

Made in Italy, l'export non basta Sei miliardi per l'agroalimentare

Progetto **ministero-Unicredit**: l'obiettivo è diventare più competitivi

Luca Zortoni
MILANO

È IL PARADOSSO dell'industria agroalimentare italiana: le esportazioni crescono, la competitività dei prodotti resta debole. Tanto che sebbene dal 2005 al 2015 l'export di alimenti made in Italy abbia registrato un aumento medio del 6% annuo, raggiungendo quota 36,8 miliardi di euro alla fine di dicembre, e la Sace prospetti che fino al 2018 i ritmi si manterranno costanti, il Belpaese resta dietro a Germania, Spagna e Francia, che hanno una percentuale di produzione esportata pari rispettivamente a 36%, 40% e 35%, contro il nostro 18%.

«**POSSIAMO** e vogliamo crescere ancora, soprattutto per quanto riguarda l'export», il messaggio del ministro delle Politiche agricole, Maurizio Martina. Tanto che il dicastero ha varato con **Unicredit** il progetto «Coltivare il futuro», che prevede per il triennio 2016-18 l'erogazione di 6 miliardi di euro per le imprese del settore agroalimentare. Un accordo che inserisce in una strategia di operazioni finanziarie rivolte al settore sperimentate anche da altri istituti di credito. «Bisogna essere presenti sui mercati emergenti e non molla-



L'export è un tema di debolezza e forza. Abbiamo il più alto numero di prodotti certificati, ma il valore è più basso della Germania

re sui mercati maturi. Questo richiede un salto di qualità anche dimensionale per le aziende - osserva l'amministratore delegato di **Unicredit**, Federico Ghizzoni -. Se è vero ciò che dice la Faò, cioè che entro 2050 la necessità mondiale di prodotti alimentari crescerà del 70%, possiamo osservare una grande potenzialità per il settore. Abbiamo un tema di debolezza e allo stesso tempo di forza, che è l'export: abbiamo il più alto numero di prodotti certificati, ma il nostro valore è più basso rispetto alla Germania». Anche perché dati Istat dimostrano che per numero di imprese, con 1,5 milioni di circa di società, l'agroalimentare made in Italy è secondo solo all'industria del mattone. Ma con «le



no in difficoltà il settore», osserva il presidente del Consorzio Grana padano, Cesare Baldrighi, le aziende hanno bisogno di una boccata di ossigeno a livello creditizio, ma anche di un aggiornamento per confrontarsi con un mercato globale che ha cambiato dimensione e confini, tanto che il progetto di **Unicredit** prevede anche percorsi formativi di sostegno agli imprenditori. Lo sviluppo futuro dell'agroalimentare made in Italy, tuttavia, passa anche dagli esiti dei

dossier aperti a livello internazionale. Martina auspica anche «una revisione a medio termine della Politica agricola comunitaria (Pac), quindi con una disponibilità all'impegno legislativo da parte di Bruxelles. Gli strumenti di gestione delle crisi dentro questa Pac non sono coerenti». E poi c'è l'embargo alla Russia. «Io auspico che si risolva nel più breve tempo possibile - incalza il ministro - un mese e mezzo fa a Mosca abbiamo aperto un varco di ragionamento».

