

«Il food traina il made in Italy»

Tavola rotonda con Ghisellini (Friuladria), Fantinel, Illy, Zoppas e Zanette

AGROALIMENTARE

VERONA

Più effervescenti e con risultati migliori. Le imprese venete del settore agroalimentare denotano performance più brillanti rispetto alle "colleghe" friulane, che inoltre hanno una dimensione media più contenuta e sono meno proiettate sui mercati internazionali. Questi i risultati più significativi del Monitor sull'industria agroalimentare di Veneto e Friuli Venezia Giulia, attivato da Credit Agricole FriulAdria e Community media research (Cmr), presentato ieri al Vinitaly nello stand del Prosecco Doc.

All'illustrazione dei dati, affidata al professor Daniele Marini, è seguita una tavola rotonda, moderata dalla giornalista del Tg5 Cesara Buonamici e alla quale hanno preso parte il presidente del gruppo Illy, Riccardo Illy, il presidente del Consorzio del Prosecco Doc Stefano Zanette, il numero uno degli industriali veneti Matteo Zoppas e il vice presidente del Consorzio del prosciutto di San Daniele Stefano Fantinel.

E' stato il direttore generale di Credit Agricole FriulAdria Roberto Ghisellini a fare gli onori di casa. «L'agroalimentare insieme alla moda» ha dichiarato, «è uno dei settori trainanti del made in Italy. Il nostro gruppo si propone come partner bancario e finanziario di riferimento per queste realtà produttive, in Veneto e in Friuli». E' stato quindi il professor Marini a illustrare i contenuti del report. Un primo elemento che balza all'occhio è la differente struttu-

ra tra imprese venete e friulane. In Veneto il 50,4% delle aziende ha fino a 15 addetti, percentuale che sale al 55,8% in Fvg. Le medie (da 16 a 99 impiegati od operai) sono il 44,6% in Veneto e il 40,5% in Fvg. Ci sono più grandi aziende (5%) in Veneto che in Friuli, fermo al 3,7%. Per quanto riguarda i comparti il Friuli domina per lavorazioni di carne e pesce (20,9% contro il 13,2% del Veneto). Il Veneto invece ha molto più peso per la lavorazione di frutta, ortaggi, oli (7,1%), mentre il Fvg si ferma allo 0,5%. Percentuali quasi identiche per l'industria lattiero-casearia e la lavorazione di prodotti da forno.

Tra gli altri prodotti alimentari la spunta il Fvg (22,3% contro 21,4%), mentre nell'industria delle bevande è più forte il Veneto (16,6% contro 14,9%). Sembrano più aperte alla competizione e al futuro le imprese agroalimentari del Veneto con un 20% che ha già realizzato aumenti di capitale e il 32,4% che lo ritiene probabile. Se analizziamo la congiuntura vediamo che le imprese dimostrano un netto miglioramento rispetto a un anno fa. Trainano il settore bevande (in primis il vino), lattiero-caseario, frutta e ortaggi. Infine le prospettive di crescita per il 2017. Nel primo semestre le previsioni sono improntate alla crescita, ma più contenuta rispetto allo sprint dell'ultimo scorcio del 2016. Il fatturato potrebbe comunque aumentare fino al 16,5%. Decisamente favorevoli gli ordinativi dall'estero (più 20,1%) e positiva attesa per i consumi interni (più 13,2%).

Maurizio Cescon



Da sinistra: fantinel, Illy, Zoppas, Zanette e a destra Ghisellini

