

L'export crescerà a ritmi del 5%

Saranno decisive le strategie e la promozione dell'agroalimentare

Laura Cavestri

MILANO

Più veloci, finalmente. Dopo 2 anni di false partenze, le nostre esportazioni di beni accelereranno il loro passo nel 2015, crescendo a un tasso doppio rispetto all'anno precedente e passando, dunque, dal 2 al 3,9%, in una dinamica positiva che nel 2017 e 2018 dovrebbe toccare il 5 per cento.

A spiegarlo è "Re-Start", il Rapporto Export di Sace 2015/2018, presentato ieri a Milano, che quest'anno suggerisce due vie per rafforzare la presenza delle imprese italiane sui mercati internazionali: valorizzare la filiera agroalimentare e identificare quali sono le geografie più promettenti per i prodotti italiani, attraverso il nuovo indicatore *Export Opportunity Index*, che da 0 a 100 "misura" il miglior mercato potenziale per ciascuna tipologia di prodotto.

In pratica, un modello economico che tiene conto della domanda locale, del grado di penetrazione dei beni italiani e dello sforzo specifico del Sistema Italia per acquisire maggiori quote di mercato.

Ma dove si collocano le migliori opportunità? «Le maggiori opportunità per le imprese _ spiega Roberta Marracino, direttore dell'area studi e comunicazione di Sace - si collocano in 39 Paesi che rappresentano quasi tre quarti del nostro export. In testa ci sono Arabia Saudita, con un indice di 85 e Regno Unito (79). strettamente tallonati da Germania ed Emirati arabi (entrambi a 78) e dal Belgio (77). Ma anche Algeria (76), Corea del Sud (75). E la Cina (74) precede addirittura gli Usa (72).

Mentre si conferma debole (tranne Messico e Brasile) la presenza italiana in America latina, si convive con l'instabilità nell'area Mena (esportando meccanica strumentale in Nord Africa e beni di consumo nella penisola arabica). Nell'Africa sub-sahariana dove l'unico mercato realmente importante sembra il Sudafrica, bisogna presidiare meglio Nigeria, ma anche Angola, Ghana e Mozambico.

«Continuiamo ad avere un ampio potenziale inespresso - ha aggiunto Marracino - . Le imprese tra i 10 e i 49 dipendenti che

esportano sono il 47% in Germania, il 48% in Spagna e appena il 29% nel nostro Paese. Da noi, su circa 75 mila imprese esportatrici ricorrenti solo 14.500 ricavano dall'estero oltre il 25% del loro fatturato. Ci sono almeno 60 mila Pmi tra i 20 e i 50 milioni di euro di fatturato che potrebbero penetrare meglio i mercati esteri». Il problema dimensionale, come mostra il confronto con gli altri Paesi, è solo un aspetto. Il nostro principale punto debole è la distribuzione commerciale. Una lacuna che ci penalizza non poco, ad esempio, sul fronte agro-alimentare, cui Sace, quest'anno, dedica un'ampia parte del suo rapporto.

Se indirizzassimo, ad esempio, pere, conserve e vino solo nei mercati davvero strategici, avremmo, con soli dieci prodotti alimentari, un aumento dell'export fino a 7 miliardi entro il 2018. Eppure, nonostante l'elevata specializzazione regionale, il 74% dell'export di food lo fanno solo 5 regioni italiane: Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Piemonte e Campania.

I mercati a più alto potenziale per il made in Italy

Numeri indice. Il valore 100 rappresenta l'opportunità massima

| | | |
|----------------|----|--|
| Arabia Saudita | 85 | |
| Regno Unito | 79 | |
| Germania | 78 | |
| Eau | 78 | |
| Belgio | 77 | |
| Algeria | 76 | |
| Corea del Sud | 75 | |
| Cina | 74 | |
| Paesi Bassi | 74 | |
| Australia | 74 | |
| Qatar | 74 | |
| Usa | 72 | |
| Norvegia | 71 | |
| India | 71 | |
| Slovacchia | 70 | |
| Turchia | 70 | |
| Sudafrica | 69 | |
| Polonia | 68 | |
| Messico | 67 | |
| Brasile | 66 | |

Fonte: Sace