

# Innovazione e nuovi mercati, parole d'ordine per l'agroalimentare made in Italy

Secondo Carlo Piana, responsabile direzione centrale imprese-corporate del Gruppo Cariparma FriulAdria, i segnali di ripresa sono incoraggianti. E il contributo delle banche può essere decisivo con nuovi servizi, come le assicurazioni sui ricavi; la consulenza, per le aggregazioni e il sostegno all'*export*; e l'erogazione del credito in base ai progetti

**F**in dalle sue origini, che risalgono al 1860 (anno in cui le Casse di Risparmio di Parma e di Piacenza cominciarono a operare nei rispettivi territori), il Gruppo Cariparma FriulAdria è stato uno dei soggetti bancari principali nel sistema agricolo del territorio parmense e poi nazionale. Dal 2007, a seguito dell'ingresso nel Gruppo Crédit Agricole, banca di riferimento per il settore agricolo francese, questa vocazione si è ulteriormente accentuata.

Alla tavola rotonda sull'agroalimentare, uno dei *focus* della Convention delle CCIE di ottobre, era presente anche Carlo Piana, che abbiamo intervistato per questo numero di Parma Economica sul ruolo che il sistema del credito può avere in una fase in cui il settore mostra interessanti segnali di ripresa.

**Dottor Piana, il settore bancario può contribuire al rilancio dell'agroalimentare italiano? Come?**

Dobbiamo fare una premessa. All'inizio degli anni Novanta, le banche si sono despecializzate dal settore agricolo e agroalimentare, nella convinzione che fosse un comparto da trattare come tutti gli altri ma anche per una serie di altre ragioni: per esempio per il fatto che il suo peso nella composizione del Pil era via via diminuito. Inoltre, lo stesso modello di banca universale ha fatto emergere una despecializzazione dall'agricoltura. Per rispondere alla domanda – e parlo per noi, come Cariparma Crédit Agricole – possiamo senz'altro dare un contributo al rilancio del comparto. In quale modo?

Con una pianificazione di lungo termine, come quella intrapresa dal 2007. Da quando siamo parte del Gruppo Crédit Agricole, abbiamo infatti deciso, nel nostro piano di sviluppo decennale, di puntare su questo come uno dei settori strategici di sviluppo.

**Quanto conta l'agroalimentare nel vostro business?**

In termini di masse d'impiego, siamo vicini al 10% ma la nostra ambizione è di arrivare a quote più importanti.

**Allo stato attuale, il sistema bancario ha difficoltà nell'erogazione del credito alle aziende del comparto agroalimentare?**

Tradizionalmente il sistema bancario ha erogato credito sulla base del patrimonio agricolo. Di un'azienda agricola si valuta la produzione lorda vendibile e poi la dimensione dell'azienda stessa, (per esempio in termini di capi di bestiame). Le valutazioni economiche, dunque, sono quelle legate allo stato patrimoniale: un po' una contraddizione in termini. La difficoltà che ha il settore bancario è di valutare i progetti, a prescindere dal patrimonio esistente. Bisogna poi distinguere a quale punto della filiera si riferisce l'erogazione del credito: nella fase di trasformazione e commercializzazione del prodotto agricolo, dove abbiamo a che fare con imprese vere e proprie, non c'è nessuna difficoltà; diverso è per la fase primaria, quella della produzione. Ciò deriva dal fatto che l'agricoltura in Italia non fa una dichiarazione dei redditi, non redige un



Carlo Piana, responsabile direzione centrale imprese-corporate del Gruppo Cariparma FriulAdria

bilancio, ma è soggetta a una tassazione forfettaria e quindi non ha una contabilità da valutare. In sintesi, le banche non possono “leggere” o analizzare i documenti contabili. Ciò non avviene in altri Paesi europei: per esempio, in Francia gli agricoltori tengono una contabilità semplificata ma simile a quella delle altre aziende.

**Quindi lei ritiene che una revisione dei principi contabili per le aziende agricole possa agevolare l'erogazione del credito nei loro confronti?**

Onestamente non credo che questa sia la via: comporterebbe oneri burocratici che non è il caso di reintrodurre. La via

maestra secondo noi è quella che porta a conoscere meglio le dinamiche settoriali da parte delle banche. Occorre saper “leggere” le aziende agricole oltre i numeri, che non sono disponibili. In una parola, saper valutare i progetti. E anche consigliare e guidare un po' di più.

**Essere mediatori verso nuovi mercati per esempio può rappresentare la sfida del settore del credito nei confronti del sistema agroalimentare?**

Sì. In questo momento abbiamo un sistema polverizzato in tante piccole e piccolissime imprese che fanno fatica ad accedere da sole ai mercati di sbocco, all'*export* su mercati internazionali. Il ruolo che ci siamo dati è anche quello di favorire e accrescere queste possibilità di sbocco, *in primis* facendo leva sulla presenza internazionale del nostro gruppo, e quindi sulla possibilità di mettere a disposizione della nostra base di clienti tutta la rete d'informazioni e relazioni di cui disponiamo. Si tenga presente che il 98% degli agricoltori francesi è nostro cliente: un patrimonio di conoscenze e di esperienze che possiamo mettere a disposizione anche dell'Italia.

**Quali sono le misure concrete adottate dal vostro istituto al servizio del comparto?**

Ne citerò solo alcune. In Italia abbiamo stretto una *partnership* con l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE) e con l'Università Bocconi, lanciando quest'anno per la prima volta un corso per dare agli imprenditori e ai manager dell'agroalimentare gli strumenti per accedere ai mercati internazionali. Questo significa, anche, poter fare *training* presso la banca e conoscere casi concreti; fare ore d'aula in Bocconi e avere a disposizione le sedi dell'ICE per facilitare la commercializzazione dei propri prodotti oltre confine. La crescita dell'eccellenza della *food valley* di Parma, e in generale dell'agroalimentare italiano, deve essere sfruttata anche all'estero: ci sono piccole aziende vinicole, per esempio, che hanno una grande apertura internazionale, ma che fanno fatica perché non hanno un appoggio da parte delle istituzioni. In secondo luogo abbiamo creato un fondo d'investimento nell'agroalimentare, del valore di 100 milioni di euro, con l'intenzione di fare gli investitori stabili, diventando soci di minoranza per una durata di 8/10 anni.

Sposiamo un progetto, un imprenditore, un piano industriale. È un fondo di accompagnamento allo sviluppo che serve anche per facilitare le aggregazioni. Infine, la banca si è data come missione quella di operare nel *green banking*: significa rivolgersi in modo strutturato al mondo agricolo e agroalimentare attraverso azioni concertate con la base produttiva. Stiamo dialogando, infine, con le associazioni di categoria per stimolare investimenti e finanziamenti assistiti. In questa prospettiva abbiamo creato un *plafond* di finanziamento da 100 milioni di euro, in accordo con Confidagri, la società della Coldiretti.

**Nel suo intervento, durante la Convention, lei ha accennato alla crescente domanda di servizi assicurativi che ricevete da parte delle imprese. Di che genere di richieste si tratta? Può dirci qualcosa in più?**

Nel mercato italiano di settore ci sono quasi unicamente assicurazioni a copertura di eventi calamitosi, come grandine, vento e pioggia, che beneficiano di contributi di Stato. Noi stiamo cercando di costruire un'assicurazione sui ricavi, per far fronte a una situazione che vede una sempre maggiore volatilità dei prezzi delle materie prime.

**A suo modo di vedere, quali sono le misure più urgenti che le aziende del settore dovrebbero adottare in questa fase di congiuntura?**

Si tratta di misure valide anche per le aziende non appartenenti al mercato agroalimentare: innovazione e approdo a nuovi mercati. Inoltre bisogna capire che piccolo non è necessariamente bello: quindi aggiungerei anche aggregazione. E in questo le banche possono fare molto: finanziamenti all'innovazione, aiuti all'internazionalizzazione, soprattutto da parte di grandi gruppi internazionali, come il nostro, che possono fornire anche strumenti utili per favorire la rete e l'aggregazione. E da qui si arriva alla patrimonializzazione. Per questo iniziative come questa, organizzata dalla Camera di Commercio di Parma sono fondamentali: sanno indicare una visione d'insieme e, soprattutto, una prospettiva internazionale. Non possiamo più limitarci a dire: siamo in Europa e non possiamo prescindere dalla dimensione europea. Oggi, in realtà non possiamo prescindere, ognuno al proprio

livello, dalle dinamiche mondiali.

**Il modello di banca universale (banca che svolge un ampio spettro di attività, distinta dalla vecchia banca specializzata) è in grado di mantenere vivo il rapporto col territorio?**

Oggi il mondo va troppo veloce perché una banca sia la migliore in tutto. Occorre darsi comunque una strategia, fare delle scelte, concentrarsi su ciò che ognuno sa fare. Noi abbiamo scelto, oltre all'energia e alla meccanica, l'agroalimentare come asse strategico perché siamo nati nella *food valley* di Parma e perché il nostro gruppo ha radici ben salde nel settore agricolo e agroalimentare francese.

**I segnali che vengono dall'agroalimentare italiano nei primi mesi del 2010 sono complessivamente incoraggianti. È fiducioso sulla possibilità di una ripresa di lungo periodo?**

L'agroalimentare aveva già reagito bene nel periodo più acuto della crisi mantenendo numeri confortanti. Evidentemente è un settore anticiclico che non evidenzia mai crescite o perdite brusche. Effettivamente dal secondo semestre 2010 questi segnali di ripresa si stanno estendendo ad altri settori e quindi siamo fiduciosi che l'anno si possa chiudere in modo soddisfacente per le imprese nostre clienti.

*A destra, un altro momento del convegno di apertura con i saluti delle istituzioni locali; sotto, delegati CCIE ed operatori si muovono tra gli oltre 60 stand allestiti nel salone Borsa Merci*



