

Studi La crescita di un settore che fattura 250 miliardi e vale il 15% del Pil

Made in Italy L'alimentare ha fame di successo

Per il salto di qualità: fusioni, aggregazioni e consorzi

DI ISIDORO TROVATO

È una delle tre A che hanno reso grande il made in Italy nel mondo. Il settore agroalimentare italiano, con oltre 880 mila aziende, e almeno 1,7 milioni di addetti, ha tutte le carte in regola per diventare un elemento chiave per lo sviluppo di una cultura che crea occupazione e valore. Il settore in Italia ha un valore complessivo di 250 miliardi di euro (il 15% del Pil). E' quanto emerge dalla ricerca di Deloitte, pubblicata da Slow Food Editore e che ha coinvolto numerosi rappresentanti del mondo accademico e imprenditoriale.

Capitali coraggiosi

Forse più delle altre A (abbigliamento e arredo) l'agroalimentare continua a macinare utili all'estero: infatti il valore dell'export ha superato i 30 miliardi di euro, grazie alla visibilità raggiunta dai prodotti e alle innovazioni, oltre che per la qualità. «Alla luce degli elementi emersi dalla ricerca — sostiene Paolo Gibello, presidente di Deloitte&Touche —, la guida dell'impresa diviene sempre più un elemento decisivo. All'imprenditore e ai suoi manager sono richiesti il coraggio di esplorare nuovi territori, la chiarezza negli obiettivi da perseguire, la costanza di misurare e controllare il loro raggiungimento e

infine una comunicazione diffusa e sistematica».

Ma il coraggio imprenditoriale da solo non basta: le nostre imprese sono piccole e sottocapitalizzate, ecco perché emerge la necessità di nuova finanza da raggiungere anche attraverso l'apertura del capitale a nuovi soci. «Gli imprenditori hanno capito che bisogna crescere — concorda Gibello — e lo si può fare aprendosi al capitale esterno oppure aggregandosi. Alla Deloitte abbiamo individuato 5 regole d'oro per lo sviluppo dell'agroalimentare: saper affiancare tradizione e innovazione; gestire i passaggi generazionali e le trasformazioni organizzative; valorizzare i prodotti e internazionalizzarli; ripensare ai processi produttivi anche ampliando la gamma prodotti; gestire gli aspetti finanziari come cruciali per lo sviluppo»

La marcia in più

Ma le regole auree diventano perseguibili anche grazie alla rimozione di ostacoli endemici alla crescita: per esempio l'eccessiva burocratizzazione. Non bisogna dimenticare, infatti, la forte concorrenza dei paesi emergenti e in via di sviluppo, che al vantaggio dei minori costi di produzione aggiungono quello dell'assenza dei vincoli imposti dalle norme comunitarie. «Da un'analisi interna condotta sulle nostre cooperative — afferma Maurizio Gardini, presidente di Fedagri-Confecooperative — è emerso come ogni anno vadano perse circa 110 giornate di lavoro per rispettare gli obblighi burocratici con una spesa media per impresa agricola di oltre 7 mila euro. È evidente, dunque, che il proliferare di norme spesso vessatorie costituisce un grave handicap allo

svolgimento dell'attività imprenditoriale chiamata a fronteggiare sfide molto impegnative, a partire dal rapporto con il mercato e dalla modernizzazione dell'intero sistema produttivo. Aggregare l'offerta resta il grande imperativo, perché non ci sono più le condizioni per poter operare in un mercato globale da solisti. La crisi economica, il calo dei consumi, la crescita dei costi, l'esigenza di rimanere

competitivi, richiedono un mondo produttivo coeso. È per questo che continuiamo a chiedere alla politica che metta al centro della propria agenda il tema dell'aggregazione in agricoltura. Si devono introdurre misure, anche di tipo fiscale, che favoriscano il consolidamento e i processi di concentrazione tra agricoltori e tra cooperative».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vertici Paolo Gibello (Deloitte)



Coop Maurizio Gardini, presidente di Fedagri-Confecooperative

Imago Economica

