



L'agroalimentare italiano non si è fermato nemmeno durante la pandemia

Un'analisi eseguita da Coldiretti ha dimostrato che la congiuntura pandemica non ha condizionato le esportazioni di cibo e vino nazionale che, anzi, sono cresciute anche nel 2020 rispetto ad altri settori



Agroalimentare durante la pandemia: l'indagine Coldiretti (Foto © La Gazzetta del Gusto).

Nonostante la **crisi globale** dovuta alla pandemia da **Covid-19** che ha colpito diversi settori, tra cui l'agroalimentare, le esportazioni dei prodotti **Made In Italy** sembrano non aver subito problematiche, anzi: nel 2020 la tendenza è stata invertita con il raggiungimento di un picco dal valore di 46,1 miliardi.

L'analisi di Coldiretti sulle esportazioni durante la pandemia

Un'analisi effettuata da Coldiretti ha evidenziato che il commercio estero di prodotti agroalimentari italiani ha avuto un incremento dell'1,8% mentre gli altri settori hanno registrato un crollo generale di più **del 9%**. In particolare, sono **cresciute di oltre il 15% le esportazioni di conserve di pomodoro e di pasta**, accompagnate da un incremento del 5% di olio d'oliva, frutta e verdura.

Atteso il calo di altri settori, è lecito chiedersi come mai la congiuntura pandemica non abbia inciso negativamente sulle vendite all'estero di cibo e vino italiani. Tra le ipotesi c'è quella che sia stato proprio il fermo forzato delle nostre abitudini quotidiane a spingerci, da un lato, verso un maggiore consumo di cibo e dall'altro ad avere più attenzione alla qualità orientandoci verso una svolta più salutista.



Lo spiraglio che si è aperto da ormai un anno, dimostra un grande segno di ripartenza per l'Italia che dovrà giocarsi la possibilità di **rendersi meno dipendente dall'estero** sotto il profilo degli approvvigionamenti alimentari e considerare maggiormente l'agroalimentare come settore strategico per l'economia, capace di garantire posti di lavoro. Per conseguire tali obiettivi, tuttavia, sarà necessario ridurre la burocrazia e rendere le imprese italiane più competitive e invogliare i giovani a trovare **impiego nel food & wine**. Altri punti sui quali bisogna insistere, sempre secondo Coldiretti, è rendere le imprese che operano nel settore agroalimentare più **"smart"** e **"green"** attraverso l'innovazione tecnologica e l'utilizzo delle bioenergie.

L'importanza delle etichette

Le imprese che esportano il **made in Italy** all'estero sanno benissimo che anche le etichette giocano un ruolo importante. Il prodotto tricolore vanta una certa notorietà internazionale e non avrebbe bisogno di presentazioni ma, anche per garantire il consumatore da eventuali contraffazioni, è opportuno che i nostri prodotti siano [diffusi sul mercato con la massima chiarezza](#). In poche parole, solo le etichette garantiscono che il consumatore sappia che un determinato prodotto è stato italiano e ha determinate caratteristiche.



Perché il Made in Italy è così apprezzato?

Spiegare perchè le referenze italiane siano così stimate nel resto del mondo non è semplice perchè i motivi sono davvero tanti e frutto di un lungo processo storico basato su creatività, qualità e forte identità.

Da anni ormai **il Made in Italy** è [sinonimo di estrema qualità](#) e anche bersaglio di concorrenza sleale pr effetto di contraffazioni più o meno palesi, dai formaggi ai vini, solo per fare qualche esempio. Pertanto, onde evitare brutte sorprese, è sempre [consigliabile dare uno sguardo alle etichette](#).

Data di creazione

16/12/2021

Autore

redazione