

Cesena

Le sfide dell'economia

Imprese, l'anno orribile delle esportazioni

Report della Camera di Commercio: nel 2020 in provincia calo dell'8,6%. Colpiti molti settori. A picco le calzature, bene mobili e arredo

rdi **Andrea Aklessandrini**

Effetto Covid-19, lockdown e ripresa rallentata delle imprese, effetto Brexit: un cocktail micidiale che ha inciso negativamente sulle esportazioni per le imprese cesenati e provinciali nel corso del 2020, come emerge dai dati della Camera di Commercio della Romagna. Ma ci sono anche imprese in controtendenza, che aumentano le quote di export. Un anno, tuttavia, col segno meno generalizzato: in calo il valore esportato dei principali prodotti, dalla meccanica a quelli in metallo, dall'abbigliamento alle calzature. In diminuzione, inoltre, le esportazioni verso tutti i principali Paesi.

Dati alla mano, nel 2020 le esportazioni in provincia di Forlì-Cesena ammontano a 3,4 miliardi di euro, con un calo dell'8,6% rispetto al 2019, lievemente superiore alla variazione negativa regionale (-8,2%) ma inferiore a quella nazionale (-9,7%). Le diminuzioni hanno caratterizzato tre trimestri



Un anno nero, il 2020, per l'internazionalizzazione anche delle imprese provinciali

dell'anno (primo, secondo e quarto), con il decremento peggiore fatto segnare nel trimestre aprile-giugno (-26,6% sugli stessi tre mesi del 2019); stabili, invece, le esportazioni nel periodo luglio-settembre 2020.

In diminuzione il valore esportato dei principali prodotti: -4,4% i macchinari e gli apparec-

chi meccanici, -12% i metalli e i prodotti in metallo, -5,7% i prodotti alimentari e le bevande, -5% gli apparecchi elettrici, -29,5% gli articoli sportivi, e -31,8% le calzature in aumento, invece, l'export dei prodotti dell'agricoltura del 6,3% e dei mobili del 20,1%.

I principali Paesi di destinazione

delle esportazioni sono, nell'ordine, la Francia (14,9% del totale), la Germania (12,6%), il Regno Unito (6,4%), gli Stati Uniti (6,4%), la Spagna (4,6%), la Polonia (4,1%), i Paesi Bassi (3,6%) e la Cina (3,2%). Sono proprio questi ultimi due gli unici Paesi verso i quali si registrano incrementi (rispettivamente, +2,0% e +3,4%), mentre variazioni negative caratterizzano tutti gli altri, partendo da quelle più basse verso Francia (-1,1%) e Germania (-6,4%) e arrivando a quelle maggiori di Regno Unito (-15,0%), Stati Uniti (-13,5%) e Spagna (-13,4%).

Il 2020, anno purtroppo straordinario per le gravi problematiche determinate dalla pandemia, si è chiuso, come previsto, con un calo delle esportazioni

VERSO LA RIPRESA

Segretario Albonetti: «Con la copertura dei vaccini, fiducia nel ritorno alla normalità»

in tutti i livelli territoriali (provinciale, regionale e nazionale) - commenta Roberto Albonetti, segretario generale della Camera di commercio della Romagna -. Nonostante tutto, l'export si conferma, specie per le imprese di medie e piccole dimensioni con forti specializzazioni verticali, un'opportunità strategica per generare nuove fonti di reddito e accrescere il valore del loro business».

Il 2021 - dichiara Albonetti - si prospetta come un anno di transizione verso la ripresa, legata anche al successo del piano vaccinale, come dimostrano i dati che arrivano dai Paesi in cui la copertura dei vaccini ha consentito la riapertura delle attività e ha fatto ripartire i consumi (come Usa e Oriente). Si spera in un effetto traino per il nostro export. La Camera di Commercio della Romagna continua a supportare le imprese con linee sempre più mirate per la promozione e lo sviluppo dell'internazionalizzazione e del commercio con l'estero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Marco Campomaggi (Lucchi&Campomaggi)

«Le nostre borse vanno bene nei Paesi con l'e-commerce forte»

L'azienda ha superato anche l'incendio dello stabilimento «Vendite uguali al pre-virus in Nord Europa e America»

L'azienda cesenate multibrand Lucchi & Campomaggi, leader nel settore della produzione di borse e ben collocata nel mercato internazionale, è stata più forte del doppio colpo subito con l'incendio nel gennaio 2020 e lo scoppio della successiva pandemia, ed è riuscita a mantenere buone quote di export, nel terribile anno di convivenza col virus.

Marco Campomaggi, com'è cambiata la internazionalizzazione con la pandemia?

«È diventata innanzitutto una operazione molto più complessa e sfidante, perché la pandemia è un fenomeno globale che colpisce tutti i Paesi al mondo, quindi la penetrazione commerciale all'estero, in questo contesto così penalizzante, più che dipendere dal fattore geografico, può avvantaggiarsi in presenza di certi fattori favorevoli o, al contrario, depotenziarsi in caso di assenza delle condizioni necessarie».

Quali sono questi fattori?

«Principalmente la presenza di imprese acquirenti che fanno leva su piattaforme con l'e-commerce forte e strutturato e quindi con una cultura digitale sviluppata. Questa, stando al nostro osservatorio, è la caratteristica saliente. In una situazione in cui i negozi tradizionali e anche le gallerie commerciali stanno soffrendo gli effetti della emergenza sanitaria, il commercio online è il canale privilegiato».

In quest'anno così tormentato avete mantenuto le vostre quote di mercato all'estero?

«In alcuni Paesi, che rappresentano il nostro core-business, ciò è avvenuto. Ad esempio i mercati della Germania e, in generale del Nord Europa, proprio per le caratteristiche di una leva digitale avanzata da parte delle imprese acquirenti, sono rimasti floridi. Ora la situazione è sensibilmente migliorata anche negli Stati Uniti, altro nostro mercato rilevante, e procedono le esportazioni anche in Australia».

Le difficoltà della pandemia hanno aguzzato l'estro creativo delle vostre produzioni?

«Quello resta in ogni situazione, nel mercato interno e in quello estero, con o senza pandemia, il primo fattore competitivo».



Marco Campomaggi



Claudio Casadei

Claudio Casadei (C&C Group)

«A gonfie vele in Australia e Usa Abbiamo aumentato i dipendenti»

La ditta insediata a Calise produce avvolgitori per pallet «Il fatturato nel 2020 è salito del 2,4% e la crescita avanza»

C&C Group, con lo stabilimento a Calise, è uno dei fiori all'occhiello dell'imprenditoria cesenate e opera principalmente nell'ambito del fine-linea e del packaging con l'automazione di macchinari avvolgitori di carichi pallettizzati. Prodotti che vengono commercializzati quasi per intero nel mercato estero.

Casadei, come si è chiuso il 2020 e come si è avviato il 2021?

«Abbiamo chiuso l'anno scorso con un leggero aumento del fatturato, nell'ordine del 2,45%. Non abbiamo quindi risentito degli effetti della pandemia, nonostante un rallentamento fisiologico registrato ad aprile e maggio dopo il lockdown. Ma già a settembre avevamo ripreso a correre e siamo soddisfatti delle commesse che anche in questa prima parte del 2021 ci stanno premiando».

Quali sono i Paesi con i quali si

sviluppa più felicemente l'export?

«La C&C Group ha sfondato in particolare nei mercati del Nord America e dell'Australia che sono particolarmente reattivi e dove ci stiamo progressivamente estendendo. Al contrario è stata molto più complessa la internazionalizzazione in Europa, nel Regno Unito e in Germania dove il mercato ha risentito in misura molto più impattante della pandemia».

La C&C è riuscita a mantere i livelli occupazionali?

«Li abbiamo addirittura aumentati con i nostri dipendenti che sono cresciuti a 52, anche perché non si è arrestata la crescita che già da anni caratterizza le nostre produzioni. Siamo naturalmente contenti di aver mantenuto il trend in questo passaggio emergenziale. Invece il vero impazzimento è un altro».

A che cosa allude?

«All'aspetto gestionale che naturalmente, in questa situazione, ci mette a dura prova sul versante organizzativo, per cui veramente auspichiamo un rapido rientro alla normalità con l'effettuale efficacia e speriamo risolutiva del piano vaccinale».

a.a.