

Export d'Oriente

Olio, vino e birra, il Salento conquista Cina e Corea

Le imprese guardano alle "piazze" dell'Asia per aumentare i volumi. In un anno un balzo superiore al 10%. Ecco i settori in crescita

di Pierpaolo SPADA

Importiamo dalla Cina molto più di quanto non esportiamo. La tendenza abbraccia l'andamento dei prodotti nel Paese e la performance salentina, che non segna certo un exploit, è in qualche modo parallela anche se caratterizzata da forte sbilanciamento in ordine

alle diverse annualità.

Ma l'Oriente non è solo Cina. E chi esporta dal Salento non è più solo l'impresa tessile, dell'abbigliamento o del calzaturiero. Che la Cina rappresenti un potenziale bacino di sbocco lo dimostrano i numeri, leggermente migliori nel 2015 che nel 2016, a fronte di un calo di circa 250 mi-

lioni nel fatturato complessivo (dati di Confartigianato Imprese Puglia) passato da 1 milione a 750mila euro al termine dello scorso anno.

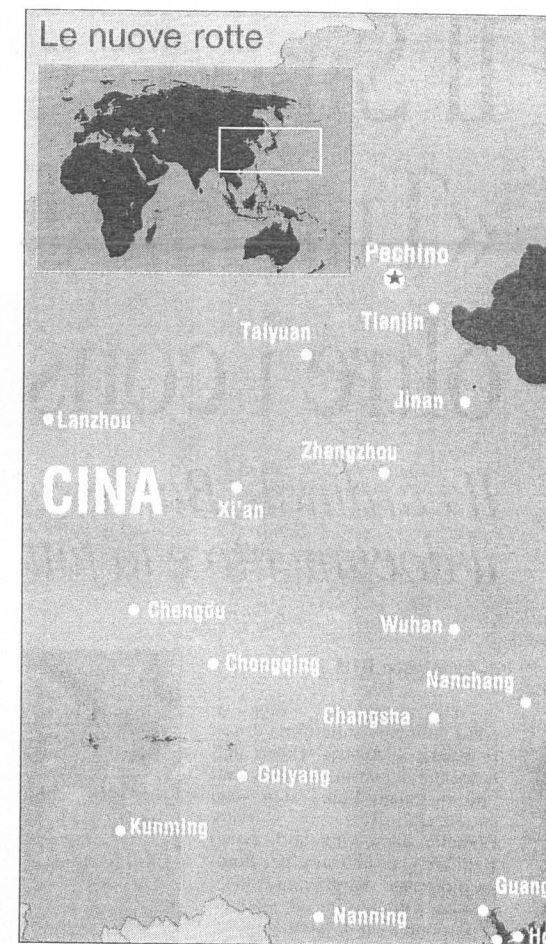
Si afferma con dinamica pressoché costante il food & beverage, settore in larga espansione che rende onore ad attività, in questa provincia, non meno tradizionali ri-

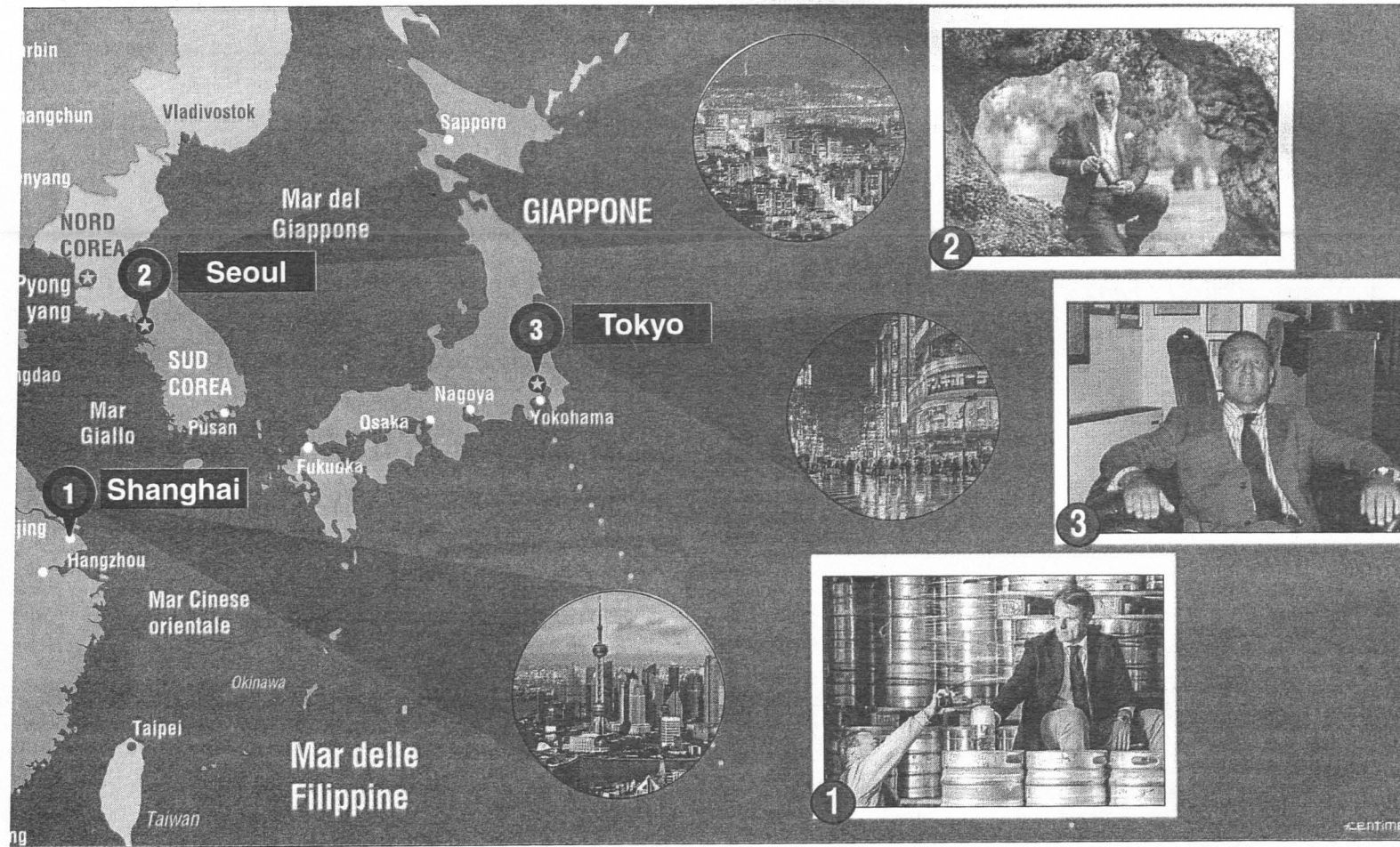
spetto a quelle afferenti alla sfera del Tac o, per meglio dire, del settore Moda. Vino, olio ma, come ci raccontano gli imprenditori, adesso, anche la birra contribuisce a rafforzare la domanda proveniente dai Paesi asiatici, alimentata da un benessere, per certi versi, dilagante anche tra i giovani. Per il prodotto dei birrifi-

ci italiani, la domanda dalla Cina è in fortissimo aumento da dieci anni, come d'altra parte a livello generalizzato (+400 per cento).

Il "made in Salento" segue la nuova traiettoria sotto la spinta di quello pugliese che conferma un posizionamento primario anche nell'anno in corso. Secondo le elaborazio-

ni dei dati Istat operate dalla Camera di commercio di Lecce con riferimento ai primi nove mesi dell'anno, le esportazioni verso l'Asia superano appena i 30 milioni di euro con il grosso rappresentato dall'Estremo Oriente: un peso, come si diceva, che tende a crescere e che oggi rappresenta l'8,4 per cento del totale





30
milioni di euro
il volume dell'export
nei paesi dell'Asia

32
per cento la crescita
annua rispetto
all'ultimo dato

14,28
per cento l'aumento
delle esportazioni
verso il Giappone

32
per cento la "scalata"
del prodotto olio
nei mercati cinesi

del "paniere" del made in Salento che si vende all'estero.

Ma dietro questi numeri c'è di più: i 30 milioni di euro esprimono una crescita del 32% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Il principale partner commerciale asiatico delle imprese leccesi, escludendo la Turchia, è Hong Kong che assorbe una

quota di export dal Salento pari a circa 3 milioni di euro. Cresce del 14,28% anche l'export verso il Giappone: da 3,1 a 3,5 milioni in un anno. Sono le due destinazioni, in questa fase, che pesano di più nella bilancia commerciale dei beni esportati verso l'Asia.

E' stata la stessa Confartigianato, solo qualche settimana

fa, a confermato il buon andamento delle merci pugliesi verso l'area nipponica.

Nonostante le difficoltà, anche quelle di carattere geopolitico che continuano a interessare le aree di riferimento, gli analisti parlano di una crescita, a livello Paese, destinata solo a proseguire. E sebbene siano i macchinari a recitare

la parte da leone, le esportazioni salentine sembrano poter contribuire in maniera non marginale al consolidamento della performance resa dalla Puglia nel settore vitivinicolo. Nel 2016, la Puglia ha confermato il posizionamento da leader con un incremento del 18,2%. Ma anche dalla vendita di olio potrebbero giungere

segnali confortanti. A livello nazionale, nella prima fase dell'anno, l'aumento delle esportazioni di questa tipologia di prodotto è stato del 12%, grazie proprio al gradimento espresso dalla Cina (+32%) e dal Giappone (+6%) oltre a quello degli Stati Uniti che assorbono quasi un terzo dell'olio che parte dall'Italia.