

COMUNICATO STAMPA**CASSE DI RISPARMIO DELL'UMBRIA INCONTRA
GLI IMPRENDITORI DELLA FILIERA AGROALIMENTARE**

- **Opportunità internazionali per l'agro-alimentare umbro**
- **Presentata una analisi sul settore realizzata dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo**

Perugia, 12 maggio 2015 – Tra il 2008 e il 2014 l'export umbro di alimentari e bevande ha visto un **aumento complessivo di 145 milioni di euro**: in tempo di crisi, il settore agro-alimentare mantiene un ruolo centrale nell'economia regionale, segnando complessivamente nel 2014 **435 milioni di euro di esportazioni di prodotti alimentari e bevande**.

La domanda di beni agroalimentari dall'estero, nel corso degli anni, è in costante crescita: tra il 2008 e il 2014 l'export di beni alimentari umbri è cresciuto del 53,7%, mentre quello delle bevande ha raggiunto il +17,0%. Sono soprattutto gli oli, il cioccolato e i dolci a segnare i risultati più significativi per valori esportati.

Ruolo trainante è quello di **Stati Uniti e Francia**, che insieme rappresentano un terzo delle esportazioni umbre di alimentari e bevande nel 2014. Buoni risultati sono stati ottenuti anche in Germania, che da sola assorbe circa il 10% dell'export umbro di settore. Le imprese della regione hanno accresciuto la loro presenza anche nei nuovi mercati e, in particolare, in **Cina e Hong Kong**, dove l'export è triplicato tra il 2008 e il 2014.

L'analisi dell'andamento del settore agroalimentare umbro è stata presentata e discussa oggi, presso la sede di Casse di Risparmio dell'Umbria, in occasione di un incontro che ha visto la presenza del presidente della Banca, **Alberto Cianetti**, di **Pierluigi Monceri**, Direttore Regionale Toscana, Umbria, Lazio e Sardegna di Intesa Sanpaolo, e di **Fabrizio Guelpa**, Responsabile Ricerca Industry & Banking di Intesa Sanpaolo, insieme ai più importanti imprenditori della filiera agroalimentare in Umbria. Obiettivo: **stimolare azioni di potenziamento e crescita del settore**, fondamentale per lo sviluppo anche di altri comparti, come il turismo.

L'analisi ha evidenziato che proiezione internazionale è stata premiante: negli ultimi anni, il fatturato delle imprese del settore alimentare che operano con l'estero e che hanno partecipato fuori confine cresce a ritmi più elevati rispetto a quelle che lavorano con il solo mercato interno.

Nonostante i buoni risultati, le imprese umbre devono però **migliorare fortemente la capacità di radicamento all'estero**, sia diretta sia attraverso la distribuzione o la ristorazione. Il made in Italy ha infatti perso quote sul commercio mondiale, a favore di paesi emergenti (Cina, India, Indonesia e, su alcuni segmenti, Turchia e Brasile) che crescono anche su prodotti molto lontani dalla nostra specializzazione, come ad esempio gli oli per energia esportati dall'Indonesia.

Andare all'estero richiede strategie complesse e una accurata preparazione, con l'adozione di un insieme integrato di strategie relative a marketing, innovazione, qualità, organizzazione della produzione: dimensioni adeguate e partner complementari sono condizioni indispensabili.

L'export italiano di prodotti dell'alimentare e bevande è creato soprattutto dall'ampia base di piccole e medie imprese che, tuttavia, riescono meno dei grandi gruppi a penetrare nuovi mercati e a sfruttare su larga scala i vantaggi competitivi. La via del rafforzamento dimensionale e dei contratti di rete appare determinante per mantenere e crescere quote di mercato e per potenziare innovazione e internazionalizzazione.

*«L'Umbria è la sesta regione italiana per numero di imprese in rete in proporzione delle imprese esistenti. Ad inizio marzo di quest'anno già 225 imprese umbre hanno intrapreso questa esperienza – ha spiegato **Pierluigi Monceri**, direttore regionale Toscana, Lazio, Umbria e Sardegna di Intesa Sanpaolo. Gli obiettivi di numerose aziende agroalimentari in rete, come lo sviluppo di nuovi insediamenti produttivi in Italia e all'estero o il potenziamento della struttura commerciale, spingono ad aggregazioni, con benefici per tutte le aziende in rete, spesso specializzate in diversi comparti produttivi. La crescita dell'economia del territorio può passare attraverso questo processo di aggregazione, guardando all'export come punto di forza: una rete agroalimentare su quattro ha al proprio interno imprese legate al turismo, con sinergie di cui il territorio può direttamente beneficiarne».*

*«Il settore agroalimentare è strategico per la nostra economia e rappresenta una eccellenza riconosciuta a livello internazionale, commenta **Alberto Cianetti**, presidente di Casse di Risparmio dell'Umbria. La nostra Banca e il Gruppo Intesa Sanpaolo da tempo si impegnano nel porre questo settore al centro delle politiche di sviluppo e marketing territoriale, offrendo il massimo supporto per stimolare una cultura imprenditoriale di sistema che rafforzi la capacità di aggregazione delle imprese ed evidenzi le opportunità di business».*

Per informazioni:

Gruppo Intesa Sanpaolo

Ufficio Media Banca dei Territori e Media Locali

055 2612550 – 055 2612216

stampa@intesasanpaolo.com