

Qualità e innovazione per le carni bovine

Si aprono buone prospettive per le carni bovine italiane. A diciassette anni dalla crisi provocata dalla diffusione della Bse, l'encefalopatia spongiforme nota come morbo della mucca pazza, cominciano a cadere le barriere sanitarie che fino ad ora hanno bloccato le esportazioni verso i Paesi terzi. Contemporaneamente si assiste a un riequilibrio della bilancia commerciale: diminuiscono le importazioni e aumenta la produzione interna, spinta dalla tendenza sul mercato domestico a un incremento dei consumi di carne made in Italy.

Novità che per il settore - 6 miliardi di fatturato, che salgono a 10 se si considera tutta la filiera, dall'industria agli allevamenti - annunciano una nuova fase di espansione nella quale, nella competizione con gli Usa e il Brasile, che sono i maggiori esportatori al mondo di carne bovina, sarà il posizionamento su un livello qualitativo più alto a fare davvero la differenza. Giappone e Israele, che hanno rimosso le barriere, non sono più mercati off limits. E soprattutto in Giappone l'industria nazionale può giocare la carta vincente del 100% made in Italy. L'Arabia Saudita, a sua volta, potrebbe riaprire presto le frontiere (in giugno è attesa una visita ispettiva per definire le procedure per l'export). Gli imprenditori sono ottimisti anche per quanto riguarda la Cina: il gigante asiatico ha revocato il bando che bloccava l'ingresso di carni bovine italiane e il ministero della Salute si prepara a definire la certificazione veterinaria. «Il nostro Paese è stato riconosciuto indenne dal morbo nel 2013 e la diplomazia è al lavoro per riaprire sbocchi commerciali importanti», conferma Francois Tomei, direttore di Assocarni, a cui fa capo l'industria del settore, dalla macellazione alla trasformazione. «Ma il vero problema adesso è un altro - prosegue Tomei -. Dopo un blocco così lungo si devono rimettere in moto le relazioni commerciali in mercati dove nel frattempo si sono radicati i competitor stranieri. Per questo è necessario puntare sulla qualità per avere la meglio su una concorrenza, soprattutto quella statunitense e brasiliana, che scommette prevalentemente sui prezzi bas-



MARKA

Comparto importante. Conta 6 miliardi di ricavi, che salgono a 10 considerando tutta la filiera

si». Una competizione nella quale l'innovazione costituisce un fattore di successo: ha già portato a nuovi prodotti come il prosciutto di vitello, con il quale le imprese puntano ad aprirsi varchi nei Paesi islamici. Oggi le esportazioni ammontano a circa 100 mila tonnellate all'anno (su una produzione che si aggira sulle 700 mila tonnellate) destinate al mercato Ue, dove si stanno ritagliando un profilo sempre più internazionale i produttori di Paesi come la Polonia, l'Olanda e l'Irlanda, in uno scenario caratterizzato dalla chiusura del mercato russo come reazione alle sanzioni imposte dalla Ue. «Un mercato che per i produttori italiani rappresentava il primo sbocco commerciale», ricorda Tomei.

Se la Russia resta un obiettivo, l'attenzione dell'industria si sta indirizzando anche verso altri Paesi terzi come la Thailandia. Un bacino chiuso da molto tempo ma dal quale arrivano segnali positivi. «È un mercato particolarmente dinamico - dice Tomei - caratterizzato da una domanda in crescita. Il business forum tra Italia e Thailandia dovrebbe ridare slancio ai contatti commerciali».

Na. R.