

# Lamezia Terme: convegno sul commercio estero delle imprese agroalimentari della Calabria

Data: 10 maggio 2010 | Autore: Redazione

---



LAMEZIA TERME (CZ) - Giovedì, 7 ottobre, alle ore 14.30, presso la sala conferenze dell'Unioncamere di Lamezia Terme, di Via delle Nazioni, si svolgerà un importante convegno sul commercio estero delle imprese agroalimentari della Calabria. Nel corso dei lavori sarà presentato un volume, frutto delle attività di ricerca sulle tematiche esportative delle aziende. [MORE]Il volume è curato da Luigi Sisi, con la collaborazione di Ernesto Perri, del Ministero allo sviluppo economico, di Cosimo Cuomo e Giuseppe Critelli, dell'Università Mediterranea, e di Giovambattista Nicoletti, dell'Ice Calabria. L'Assessorato all'Agricoltura della Provincia di Vibo Valentia ha concesso il patrocinio assieme alla Regione Calabria, al Ministero dello Sviluppo Economico, all'Unioncamere, Cia e Ice della Calabria. Lo sviluppo dei mercati esteri - per quanto affermato da Luigi Sisi, curatore del volume - è un aspetto molto importante sia per le aziende che vogliono crescere nella loro attività commerciale, creando nuovi e più interessanti sbocchi per la proposta dei loro prodotti, sia per le istituzioni che rappresentano in qualche modo un'area geografica definita, un territorio produttivo, le quali hanno anche il compito di migliorare e consolidare all'estero l'immagine e il valore delle produzioni che rappresentano, del loro ambito territoriale di riferimento. In una politica di crescita territoriale e imprenditoriale nei confronti dei mercati esteri e dello sviluppo dell'attività di internazionalizzazione, è necessario avere sempre sotto controllo la performance delle attività svolte

e realizzate dalle imprese e dalle istituzioni, acquisire i dati necessari per comprendere le proprie potenzialità, individuare i risultati delle operazioni realizzate ed effettuare un confronto con altre realtà territoriali al fine di carpirne le differenze, le capacità e le opportunità sviluppate e, eventualmente, non sfruttate.

Un monitoraggio periodico su tali performance ha lo scopo di individuare le direzioni giuste future da adottare, di quantificare il risultato di eventuali attività intraprese per accrescere il mercato estero e orientare, di conseguenza, i piani o programmi successivi da attuare, per migliorare o modificare comportamenti, atteggiamenti e opinioni dei mercati esteri nei confronti dell'area geografica e dei prodotti di interesse. Le aziende della regione Calabria, potrebbero sfruttare ancora di più i vantaggi competitivi basati sul territorio di appartenenza dei prodotti nei confronti dei mercati esteri, così come si riscontra in altre regioni d'Italia. Il richiamo al "Made in Italy" agroalimentare dovrebbe essere più utilizzato, per le opportunità che ne potrebbero scaturire, mediante la creazione di una identificazione territoriale impossibile da imitare da altri paesi esteri potenziali concorrenti. Il rafforzamento dei prodotti di qualità, con una identificazione al territorio di appartenenza, con le certificazioni di origine riconosciute, il riferimento all'italianità produttiva e sistema gastronomico, costituirebbero dei vantaggi competitivi probabilmente unici, caratteristiche importanti che devono comunque essere divulgate e rese note al pubblico di riferimento attraverso un'attività di comunicazione possibilmente continua affinché siano acquisite le loro caratteristiche e identificate ai prodotti nel tempo. Non è certo un aspetto che si può realizzare ed attuare in un periodo temporale limitato, occorre operare in modo programmato, coordinato e continuo, analizzando anche le caratteristiche dei paesi esteri di riferimento e le modalità di fruizione dei prodotti italiani e del sistema gastronomico locale.

Considerando che la Calabria realizza circa il 30% delle proprie esportazioni con prodotti agroalimentari, il dato percentuale più alto di tutte le regioni italiane, sembra necessario rafforzare tale settore, concentrare maggiori sforzi sia di gestione dell'attività produttiva qualitativa, sia di pianificazione commerciale nei confronti di mercati più ampi ed interessanti, al fine di creare profitto addizionale rispetto a quello locale o nazionale. In Calabria ci sono molti prodotti agroalimentari con una grande tradizione gastronomica e forte legame al territorio, sarebbe necessario incentivare la crescita e lo sviluppo commerciale nei confronti dei mercati nazionali ed internazionali. In ogni modo, una attività di monitoraggio continua è indispensabile per programmare qualsiasi attività si voglia intraprendere nei confronti dei paesi esteri. Questo per orientare meglio le proprie risorse, sviluppando nel modo ottimale quei programmi più adatti alle caratteristiche del territorio, dei prodotti e delle imprese, secondo quelle che sono le esigenze e le aspettative dei mercati di riferimento consentendo una ottimizzazione degli investimenti e una strategia di offerta dei propri prodotti in relazione a quelle che sono le potenzialità presenti e gli obiettivi prefissati.

Franco Vallone