

Export "zero" senza la chimica Agrumicoltura, difficile rimonta

Confcommercio: esportati 56 milioni di euro di prodotti agricoli

IL FUTURO.

Sta nelle mani dei giovani imprenditori.

Il futuro è il sunto estremo dell'analisi di Confcommercio Siracusa riguardo alle opportunità offerte dall'internazionalizzazione delle imprese e delle aziende del territorio.

Questo perché se un tempo l'idea di poter aprire ai mercati esteri poteva far paura a chi si trovava all'inizio del proprio percorso imprenditoriale, le opportunità del web sono infinite. L'online sembra la nuova frontiera.

«Togli la zona industriale a Siracusa, e per quanto riguarda l'import e l'export siamo a zero». A stilare il giudizio negativo sullo stato dell'arte della capacità delle aziende e delle imprese siracusane di investire fuori dal proprio territorio è David Doninotti, segretario generale dell'Aice (Associazione italiana Commercio Estero), intervenuto ieri durante un convegno promosso dalla Confcommercio provinciale sull'internazionalizzazione.

«I dati Istat parlano chiaro - specifica Doninotti - i prodotti ci sono, ma non ci si investe. Il passo più facile sarebbe partire proprio dalla tradizione agroalimentare, portando all'estero i prodotti tipici della zona, cosa che non avviene».

A frenare lo sviluppo in tal senso sarebbe il «paradosso che emerge chiaramente dalle importazioni degli stessi prodotti da altre zone del mondo, come le arance. Se non si trova uno sbocco a questa situazione, è la fine. Il solo mercato interno non permette la sopravvivenza».

A essere analizzata in particolare è proprio la prevalenza della risorsa industriale rispetto alla volontà di investimento in altri settori: «E' un dato storico - sostiene Stefania Forresi, responsabile del settore politiche per lo sviluppo di Confcommercio nazionale - dovuto ad anni di interventi industriali da parte del



L'EXPORT DEGLI AGRUMI È IRRISORIO

Nord verso il Sud, e Siracusa non è da meno. A questo punto è utile informare le aziende, soprattutto quelle giovani, delle opportunità di aprirsi ai mercati esteri. I percorsi non devono essere per forza quelli tradizionali, perché ci si può appropinquare anche al commercio online.

Quanto poco ancora le aziende locali e regionali in genere credano nelle nuove frontiere dell'esportazione, lo raccontano i dati che mettono a paragone i «300 milioni di euro dei beni esportati dall'Italia intera tra gennaio e settembre di quest'anno, con i 3 milioni di euro di beni esportati dalla Sicilia nello stesso

periodo, quote che rappresentano appena l'1,7% dell'export complessivo», come sintetizza il direttore di Confcommercio Siracusa, Francesco Alfieri.

La forbice di differenza tra i prodotti agrumicoli e agricoli del territorio siracusano e quelli della zona industriale si fa ancora più evidente analizzando le esportazioni del 2015: 4 miliardi i prodotti petroliferi raffinati, 7 miliardi quelli chimici e solo 57 milioni di euro complessivi per l'export dello scorso anno di prodotti agricoli. Se si prendono in considerazione i prodotti alimentari e le bevande esportati da Siracusa nello stesso periodo, la quota precipita a soli 6 milioni di euro.

Un altro dato che dipinge il forte calo dell'export in provincia di Siracusa è quello che vede ridursi il suo interscambio col mondo dai 16 miliardi di euro del 2014 ai 12 del 2015.

L'approccio cui le aziende locali che vogliono sperimentarsi nell'export devono disporsi non è però «dall'oggi al domani - prosegue Doninotti - perché bisogna dedicare all'iniziativa risorse economiche ed umane. Bisogna attendersi risultati sul medio e lungo periodo. Il primo passo da fare è analizzare la propria azienda e fare la conta dei punti di forza e di debolezza».

SEBY SPICUGLIA