

COMUNICATO STAMPA

EXPO 2015, GRANDE OPPORTUNITA' PER L'ECONOMIA DELLA SICILIA AGROINDUSTRIA, TURISMO E BENI CULTURALI, PATRIMONI SICILIANI DA VALORIZZARE E DIFFONDERE NEL MONDO

Intesa Sanpaolo partecipa alle Giornate dell'Economia, con un convegno su Expo 2015 e i principali asset strategici dell'economia della Sicilia. Presentato un report di SRM (Studi e Ricerche Mezzogiorno, centro studi collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo) sul settore agroalimentare e sulle sue potenzialità per lo sviluppo del Mezzogiorno e della Sicilia.

- **3,7 mld di Valore Aggiunto agricoltura+industria alimentare, 4,8% del totale dell'economia regionale**
- **500 mln di euro l'export del settore in Sicilia per un saldo commerciale positivo di 138mln di euro**
- **esportazioni in crescita del 2,6%**
- **la Sicilia con 235 prodotti agroalimentari tradizionali è terra di eccellenze e al terzo posto nel Mezzogiorno**

Palermo, 3 dicembre 2014 – La grande vetrina internazionale di Expo Milano 2015, è il tema conduttore dell'incontro promosso da Intesa Sanpaolo in occasione delle Giornate dell'Economia, il tradizionale appuntamento promosso dalla Fondazione Curella in questi giorni a Palermo. L'Expo Milano 2015 è certamente la più immediata e tangibile occasione per riavviare il volano dell'economia del Paese partendo proprio dalle tante ed esclusive eccellenze che la nostra nazione presenta in innumerevoli campi. Ed è certamente una grande occasione per la Sicilia, che per la sua unicità storico-culturale e climatica presenta valori apprezzatissimi nel mondo nel campo dell'agroindustria, dei beni culturali e di conseguenza nel turismo.

Eccellenza sulle quali si sofferma lo studio presentato da **Salvio Capasso**, Responsabile Ufficio Economia delle Imprese di SRM, dove oltre a delineare l'attuale dinamica e struttura economica della Sicilia, si fornisce una vista complessiva del settore agroalimentare locale e meridionale, analizzandone le possibili sinergie economiche con il turismo ed i beni culturali, e si individuano le possibili sfide per accrescere la competitività delle imprese siciliane.

Di Expo 2015 e delle opportunità che attraverso le numerose iniziative create da Intesa Sanpaolo, Official Global Partner dell'evento milanese, è il tema dell'intervento di **Salvatore Parisi**, coordinatore imprese dell'area Sicilia di Intesa Sanpaolo. Nel corso di tutto l'Expo, lo Spazio Intesa Sanpaolo, il grande padiglione e area polifunzionale ospiterà le imprese clienti della Banca che, grazie a questa vetrina esclusiva, avranno la possibilità

unica di essere protagoniste del grande evento. Alle eccellenze italiane Intesa Sanpaolo offrirà spazi di visibilità e ospitalità in un evento di portata mondiale attraverso dedicati luoghi d'incontro tra il pubblico di Expo e le aziende espressione delle eccellenze italiane dei diversi territori.

Testimonial e discussant del convegno rappresentanti di importanti aziende siciliane, che da tempo si sono rivolette ai mercati esteri a conferma dell'interesse che il marchio Sicilia riscuote nel mondo, **Benedetto Renda**, Consigliere Delegato della Carlo Pellegrino Spa, **Riccardo Damiano** della F.lli Damiano Spa, e **Nicola Fiasconaro** della Fiasconaro Srl.

In chiusura il direttore area Sicilia di Intesa Sanpaolo, **Alberto Ranieri**, che qui commenta: *“La partnership con Expo 2015 è un’occasione imperdibile per le imprese della Sicilia ed in particolare per quelle nostre clienti per le quali Intesa Sanpaolo ha messo a disposizione, a livello nazionale, un plafond di 15 miliardi di euro per lo sviluppo del made in Italy e il nostro nuovo portale per l’e-commerce, ‘Created in Italia’, per facilitare l’accesso delle imprese ai nuovi mercati digitali. Inoltre alle tante nostre eccellenze, spesso rappresentate da aziende di piccole e medie dimensioni, offriremo spazi di visibilità e ospitalità in un evento di portata mondiale. Molte piccole e medie imprese nostre clienti, leader nella qualità del made in Italy, saranno protagoniste per un’intera giornata di questa vetrina esclusiva, nella quale potranno valorizzare la propria offerta, organizzare incontri per finalizzare partnership e ampliare le relazioni a livello internazionale”.*

Il report di SRM su Agrindustria, Turismo e Beni Culturali in Sicilia

La Sicilia sfiora i **3,7 mld di Valore Aggiunto (agricoltura + industria alimentare)** per un importo pari al **4,8%** del totale dell’economia regionale, al di sopra dell’Italia (3,8%). Le imprese attive al 2014 sono 88.986 (peso su settore nazionale 11%), pari al 24% del totale imprese della regione. In termini di scambi commerciali, **la Sicilia ha esportato a giugno 2014 circa 500 milioni di euro con un saldo commerciale positivo (+138mln di euro)**, mentre quello nazionale è negativo. In particolare, sono le **esportazioni in crescita del 2,6%** rispetto all’analogo periodo precedente (ITA +1,6%). Le importazioni sono invece di 358 mln di euro pari all’1,7% delle relative importazioni nazionali, con una variazione rispetto all’analogo periodo precedente di -6% (ITA +2,3%). **I prodotti alimentari trasformati esportati rappresentano circa la metà del valore di filiera e le conserve sono i prodotti maggiormente rappresentativi:** peso dell’export sull’industria alimentare di ben il 37%. Segue l’export delle bevande (27,7%), ma ad incidere maggiormente sul Mezzogiorno è l’export della filiera del “pesce” con un peso sul Mezzogiorno di circa il 50%.

La Sicilia è terra di eccellenze. Con **235 prodotti agroalimentari tradizionali** (pari al 5% del totale Italia), si posiziona **al terzo posto nel Mezzogiorno**. La regione presenta 28 prodotti DOP e IGP e una ricca offerta di vini di qualità 23 DOC, 1 DOCG e 7 IGT. Il numero dei produttori (DOP E IGP) è però contenuto (2.551 produttori) e la superficie delle aziende che si occupano di coltivazioni e/o allevamenti di qualità ha un peso sul totale inferiore al Mezzogiorno ed all’Italia (5,7% contro rispettivamente il 13,6% ed il 19,9%). Anche la numerosità di tali aziende risulta esigua: se in Italia le aziende di qualità rappresentano l’11% del totale, in Sicilia sono il 2,2% mentre nel Mezzogiorno raggiungono il 5,8%. **La Sicilia ha buone potenzialità per crescere e per affermarsi sui mercati**

internazionali della qualità ma deve potenziare la sua capacità di offerta e di distribuzione.

In riferimento ai distretti, su 44 distretti agro-alimentari italiani, 12 sono nel Mezzogiorno e 3 in Sicilia: ortofrutta di Catania, Pomodoro di Pachino, Vini e liquori della Sicilia Sud Occidentale. Dagli ultimi dati emerge che la crescita, al 2014, delle esportazioni dei distretti della Sicilia (+2,9% tendenziale), “viaggi” sulla scia dei buoni risultati dell’ortofrutta di Catania.

La sinergia con il turismo e i beni culturali

Le eccellenti risorse eno-gastronomiche della Sicilia sono elemento di potenziale attivazione di ricchezza anche nel **settore turistico**, che peraltro rappresenta un in crescita attirando peraltro **sempre più la domanda internazionale. L’offerta turistica che si crea sui prodotti enogastronomici è sempre più vasta andando incontro alle nuove esigenze «esperienziali» dei turisti:** aziende agricole visitabili, cantine visitabili, ristoranti tipici e agriturismo, enoteche e vie del vino.

Il valore dell’agroalimentare va quindi oltre la qualità dei prodotti e la forza della sua filiera produttiva. Esso rappresenta, infatti, anche **un fattore «moltiplicativo» di ricchezza**, generando un impatto economico direttamente nel proprio indotto attraverso la spesa alimentare e, indirettamente, negli altri settori mediante lo sviluppo della cosiddetta **TAC 2.0** (Turismo, Agricoltura e Cultura).

In particolare per il sistema alberghiero i numeri parlano chiaro ed attestano una domanda di 4,4 milioni di arrivi (quasi ¼ del Mezzogiorno) di cui circa il 50% è composto da stranieri. La domanda turistica confluisce nel sistema alberghiero per l’ 84,4% degli arrivi (82,4% Sud; 79,7% Italia) e l’ 83,0% delle presenze (73,7% Sud; 79,7% Italia). Si concentra principalmente nelle strutture alberghiere a **4 e 5 stelle**, con un’incidenza degli arrivi pari quasi al 60%, ed al di sopra delle altre aree geografiche. Di fronte ad una tale esigenza, si riscontra una struttura dell’offerta alberghiera di qualità.

Tale domanda turistica si lega ad un patrimonio culturale elevato: rilevante è il peso degli arrivi presso le località di interesse storico e artistico della regione sul dato meridionale (41%) e la ricchezza dell’offerta è vastissima: nell’isola insistono 7 parchi archeologici, 37 musei, 80 siti archeologici e monumentali. L’Agroalimentare non va quindi considerato soltanto per il valore insito nella sua filiera, ma per gli effetti diretti e indiretti che è capace di generare. In particolare, in riferimento, al **suo impatto diretto**, si stima che su **100€ di spesa alimentare, 27€ sono diretti ad altri settori per l’acquisizione di prodotti e servizi offerti dalle imprese esterne** alla filiera ma facenti parte del suo indotto (es. spese di mezzi tecnici agricoli, energia e utenze, packaging, trasporto e logistica, costi promozionali). **L’agroalimentare può quindi contribuire a valorizzare ulteriormente il turismo.** In Italia ad esempio per ogni presenza aggiuntiva **il turismo enogastronomico genera 119,4€ di PIL**, valore superiore a quanto generato ad esempio dal turismo culturale (105,4€) e da quello balneare (83,8€).

I punti di forza in Sicilia

- Consistente Know-how del capitale umano legato al patrimonio culturale e alla lunga tradizione
- Ampia diffusione di imprese data dalla presenza di molte aziende agricole
- bilancia commerciale positiva
- Consistente presenza di produzioni agricole e agroalimentari di qualità
- Settore industriale dai connotati anticiclici e di tenuta del mercato (tutti mangiano)
- Maggiore attenzione alla cooperazione con Università e Centri di ricerca

Elementi di debolezza strutturale:

- Difficoltà dell'agricoltura anello debole della filiera
- Assenza di Grandi Distributori locali
- Scarsa capacità di sviluppo di valore aggiunto nella filiera
- Carenze infrastrutturali e di contesto
- Scarsa attenzione al Marketing e allo sviluppo di marchi propri "Made in Sud"
- Elevato numero di attori nei processi di commercializzazione

*“Il settore agroalimentare - commenta **Salvio Capasso** - dimostra di possedere diversi elementi base per vincere la sfida della competitività tra i quali primeggia la qualità dei suoi prodotti. Tuttavia la forza competitiva di un territorio si misura anche e soprattutto in termini di «solidità imprenditoriale» e «capacità di competere sui mercati», e su questo punto si può e si deve ancora migliorare. A questi si aggiungono i fattori esterni più strategici per il successo competitivo come una visione strategica di lungo periodo capace di leggere i cambiamenti quali-quantitativi della domanda e dell'offerta anche internazionale. Un'agricoltura e un'industria alimentare in sinergia con le forze endogene dell'economia: Ambiente, Turismo e Cultura nonché la capacità di sviluppare al massimo le sinergie imprese – banche – territori in una visione nuova e sostenibile del turismo in Sicilia attraverso Distretti turistici ed agroalimentari e reti di relazioni.”*

CARLO PELLEGRINO SPA

Cantina vinicola storica di Marsala, fondata nel 1880 ed ancora gestita dalla famiglia di origine, è azienda leader nella produzione di vini marsala e passito di Pantelleria con un giro d'affari di circa 16 milioni di euro. La produzione è composta per il 30% da passito di Pantelleria, 20% da vini marsala, 25% da vini comuni e infine da vini liquorosi e grappe. Tre sono gli insediamenti produttivi: due a Marsala, con lo stabilimento storico e l'adiacente sito di accoglienza di enoturismo e la cantina dove vengono stoccati ed affinati nelle botti i vini comuni (Nero d'Avola, Grillo, Chardonnay) contraddistinti dall'etichetta Duca di Castelmonte); il terzo a Pantelleria, con una cantina di produzione dedicata al passito. L'Italia rappresenta il principale mercato che assorbe il 60% delle vendite (principali clienti sono Coop-Esselunga e Conad che assorbono circa 4 mln di fatturato). L'export copre il restante 40%. I maggiori paesi di destinazione attualmente sono in Europa (Svizzera, Francia, Gran Bretagna, Russia); la Carlo Pellegrino sta per debuttare in alcuni importanti mercati internazionali, come il Canada e l'Asia orientale (Cina, Corea, e Vietnam).

F.LLI DAMIANO & C. SRL

Fondata nel 1964 riconducibile alla famiglia Damiano. Opera nel settore alimentare della trasformazione e commercio all'ingrosso della frutta secca con prodotti biologici sin dal 1976 (mandorle, nocciole, pistacchi ecc.). Con più di quaranta tipologie di prodotto vendute in tutto il mondo, Damiano è oggi leader mondiale nel comparto delle mandorle biologiche e la struttura produttiva si trova in Sicilia a Capo d'Orlando (ME). Il fatturato 2013 (+ 25% VEP) è di oltre 24 mln di euro (di cui export ca. 80%) ed in continua espansione (tendenziale 2014 +40%). In virtù dell'espansione del business, il management sta effettuando nuovi investimenti produttivi e avviando l'ampliamento produttivo con la costruzione di nuovi capannoni industriali su terreni già acquisiti a fianco del sito di Capo d'Orlando.

FIASCONARO SRL

La Fiasconaro Srl, con sede in Castelbuono (Pa), costituita dai tre fratelli Fausto, Martino, e Nicola Fiasconaro, dal 1953 è attiva nella produzione di pasticceria in genere (biscotti, dolci, torroni), con uno sguardo alla tradizione madonita cui appartiene per nascita. Sessant'anni di storia tramandata da generazione in generazione. Punto di forza della produzione è senz'altro la ricca linea di panettoni ripensati in chiave siciliana, arricchita di anno in anno di nuove varianti di gusto. Pur mantenendo le caratteristiche tipiche della lavorazione artigianale i prodotti Fiasconaro, dopo aver varcato i confini siciliani, sono distribuiti su tutto il territorio nazionale, in molti paesi europei ed extra-europei (Usa, Canada, Giappone, Australia). Ultima sfida l'approdo in Qatar. Numerosi i riconoscimenti acquisiti negli anni e fatturato in progressiva crescita (triennio 2011/2013 + 40%, anno 2013 fatturato di € 10.778.000, con quota estero del 10% circa).

Per informazioni

Intesa Sanpaolo

Ufficio Stampa Centro Sud

Giovanni La Barbera

mobile: +393357438262

giovanni.labarbera@intesasanpaolo.com