Il food eccellenza del made in Italy: ecco dove va e come si sposta

food-dhl-b4bcaf2c

Il **food** è certamente uno dei patrimoni del Made in Italy più importanti su cui può contare **l'export** nostrano, come dimostrano anche i dati: **tra 2004 e 2014, il valore dell'export alimentare è aumentato dell'83,8%**, il doppio rispetto al totale italiano (+46,1%). Nel 2015, grazie anche all'intenso sviluppo delle esportazioni, il settore dell'agroalimentare è cresciuto del 4,6%: una velocità decisamente superiore rispetto all'economia italiana che lo scorso anno ha fatto registrare il primo valore positivo (PIL +0,8%) dopo tre anni negativi. Un trend confermato anche per il 2016, come attesta la crescita delle **spedizioni** in quest'ambito effettuate da **DHL Global Forwarding**, aumentate di oltre il 20%.

Ogni anno 1,2 miliardi di persone in tutto il mondo, infatti, acquistano un prodotto dell'agroalimentare italiano, tra i quali 750 milioni sono consumatori fidelizzati. Ma dove vanno a finire i prodotti food del Made in Italy nel mondo? Come viene garantita la loro qualità nonostante lunghi viaggi per il trasporto? Chi garantisce che un latticino assaporato in Cina mantenga le proprietà organolettiche e di gusto, in modo da mantenere alta la rinomata qualità del Made in Italy agroalimentare?

Destinazioni - L'Europa rimane il primo mercato per l'export italiano (**Germania e Francia** in testa). Gli Stati Uniti sono invece il primo mercato extraeuropeo, dove le esportazioni sono cresciute nell'ultimo anno del +18% raggiungendo una quota del 12% sul totale. Fondamentale il **mercato russo** nonostante la flessione (-6%) causata dalle sanzioni e dagli embarghi sui cibi europei. Rispetto agli scorsi anni, però, sono i paesi emergenti e con le economie più dinamiche, soprattutto quelli asiatici e dell'Est Europa, a produrre tassi di crescita maggiori delle esportazioni di prodotti Made in Italy. In particolare: **Taiwan**, con un +25% di prodotti alimentari italiani in entrata, a cui seguono **Corea del Sud** (+20,2%), **Israele** (+15%), **Croazia** (+14,6%), **Singapore**. Infine la **Cina**, il cui gradimento verso il Made in Italy alimentare ritorna al +9,9%.

Prodotti - L’80% dell’export italiano è rappresentato da marchi industriali di prestigio e da prodotti a denominazione protetta (Dop, Igp). DHL Global Forwarding, in quanto spedizioniere particolarmente specializzato nel trasporto di food, ha rilevato tratte peculiari del cibo Made in Italy, che finisce nei posti più disparati nel mondo. Alcuni esempi:
- **Pesche di Cesena** > ogni anno 30.000 tonnellate di frutta da nocciolo, ossia pesche e ciliegie, vengono esportate negli Emirati Arabi: quest’anno solo dalla provincia di Cesena DHL ha spedito via aerea oltre 30 tonnellate di pesche nel periodo del Ramadan;
- **Gelato artigianale prodotto a Torino** > il gelato “surgelato” va anche ad Hong Kong, solo a giugno 2016 DHL ha spedito laggiù oltre 10 tonnellate (in tutto il 2015 dall’Italia ne erano state spedite 20 tonnellate);
- **Castagne** > oltre 150 tonnellate di castagne cuneensi (15% circa della produzione italiana) viaggiano alla volta di USA e Canada: il frutto autunnale per eccellenza è richiestissimo a New York;
- **Mele** > più di 500 container (10.000 tonnellate) di mele del Trentino volano verso Emirati Arabi e Senegal;
- **Succhi d’arancia** > dalla Sicilia partono oltre 2.000 tonnellate di succo di agrumi surgelato, verso Giappone, USA, Australia, Cina;
- **Mozzarella e burro** > dalla Campania viaggiano verso Cina, Giappone e Emirati Arabi: si parla per il momento di circa 1.000 tonnellate ma il mercato è in crescita grazie alle nuove soluzioni refrigerate.

Come viaggia il cibo - Il **trasporto via aerea** rappresenta una fondamentale modalità di trasporto per i prodotti deperibili come il food: solo in questo modo è possibile gustare un gelato a Hong Kong esattamente come nel Bel Paese. Per questo DHL Global Forwarding ha allestito delle strutture all’avanguardia, quattro Centri di Eccellenza (Milano, Roma, Napoli e Venezia) con team dedicati, cross docking di spedizioni deperibili, congelate e surgelate grazie a celle a temperatura controllata (-20°C; +2/+8°C e +15/+25°C), oltre alla gestione delle operazioni doganali.

L’attenzione agli effetti delle variazioni di alcuni fattori (ad esempio temperatura, umidità, vibrazioni, luminosità) sul prodotto finito durante la fase di trasporto dall’Italia verso il Paese di destinazione, sono fondamentali per preservare il ‘valore aggiunto’ del prodotto Made in Italy. Il trasporto, se non viene effettuato correttamente, porta a notevoli **variazioni di temperatura** (anche dell’ordine di 40° C): temperature estreme possono portare alla degradazione/distruzione del prodotto, ovvero ad un danno non solo economico, ma di immagine e fiducia verso l’intera filiera del Made in Italy agroalimentare. Se a Dubai si possono gustare pesche romagnole o a Tokyo autentiche mozzarelle, dunque, è anche grazie alla corretta gestione della spedizione aerea del food.