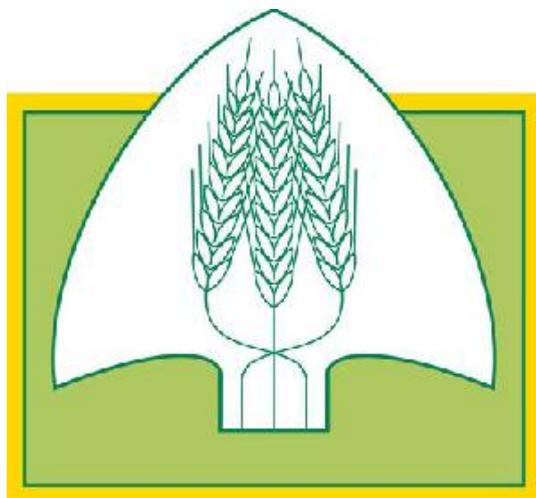


Coldiretti; La Nazionale campione fa bene al P.I.L.



COLDIRETTI

La crescita del Pil stimata dagli economisti pari allo 0.7% per le grandi vittorie calcistiche significa per l'Italia un possibile aumento aggiuntivo di 12 miliardi in un momento di grande ripresa dell'economia dopo l'emergenza Covid. E' quanto afferma la Coldiretti nel sottolineare che si tratta dell'effetto positivo del prestigio internazionale che sui mercati significa aumento delle esportazioni Made in Italy che nel primo quadrimestre del 2021 hanno già fatto segnare un rimbalzo positivo del +19,8% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno sulla base dei dati Istat. Non c'è dubbio che la vittoria in Inghilterra – sottolinea la Coldiretti – è comunque una importante chance sui mercati esteri dove si forma una importante parte del Pil nazionale che nel 2021 è già stimato in crescita attorno al 5%. Non va dimenticato

anche l'impatto positivo sui flussi turistici stranieri con gli arrivi estivi a luglio e agosto già stimati in aumento del 32% rispetto all'anno scorso, anche se su valori di monto inferiori all'anno prima della pandemia, secondo elaborazioni Coldiretti su dati Isnat. Una opportunità di crescita sostenuta peraltro dal prestigio internazionale del Paese anche sul piano politico ed istituzionale come dimostra – continua la Coldiretti – l'apprezzata presenza nello stadio di Wembley a Londra del presidente della Repubblica **Sergio Mattarella** ma anche del tifo esplicito per gli azzurri del presidente Commissione Ue **Ursula von der Leyen**. L'anno successivo all'ultima grande vittoria degli azzurri al campionato mondiale di calcio del 2006 in Germania, l'economia nazionale è cresciuta in modo sostenuto con un aumento record del 4,1% del Pil a valori correnti mentre il numero di disoccupati è diminuito del 10%, secondo l'analisi della Coldiretti che evidenzia peraltro che si tratta di un risultato registrato alla vigilia di una pesante fase di recessione mondiale. Nel 2007 – sottolinea la Coldiretti – si è anche verificato un incremento delle vendite nazionali all'estero del 10% spinto dal successo di immagine dell'Italia che ha avuto un effetto traino anche sui prodotti Made in Italy. Va registrato peraltro – conclude la Coldiretti – un aumento di 2,36 milioni di stranieri che sono venuti in Italia in vacanza nell'anno successivo alla memorabile vittoria che significa in termini percentuali un +3,5%