

L'ANALISI

Roberto Iotti

Servono aggregazioni per diventare veri colossi

Se un merito tra i tanti va ascritto all'Expo di Milano, di sicuro è quello di aver posto sotto i riflettori, come si dice, le peculiarità e i difetti del sistema agroindustriale italiano. Tanto da far dire all'amministratore delegato di Borsa Italiana, Raffaele Jerusalmi, che l'agroalimentare ha più potenzialità di business della moda made in Italy. Potenzialità significa che ci sono molte, tante occasioni fino oggi però inesprese. Infatti l'importante settore agroindustriale italiano conta appena otto società quotate (le Cantine Masi di Verona debuttano oggi in Borsa), mentre si contano sulle dita di una mano le operazioni di equity, di partecipazione al capitale e di investimenti da parte dei fondi. Insomma, un settore fondamentale per l'economia manifatturiera, forte di un sentimento di grande qualità nei consumatori internazionali, ma con una struttura ossea estremamente fragile e ancora poco adatta a correre con più velocità sui mercati esteri. Un recente studio dell'Università cattolica del Sacro Cuore di Milano rileva che 448 aziende del settore agroindustriale realizzano 57 miliardi di fatturato. Poco più di un terzo del fatturato totale di settore che è di 134 miliardi con 54mila imprese. Questo vuol dire che l'agroindustria italiana è un pulviscolo di microaziende poco competitive se stiamo alle logiche di esportazione e internazionalizzazione. Luigi

Scordamaglia, presidente di Federalimentare, nel corso dell'ultima assemblea, ha lanciato lo slogan "Uniti si vince", sottolineando come solo unendo le capacità di tutta la filiera si potrà raggiungere il traguardo dei 50 miliardi di valore all'export entro il 2020. E il Governo Renzi ha posto l'agroalimentare tra i punti salienti del rilancio dell'economia. Tanto da avviare un programma di piattaforme commerciali e di accordi con la Grande distribuzione mondiale per meglio valorizzare il made in Italy. Quello che rischia però di mancare è la materia prima. L'Italia ha il primato dei prodotti Dop, Igp e Stg (269 denominazioni) ma poche di queste hanno i numeri per uscire dai confini dei mercati europei. Ecco perchè nel breve periodo serve sempre più finanza per sostenere export, internazionalizzazione e soprattutto capacità di aggregazione tra imprese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

