

Emilia a **capotavola**

Nomisma e Crif lanciano Agrifood Monitor, un vademecum per le esportazioni della filiera agroalimentare: la nostra regione guida il boom della dieta Made in Italy nel mondo. Il caso di Parma, capitale del cibo di qualità ma anche dell'impiantistica per la trasformazione. E pensa al futuro con digital food e un polo per l'innovazione



Automazione
La preparazione della frutta sciroppata in uno stabilimento Valfrutta (Consere Italia)

Da Nomisma e Crif nasce Agrifood Monitor: bilanci e analisi dei mercati di un settore «condannato» all'export per sopravvivere



Peso: 1-49%,2-79%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

La filiera agroalimentare gira il mondo con il cruscotto

di **Angelo Ciancarella**

L'agricoltura italiana come la manifattura e la tecnologia; anzi, con la tecnologia dentro: una grande filiera agroindustriale che deve puntare (più di quanto non faccia già) sull'alta qualità, i marchi, la distribuzione, i mercati internazionali più dinamici e con la domanda più sofisticata. Per evitare il declino: c'è sempre qualcuno, nel Mediterraneo o altrove, in grado di produrre a prezzi inferiori, non remunerativi neppure per coprire le spese di un litro di latte normale o di vino privo di denominazione. Questo Paese esporta 37 miliardi di euro di prodotti agroalimentari e 11 miliardi di macchinari agricoli e per il food&beverage.

Una regione di questo paese, l'Emilia-Romagna, con 6,6 miliardi di euro, rappresenta poco più dell'11% del valore della produzione agricola italiana, ma cresce fino al 19% (oltre 25 miliardi di euro) se si considera l'intero fatturato alimentare, bevande incluse. E rappresenta quasi il 16% (5,8 miliardi di euro) dell'export agroalimentare, macchinari esclusi, dei quali pure è leader; con punte del 40% nei salumi e nelle carni lavorate, e di oltre il 23% nel lattiero caseario (che pure vale solo l'11% dell'export agroalimentare re-

gionale). Il 2016 è iniziato con un ritmo dell'export doppio di quello italiano (+3.3% rispetto a +1,7% nel primo trimestre, rispetto allo stesso periodo 2015) con punte superiori al 17% nel lattiero-caseario (il quadruplo del paese) e nonostante la sofferenza in altri comparti strategici: pasta, salumi e vino arretrano fra il 2 e il 5% (su base trimestrale).

Tutto questo bendiddio ha bisogno di un cruscotto, di una piattaforma informativa sempre aggiornata, perché la domanda cambia continuamente, le posizioni non sono mai consolidate, la concorren-

za, talvolta taroccata, è sempre agguerrita. Come pure sono indispensabili le analisi di bilancio e la rischiosità dei produttori italiani. Da domani questo strumento, Agrifood Monitor, sarà a disposizione di tutti gli operatori. E naturalmente sarà basato a Bologna. Nasce dalla collaborazione tra Nomisma e Crif, con altri fornitori di informazioni strategiche: da Sose (Economia e Banca d'Italia, ingiustamente nota solo per gli studi di settore) Unioncamere Emilia-Romagna, Crif Ratings. Sarà presentato a Palazzo di Varignana dai vertici di Nomisma e Crif, e sarà l'occasione per conoscere e discutere le opportunità di sviluppo, le tendenze dei consumatori in mercati rilevanti, dal Regno Unito agli Emirati, le sfide per il Made in Italy (in una tavola rotonda moderata da Dario Di

Vico del *Corriere della Sera*, con il presidente di Granarolo, Gianpiero Calzolari, Paolo De Castro, Daniele Vacchi e altri protagonisti della filiera).

Alcuni comparti stanno vivendo la crisi più grave da dieci anni, con il crollo del prezzo del latte (per il calo dei consumi e il venir meno delle quote) e il rischio di chiusura per molti allevamenti. Per questo, ad esempio, un leader come Granarolo, con il 20% di fatturato generato all'estero (che salirà al 26% quest'anno) prevede ulteriori acquisizioni soprattutto fra le imprese di distribuzione, e affianca ai formaggi e derivati del latte il cibo italiano di qualità, dai prosciutti all'olio e alla pasta.

I due terzi dell'export regionale approdano nell'Unione europea, Gran Bretagna inclusa, che consuma 3,5 miliardi di euro di formaggi italiani. Ma la Ue è il mercato di casa, la vera sfida è nelle Americhe, in Asia, Australia. «Porteremo il miglior Made in Italy all'estero — promette Gianpiero Calzolari — ma nei paesi più lontani, non raggiungibili in poche ore, è ragionevole pensare che alle piattaforme commerciali si affianchino quelle produttive per i prodotti freschi. Andare all'estero è un'opportunità, ma soprattutto una necessità, perché i dati congiunturali nazionali continuano ad essere negativi. C'è una forte richiesta di prodotti italiani, ma i risultati sono frutto delle nostre politiche di acquisizione». E anche della visibilità e credibilità, che rap-



Peso: 1-49%,2-79%

presenta la migliore eredità di Expo, non solo per Granarolo: «Ancora oggi sono decine le delegazioni estere che ogni mese chiedono di incontrarci», rivela il presidente.

I dati sono fondamentali, ma a volte, messi in fila, mostrano una situazione peggiore del previsto. C'è questo rischio? «La nostra filiera ha buone prospettive di crescita - assicura Denis Pantini, responsabile area Agroalimentare di Nomisma - grazie all'ottima reputazione sui mercati internazionali, anche per i macchinari industriali. Scon-

tiamo un gap competitivo rispetto a Paesi come la Germania, che ha un export agroalimentare quasi doppio, ma è posizionato su mercati di largo consumo. I nostri prodotti sono destinati a segmenti di fascia più alta, per qualità e per necessità: non abbiamo grandi multinazionali, infrastrutture, catene distributive internazionali. E sul piano quantitativo non ci sono spazi di crescita, né sulle superfici, né sulle rese produttive. Non resta che valorizzare i prodot-

ti, per evitare il collo di bottiglia delle sovrapproduzioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Calzolari

Noi porteremo sui mercati globali anche il meglio del Made in Italy

Emilia-Romagna

Il fatturato 2015 a 25 miliardi di euro, vale il 19% del totale. Un quinto va all'estero

Chi è



● **Denis Pantini** è responsabile area agroalimentare di Nomisma

● **Gianpiero Calzolari**, presidente del gruppo Granarolo

● **Paolo De Castro**, commissione Agricoltura Parlamento europeo

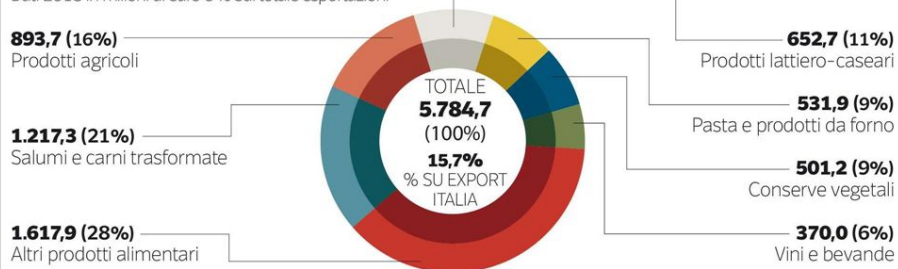
Export

48 miliardi nel 2015, compresi gli 11 dei macchinari agricoli e per il food&beverage

Quanto vale

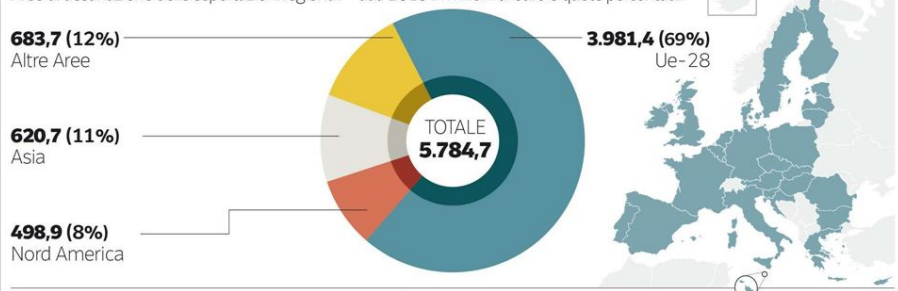
Il paniere dell'export agro-alimentare dell'Emilia-Romagna

Dati 2015 in milioni di euro e % sul totale esportazioni



Unione europea-Resto del mondo 2-1

Aree di destinazione delle esportazioni regionali - dati 2015 in milioni di euro e quote percentuali



Primo trimestre 2016: export a tutto latte

Variazione % su 1° trimestre 2015 delle esportazioni italiane e regionali per comparto agro-alimentare

