

# L'intervento

## Perché Mosca è un'opportunità

**L'INTERVENTO**

### Perché la Russia resta una grande opportunità

di **Maurizio Barracco**

In questi giorni la Russia è al centro di tensioni internazionali e la rielezione con ampio consenso del presidente, conferma Putin come il leader più longevo della storia moderna di questo immenso Paese. Chi fa impresa, chi esporta, chi vive di presenza sui mercati internazionali non può non considerare la dimensione politica, diplomatica e militare, ma non può nemmeno precludersi opportunità di business.

La bussola principale dell'imprenditore deve essere il guardare all'interesse della propria azienda e alle potenzialità di crescita dei mercati.

In questa logica continuare ad avere uno sguardo attento alle opportunità offerte da un grande mercato, come quello Russo, è una necessità. La Russia infatti è un mercato grande, ricco, che ama l'Italia, i suoi prodotti ed il suo stile. Data la vicinanza culturale e geografica potrebbe rappresentare uno dei primi mercati di sbocco per il nostro export extra-europeo, mentre occupa invece una posizione arretrata per fattori contingenti. Le imprese italiane esportano in Russia 7,9 miliardi di euro di prodotti manifatturieri presentando un saldo della bilancia commerciale positivo: +5,5 miliardi di euro. Ma tali esportazioni rappresentano solo l'1,9% del totale italiano.

Questi pochi dati mettono subito in risalto le potenzialità. Per parlare di questo, il Banco di Napoli (che così come il Gruppo Intesa Sanpaolo sarà comunque rispettoso degli embarghi europei e statunitensi, ove applicabili) ha ospitato un momento di approfondimento sulle opportunità bilaterali Italia-Russia su due settori fondamentali per l'economia del Mezzogiorno: agroalimentare e turismo.

Sull'agroalimentare parlano chiaro i dati pre-embargo. I consumatori russi delle maggiori città, soprattutto quelli che vivono nella parte europea e cioè quasi l'80% del totale, sono molto interessati ai prodotti italiani originali. Questa propensione al prodotto italiano ha portato la Russia nel periodo precedente al 2013 ad occupare l'11° posto e a rappresentare il 2,1% del totale delle esportazioni agroalimentari dall'Italia. Nel 2017, siamo crollati al 16° posto.

L'importanza del settore agroalimentare italiano nell'ambito degli interscambi commerciali con la Russia è confermata anche dall'indice delle eccellenze competitive nel commercio internazionale (Indice Fortis-Corradini) sviluppato dalla Fondazione Edison. Secondo questo indicatore, nel 2016 su un totale di 889 prodotti che rappresentano il comparto agroalimentare, l'Italia ne vanta 67 in cui risulta ai vertici mondiali per export verso la Russia per una cifra che raggiunge i 317 milioni di dollari. In particolare, l'Italia figura prima in 19 prodotti, per un controvalore di 183,7 milioni di dollari; seconda in 24 prodotti, per un controvalore di 41,4 milioni di dollari; terza in 24 prodotti, per un controvalore di 92,2 milioni di dollari. Quindi il nostro posizionamento è frutto delle eccellenze agroalimentari italiane, per lo più i prodotti tipici della dieta mediterranea, molti dei quali vengono prodotti nel Mezzogiorno come la pasta, le conserve di pomodoro, i succhi d'arancia, l'olio d'oliva. E quindi il Mezzogiorno che gioca un ruolo importante.

Così come per il turismo. Nel 2016 hanno visitato il Mezzogiorno 119.691 turisti russi (1,7% degli arrivi turistici internazionali meridionali) soggiornando per 636.477 giorni (2,2% delle presenze turistiche internazionali dell'area). La permanenza media dei turisti russi nel Mezzogiorno è maggiore rispetto all'Italia: 5,3 giorni contro 3,6 giorni in Italia.

Ciò significa che stimolare l'attrattività turistica dei territoriali meridionali nei confronti del turista russo potrebbe generare un impatto economico in loco davvero rilevante.

La storia ci insegna che intensi rapporti commerciali tra paesi sono spesso un elemento di salvaguardia di pace e di continuità di dialogo. Con più legami economici diminuiscono le tensioni politiche. Invertiamo la spirale costruendo nuove opportunità di business.

Presidente del Banco di Napoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

