

Alimentare leader di crescita con la spinta delle esportazioni

Filiere. Nel 2019 incremento del 2,7% per il comparto a fronte della produzione manifatturiera che ristagna da cinque trimestri. Il vino traina la rincorsa delle vendite (+11,2%) sui mercati esteri

**Raoul de Forcade
Filomena Greco**

In Piemonte funziona come settore anticiclico, in Liguria registra qualche successo per le esportazioni ma sconta un anno difficile, mentre in Valle d'Aosta cresce grazie al turismo. Il settore agroalimentare guadagna terreno a Nord Ovest e vale quasi 6 miliardi di vendite all'estero per l'intera area, 4,6 miliardi nei primi nove mesi dell'anno. In Piemonte nell'ultimo biennio la produzione alimentare ha aumentato i volumi, in funzione anticiclica rispetto all'andamento manifatturiero. L'ultima rilevazione di Unioncamere sul terzo trimestre del 2019 evidenzia una crescita del 2,7% del settore, a fronte di una produzione manifatturiera in stagnazione da cinque trimestri. Un trend positivo che però rischia di risentire, come evidenzia Franco Biraghi a capo della commissione Agroalimentare di **Confindustria Piemonte**, della scarsa fiducia del mercato. «Per dare una scossa ai consumi - sottolinea Biraghi - servirebbe alleggerire la burocrazia che finisce per soffocare la rete distributiva».

Il settore ha fatto la differenza anche sul fronte delle esportazioni grazie alla forte crescita dell'export di bevande - a cominciare dai vini - che ha segnato un incremento complessivo delle vendite oltre confine a doppia cifra (+11,2%). «Il 2019 è stato un anno positivo per i vini piemontesi - sottolinea Paolo Sartirano, delle cantine Sartirano del Cuneese - che si confermano tra i più conosciuti al mondo, con una buona capacità di penetrazione dei nuovi mercati e un buon posizionamento nella fascia alta del mercato, a cominciare da Barolo e Barbaresco». Tra i grandi rossi del Piemonte si fa strada il Barbera. «Si tratta di un vino capace di imporsi nell'alta ristorazione - aggiunge Sartirano - con selezioni che stanno crescendo come la nuova denominazione Docg Nizza».

Per quanto riguarda la Liguria, se la provincia di Imperia, come rileva la Confindustria territoriale, registra un trend di crescita per l'agroalimentare (con buone performance nell'export) - al punto che la presidente dell'asso-

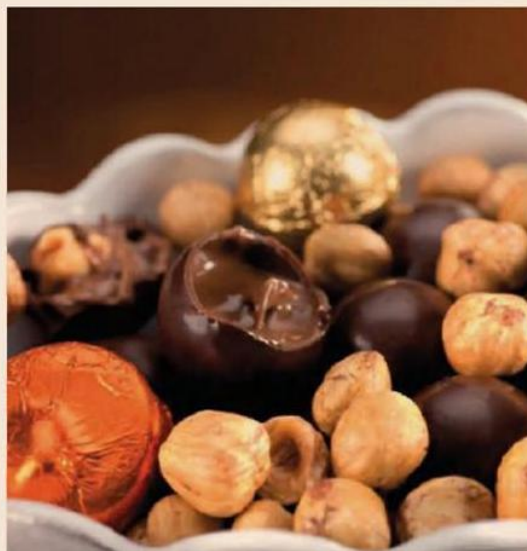
ciazione, Barbara Amerio, ha indicato questo comparto, insieme a quelli del turismo e della nautica, come settori di punta per il rilancio dell'area - diversa è la situazione nella zona del capoluogo ligure. Nell'analisi congiunturale relativa al primo semestre del 2019, Confindustria Genova registra come le aziende dell'alimentare abbiano vissuto mesi difficili, «con un giro di affari in contrazione, sia per quanto riguarda la componente nazionale (-2%), sia quella estera (-7,5%). Queste dinamiche portano a una contrazione dei margini lordi delle imprese nella misura del 3,6%». Migliori, invece, le prospettive per il secondo semestre dell'anno, nel quale, secondo l'ufficio studi di Confindustria, le aziende prevedono una crescita del fatturato dello 0,6%, con l'export a +0,7% e gli ordini a +0,5%.

Francesco Palau, presidente della sezione alimentare di Confindustria Genova nonché di Italian frozen food holding, polo italiano dei surgelati, spiega che «la situazione nel settore alimentare genovese è triste. La popolazione non aumenta, mentre crescono i consumi fuori casa e la grande distribuzione non incrementa gli acquisti. Il Governo, poi, col decreto Dignità, ha reso impossibile utilizzare i contratti a tempo determinato ad aziende del settore che, invece, hanno bisogno di più occupati solo in determinati periodi». Diventa quindi essenziale per le imprese, prosegue, «conquistare nuovi mercati e muoversi su innovazione ed export».

La Valle d'Aosta punta alle produzioni ad origine controllate e al forte legame con il territorio per crescere. Sono 250 le imprese del settore associate a Confindustria ricorda il vicepresidente Guido Bertolin: «Il modello per le nostre aziende è quello messo in campo per l'Alto Adige, che propone l'intero paniere regionale dai prodotti tipici alle attività turistico-ricettive passando per lo sci e la cultura. Questa associazione tra settori diversi sarà sempre più vincente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Produzioni tipiche. Da sinistra, un momento della vendemmia nelle Langhe, le nocciole tipiche per il cioccolato Odilla e, in basso, le linee di produzione di biscotti della Balocco