

INTESA-SANPAOLO

## Agroalimentare star dei distretti Industria per la casa in ripresa

*Specializzazioni "food" al top nel 2020 per crescita delle vendite oltreconfine  
Terzo trimestre meno cupo grazie a mobili, piastrelle ed elettrodomestici*

Ventisette su 31. Scorrendo la lista dei distretti più performanti nel 2020 in termini di export è il settore alimentare a vincere a mani basse, occupando quasi integralmente la classifica che evidenzia le aree in crescita. Dall'analisi di Intesa Sanpaolo (i distretti farmaceutici sono trattati in un report diverso) emerge in modo chiaro come sia proprio il comparto alimentare, anticiclico per eccellenza, a sostenere le medie in un momento di grande difficoltà. Nel terzo trimestre per queste aree prosegue il progresso delle vendite estere (+2,3%), con un bilancio positivo del 3,1% nei primi nove mesi dell'anno, variazione superiore rispetto a quanto osservato nelle aree non distrettuali (-0,6% nei mesi estivi e -2,1% nel periodo gennaio-settembre). Alimentare di Parma, del napoletano, le Conserve di Nocera, le Mele dell'Alto Adige, il Caffè, le confetterie e il cioccolato del torinese, l'Ortofrutta del barese, l'Olio toscano e l'Ortofrutta e le conserve del foggiano sono alcuni esempi, occupando i primi posti per crescita assoluta delle vendite estere tra gennaio e settembre. Un quadro che si è modificato tuttavia nel terzo trimestre, dove è visibile un recupero corale più ampio. Dai minimi del secondo trimestre, quando solo 23 distretti su 157 presentavano dati positivi (un dato peggiore si trova solo all'inizio del 2009), si è passati a 60 aree in crescita. Con il risultato di passare da un -33,2% tendenziale del periodo aprile-giugno a un più confortevole -4,9% del trimestre successivo. Un quasi ritorno alla normalità legato alla riscossa degli elettrodomestici (+15% nel trimestre), così come dei mobili e dei materiali da costruzione, come ad esempio le piastrelle di Sassuolo. Se il bilancio complessivo dei distretti resta comunque in rosso, un calo trimestrale di 1,5 miliardi, lo si deve a performance negative in ampie filiere del made in Italy. A partire dalla meccanica, che pur rilanciata dalla parziale ripresa dell'auto resta in calo di oltre il 4%. Male anche prodotti in metallo e metallurgia, anche se i dati peggiori sono per tessile-abbigliamento, comparto frenato dal micidiale combinato disposto della frenata della domanda (si esce meno, si lavora da casa, dunque la spesa per abbigliamento si riduce) e dei ripetuti blocchi all'offerta, con chiusure delle vendite al dettaglio effettuate a più riprese. Sul settore - si osserva nello studio - pesa non solo l'orientamento delle famiglie verso acquisti essenziali ma anche il crollo su base globale del turismo, che sottrae una fetta consistente al mercato di questi beni. Scenario cupo con poche eccezioni, tra cui il distretto di Arezzo e quello di Perugia,

rilanciati in particolare dagli acquisti in Cina, unico mercato significativo in cui i distretti della moda in generale sono riusciti ad aumentare le proprie vendite, con una crescita tendenziale del trimestre pari al 32,3%.

Sulla base delle indicazioni già arrivate dall'Istat ma anche del progressivo irrigidimento delle misure anti-Covid in molti paesi, le stime di chiusura 2020 non sono favorevoli, con la previsione di un anno in calo significativo in termini di export distrettuale. Altro capitolo, tuttavia, è quello che si apre nel 2021, anno in cui è prevista una crescita decisa del commercio mondiale. «Le incertezze sono tante - spiega il responsabile Industry di Intesa Sanpaolo Fabrizio Guelpa - ma la nostra stima vede comunque solo nel 2025 un ritorno del Pil italiano ai livelli 2019. La vera sfida, a livello-Paese, è quella di utilizzare le risorse del Recovery Fund per migliorare la nostra capacità competitiva. Per le aziende si tratta invece di cavalcare i temi che sono risultati vincenti durante l'emergenza. Come l'e-commerce, la filiera corta, la sostenibilità dei prodotti e la digitalizzazione dei processi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA