



# L'agroalimentare italiano chiede di ridurre le barriere

**Boscaini: «Rappresentiamo una parte trainante dell'economia». Secondo le proiezioni, dal 2014 al 2017 il comparto lieviterà a 50 miliardi (+8,9%)**

**EUROPA.** A Isola della Scala incontro con De Castro, presidente della commissione Agricoltura del Parlamento Ue

**Valeria Zanetti**

Più Europa e meno protezionismo da parte degli Stati membri a limitare l'export dell'agroalimentare italiano, che comunque registra performance da record. A chiederlo al presidente della Commissione agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo, Paolo De Castro, sono stati ieri, a Isola della Scala, gli imprenditori del settore: da Carlo Veronesi (mangimi e carni) a Michele Bauli (dolciario), da Giuseppe De Paoli (lattiero caseario) a Marco Zuccato (industria conserviera), da Sara Raniero (rappresentante della rete scaligera per la tutela dei funghi di bosco) a Fabrizio Zanetti (torrefazione caffè), da Alessandro Sartori (viticinolo) ad Alessandro Fabiano (viticinolo), presidente del raggruppamento alimentare di Confindustria Verona.

A fare gli onori di casa, Raffaele Boscaini, presidente della sezione agroalimentare di Confindustria veneto e direttore marketing di Masi agricola. Con lui, al tavolo dei relatori, Daniele Rossi, direttore di Federalimentare Servizi. «L'agro-



**Paolo De Castro**

alimentare come la moda, la cultura e il turismo è trainante per l'economia del nostro Paese», ragiona Boscaini. «Il nostro settore, in particolare, è trasversale: non sviluppa solo valore nel primario, ma è contiguo all'industria, non solo della trasformazione. Ad esempio siamo i primi produttori mondiali di macchine per la lavorazione degli alimenti».

La politica europea deve tutelare la filiera, senza appiattire il valore aggiunto della nostra produzione con scelte talvolta discutibili. Un esempio? «I distillatori veneti hanno chiesto alla Ue che la denominazione della grappa andasse solo al prodotto imbottigliato in Italia. Ma l'Europa si è opposta», esemplifica. Esiste, all'inverso, anche il problema dell'etichettatura a semaforo, pratica soprattutto dai retail del Regno Unito, su cui è già stata presentata al Parlamento eu-



**Raffaele Boscaini**

ropeo un'interrogazione sottoscritta da più nazioni. In pratica, a dispetto di marchi, dop e igr, al supermercato scatta il rosso quando un determinato prodotto supera parametri prefissati di contenuto alcolico, zucchero, grassi. Penalizzando anche molto food Made in Italy.

De Castro ribadisce due tesi. La prima: l'agroalimentare nel 2013 è cresciuto del 5% rispetto all'anno precedente per un valore di 33,4miliardi. Secondo le proiezioni Sace dal 2014 al 2017 il comparto lieviterà a un ritmo dell'8,9% annuo, fino a quota 50 miliardi, sorpassando il tessile e avvicinandosi sempre più alla meccanica. «Esportiamo però solo il 20% del nostro prodotto agroalimentare. Quindi le imprese del settore devono imparare ad internazionalizzare a fronte di un mercato interno sempre più asfittico». ●



## Molto da fare sull'internazionalizzazione

# Esporta soltanto il 12% delle imprese del food

Sono ancora troppo poche le imprese agroalimentari che riescono ad esportare: il 12% circa nel food, il 50% nelle bevande. Piccole dimensioni, ridotta capacità organizzativa, talvolta esiguità di risorse umane e di capitale finanziario, limitano la propensione all'internazionalizzazione delle nostre aziende. Questo il quadro tracciato dal presidente della Commissione agricoltura del Parlamento europeo, Paolo De Castro che nel pomeriggio di ieri, a Verona, ha partecipato a un incontro (al quale L'Arena dedicherà un approfondimento sulla pagina dell'Agroalimentare in edicola lunedì, ndr), organizzato alla sede del periodico «L'Informatore agrario», con rappresentanti delle categorie agricole e della cooperazione, imprenditori e portatori d'interesse del settore veneti ed italiani.

Ad incalzare De Castro il direttore della testata, Antonio Boschetti, e alcuni gli ospiti. «In Europa non c'è una lobby contro i prodotti italiani», sostiene De Castro, «noi dobbiamo imparare ad organizzarci, a partecipare, ad essere determinanti nel Parlamento europeo e nelle commissioni». Il prossimo appuntamento importante per il sistema Paese riguarda il trattato sul nuovo negoziato commerciale Ue-Usa, che impegnerà l'Europa nel semestre italiano di presidenza europea. Una partita imponente da 650 milioni di euro l'anno. Sul mercato interno invece, l'entrata in vigore, nel 2015, della nuova Pac, con le misure sulla promozione che interessano in particolare il vino. All'Italia andranno 100 milioni all'anno da spendere per mantenere le posizioni e guadagnare quote di mercato nel Vecchio Continente. Opportunità importanti da non sciupare. **V&Za**