

Assemblee / 2. Dalla valorizzazione delle specialità del territorio arriverà una forte spinta per il rilancio dell'economia

Piacenza scommette su Dop e Igp



Ilaria Vesentini

PIACENZA

■ Sono due gli obiettivi che guideranno il prossimo mandato biennale di Alberto Rota, riconfermato ieri alla guida di Confindustria Piacenza: «Lo sviluppo delle tecnologie 4.0 tra le nostre 507 aziende associate (che danno lavoro a 24mila addetti, ndr) e la valorizzazione delle indicazioni geografiche del territorio, salumi e vini su tutti», afferma il presidente.

Perché Piacenza ha un patrimonio agroalimentare di qualità, tra Dop e Igp, che vale 176 milioni di euro (12° provincia in Italia secondo la classifica Qualivita Ismea), ma è un asset ancora tutto da esplorare. Così come da esplodere sui mercati internazionali è l'intero settore agrifood, che con la meccanica e l'oil&gas si contende la manifattura provinciale, che conta in tutto 1.000 imprese attive, 32.200 addetti e 7,3 miliardi di euro di giro d'affari. Piacenza è però penultima in regione, davanti solo a Rimini, per valore dell'export agroalimentare con volumi fermi nel 2016: 235 milioni di euro a fronte di un flusso

INVESTIRE SUL FOOD

Rota (Confindustria): la nostra provincia dispone di un patrimonio agroalimentare di qualità ancora tutto da esplorare

complessivo di esportazioni cresciuto del 7,5% lo scorso anno a quota 4,23 miliardi (di cui 1,5 miliardi è meccanica).

La 72esima assemblea degli industriali chiesi è svolta ieri nella sala degli arazzi del Collegio Alberoni ha confermato senza incertezze che l'economia piacentina è fuori dalla crisi e che le imprese sono tornate a investire, soprattutto quelle di piccole e medie dimensioni, più agili e reattive nell'intercettare i cambiamenti di mercati e prodotti. «L'anno scorso l'industria provinciale è cresciuta in media del 2,1%, ben oltre il tasso del Pil, con dinamiche che salgono al 7,3% per le Pmi e indici di netta ripresa sia per quanto riguarda l'internazionalizzazione sia l'innovazione», afferma Daniele Fornari, docente dell'Università Cattolica del Sacro Cuore e direttore di RemLab-Centro di ricerche su retailing e trade marketing, che ha presentato ieri in assemblea lo studio sul posizionamento dell'industria piacentina. Tra i punti di forza: l'alta propensione all'export, con il 93% delle aziende che vende oltreconfine (il peso dell'export sul fatturato è salito di 13 punti dal 2010, oggi è al 38,5%); e la notevole spinta innovativa, con il 98% delle società che ha un proprio sito web e il 22,3% delle imprese (dato doppio rispetto alla media nazionale, e tra le Pmi piacentine il dato arriva al 26%) che negli ultimi tre anni ha lanciato nuovi codici-prodotto. «Le prospettive sono buone, ma l'industria deve affrontare alcuni nodi: il passaggio generazionale, perché solo nel 50% delle imprese ci sono figli e nipoti pronti a prendere le redini - conclude Fornari -, il basso tasso di laureati (16,3%) e l'alta età media degli occupati, che supera i 41 anni e invece di scendere sta aumentando negli ultimi sette anni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

