

Eletta la nuova presidente dell'alimentare veneto

Agroalimentare veneto: export a 10 miliardi nel 2024, ma l'Italian Sounding costa altri 10 miliardi.

Catia Olivetto eletta Presidente Unione [CNA Agroalimentare Veneto](#). Ernesto Carpenedo è il nuovo Presidente del mestiere Ristorazione. Settore trainato da donne e giovani: 43% delle pasticcerie a conduzione femminile, 18% degli associati under 40.

L'agroalimentare veneto conferma la sua solidità con un export che nel 2024 raggiunge i 10 miliardi di euro, consolidando una crescita del 100% negli ultimi dieci anni. Tuttavia, emerge un dato significativo: il fenomeno dell'Italian Sounding (commercializzare prodotti, spesso agroalimentari con nomi immagini o altri elementi che richiamano l'Italia e la sua tradizione, ma che in realtà sono prodotti all'estero e non hanno nulla a che vedere con la qualità e la genuinità del vero made in Italy) sottrae al territorio veneto un potenziale equivalente pari all'intero valore dell'export regionale attuale.



Catia Olivetto, presidente CNA Agroalimentare Veneto

Export in crescita ma con margini di miglioramento

Secondo le stime provvisorie, l'export agroalimentare veneto si attesta a quota 10 miliardi di euro nel 2024, con un incremento che, pur essendo positivo, risulta più contenuto rispetto agli anni precedenti. Nonostante l'ottima performance del settore, l'Italia si posiziona al 5° posto tra i Paesi europei per esportazioni agroalimentari, evidenziando ancora margini di crescita significativi.

“Il principale ostacolo alla competitività del nostro export è paradossalmente la nostra più grande potenzialità: l'Italian Sounding” – **sottolinea la presidente dell'alimentare veneto Olivetto**– Nel mondo circolano infatti 79 miliardi di euro di prodotti che sfruttano indebitamente l'appeal del Made in Italy agroalimentare. Se questo fatturato si trasformasse in vero export italiano, il potenziale complessivo raggiungerebbe

i 130 miliardi di euro.

Per il Veneto, l'Italian Sounding rappresenta una perdita stimata di almeno 10 miliardi di euro all'anno, pari all'intero valore dell'export agroalimentare regionale. "Più cultura e controlli più stringenti potrebbero rappresentare la chiave per sbloccare questo potenziale – **aggiunge il Presidente di CNA Veneto, Moreno De Col** – e dare ulteriore slancio alla crescita dell'export agroalimentare veneto e italiano".



Ernesto Carpenedo, presidente CNA Ristorazione Veneto

Un settore al femminile: le donne protagoniste della pasticceria artigiana

Il comparto [agroalimentare](#) veneto si distingue per una marcata presenza femminile, particolarmente evidente nel settore della pasticceria artigiana. Delle 1.211 pasticcerie artigiane registrate in Veneto, 523 (il 43%) sono a conduzione

femminile, una percentuale significativamente superiore alla media della presenza femminile nell'economia regionale (23%).

La leadership femminile si conferma anche dal lato delle collaboratrici: secondo i dati EBAV (Ente Bilaterale Artigianato Veneto), le donne rappresentano il 52,5% degli iscritti tra gli alimentaristi e il 56,8% tra i panificatori.

Va segnalato che nel 2024, rispetto al 2020, si è registrato un calo del 3% delle pasticcerie artigiane in Veneto, un dato che richiede attenzione per preservare questo importante tessuto imprenditoriale.

Giovani protagonisti: l'agroalimentare più attrattivo della comunicazione

Un altro elemento di forza del settore agroalimentare veneto è rappresentato dalla capacità di attrarre i giovani. Il 18% degli associati under 40 opera nel comparto agroalimentare, una percentuale superiore persino a settori considerati più creativi e innovativi come la comunicazione, che si ferma al 10%.

Questo dato testimonia la vitalità e l'appeal che il settore agroalimentare mantiene presso le nuove generazioni, rappresentando un importante indicatore di sostenibilità e innovazione per il futuro del comparto.

Le prospettive

I dati evidenziano un settore agroalimentare veneto in salute, caratterizzato da una crescita solida e da un tessuto imprenditoriale giovane e al femminile, a cominciare dalla presidente dell'alimentare veneto CNA. La sfida principale rimane quella di contrastare efficacemente l'Italian Sounding attraverso strategie integrate di promozione, controllo e tutela del Made in Italy autentico, per liberare il potenziale di crescita ancora inespresso del settore.