

ESPORTAZIONI. Quasi il 25% della produzione delle imprese scaligere va su questi mercati

I primi clienti di Verona sono Francia e Germania

Stati Uniti al terzo posto per l'export scaligero
Macchinari e alimentari in testa ai prodotti venduti all'estero, seguiti da bevande e articoli in pelle

Francesca Lorandi

Quasi il 25% dei prodotti realizzati dalle imprese veronesi è destinato al mercato franco-tedesco. Nonostante la ricerca continua di nuove aree verso le quali esportare, questi due Paesi si confermano i migliori partner commerciali delle industrie scaligere: soprattutto quelle che si occupano di macchinari, stanno sbaragliando la concorrenza straniera imponendosi su questi importanti mercati europei grazie al know how, all'affidabilità, alla qualità e all'elevato livello tecnologico raggiunto.

IDATI. In base ai dati della Cgia di Mestre, nel 2014 la provincia ha esportato macchinari per 1,8 milioni di euro (+1,3% sull'anno precedente).

E non è solo Verona, ma tutto il Veneto ad eccellere grazie a questo settore produttivo: rispetto al 2013 le vendite all'estero sono aumentate del 4,6 per cento. In termini assoluti, le province venete sono riuscite a esportare complessivamente nel mondo un volume di macchinari pari a 10,7 miliardi di euro (il 19,8 per cento dell'export totale).

Tuttavia la tipologia di prodotto è diversa, perché le imprese scaligere si sono specializzate a differenza delle altre soprattutto in bruciatori, forni, macchine per la refrigera-



Tra le voci più importanti dell'export veronese c'è l'alimentare



Ci sono segnali incoraggianti non solo per gli Usa ma anche per altri mercati

CARLO DE PAOLI
VICEPRESIDENTE CONFINDUSTRIA



Per molte piccole imprese l'aggregazione sarebbe la miglior soluzione

ARTURO ALBERTI
PRESIDENTE APINDUSTRIA

zione e ventilazione e apparecchi per la movimentazione e il sollevamento. Al secondo posto tra i prodotti più esportati dalle aziende veronesi ci sono

gli alimentari, che hanno registrato nel 2014 un +5,4%, al terzo le bevande con un +1,5%. Nella top ten si trovano anche gli articoli in pelle e le calzatu-

re, con un incremento del 12,8%, e gli autoveicoli, il cui export è cresciuto del 12,4%. Sul totale dei prodotti esportati, il 16,6% segue la rotta della Germania, l'8,2% è destinato alla Francia. Si piazzano al terzo posto gli Stati Uniti, verso i quali lo scorso anno l'export è incrementato del 12,3%.

LE PREVISIONI. E la percentuale potrebbe crescere ulteriormente, secondo le previsioni di Carlo De Paoli, vicepresidente di Confindustria Verona con delega all'internazionalizzazione: «Quello che ci aspettiamo nel prossimo futuro», spiega, «è che alcune dinamiche che già si potevano cogliere come il forte aumento dell'export in Usa, trainato da un cambio più favorevole, possano consolidarsi».

Già a febbraio l'Istat ha evidenziato per l'Italia un aumento dell'export verso gli Stati Uniti di quasi il 25%, dato epurato degli ordini di navi che sono una tantum». Conclude De Paoli: «Sono segnali che fanno ben sperare anche per la crescita degli altri mercati, sia emergenti che maturi». Tuttavia le aziende devono farsi trovare pronte: «Alcune si sono strutturate», commenta Arturo Alberti, presidente di Apindustria; «per molte piccole imprese l'aggregazione sarebbe la soluzione migliore. Purtroppo prevale ancora la cultura del campanile, per cui piuttosto che collaborare si preferisce andare all'estero in modo autonomo. Ed è un peccato», conclude Alberti, «perché in molti mercati le dimensioni aziendali sono importanti». ●