



Nuoro, 13 agosto 2014

Le reti di impresa sono una grande opportunità per l'export e l'agroalimentare Il caso MANNA Gusto Sardegna che punta a nuovi mercati in Gran Bretagna, Germania e Polonia

Al via il Piano export della rete MANNA GustoSardegna, l'aggregazione nata all'interno di Confindustria Sardegna Centrale e che dal marzo 2013 riunisce otto imprese d'eccellenza dell'agroalimentare tipico sardo, con un fatturato complessivo di **40 milioni di euro** all'anno e **140 addetti**. A poco più di un anno dalla nascita, la rete MANNA è pronta a sbarcare in **Gran Bretagna**, in **Germania** e in **Polonia**. Tre mercati europei che registrano interessanti margini di crescita soprattutto nel settore agroalimentare, in particolare per le **specialità regionali, la cucina etnica e i prodotti tipici** e di qualità come quelli sardi. Il costo complessivo dell'investimento è di **300mila euro**, necessari per finanziare attività di **marketing, promozione, logistica** e altre attività di supporto.

L'export è una grande opportunità che offre alle aziende interessanti margini di crescita. In Sardegna però c'è ancora **molto da fare sul fronte delle aggregazioni**: i dati sulla diffusione delle reti sono infatti ancora molto bassi. La nostra isola è all'**undicesimo posto in Italia per diffusione di reti d'impresa** (con 183 aziende coinvolte) ma vanta un primato positivo per le imprese dell'agroalimentare: sono ben 94 le aziende che in questo settore si sono aggregate. Perché **non sempre "piccolo è bello"** ma bisogna crescere e fare squadra così da poter anche migliorare le *performance* già significative del settore agroalimentare che nelle province di Nuoro e Ogliastra conta **524 imprese** attive, più di **1700 addetti** e un **giro d'affari per l'export pari a 25 milioni di euro**, il **21% dell'export** provinciale (dati Uniocamere 2012).

Internazionalizzare non è un'operazione semplice. Richiede preparazione, competenze diversificate e professionalità. Bisogna studiare il mercato, analizzare i concorrenti e imparare a conoscere la catena della distribuzione e i fabbisogni dei nuovi consumatori. Per questo è **necessario unire le forze e lavorare all'interno di una rete**, ottimizzando i risultati e sfruttando le economie di scale, come hanno deciso di fare le otto aziende associate in MANNA GustoSardegna. Perché **non è sufficiente che il prodotto sia buono e rispetti le norme alimentari** – spesso rigide e complicate – del Paese di destinazione. Occorre **lavorare sul packaging e sulla tipologia di prodotto** per adattarsi ai gusti e agli stili di vita dei consumatori, che per lo più ricercano prodotti genuini ma al tempo stesso versatili e veloci da preparare.

Certo è che si possa improvvisare. Serve una pianificazione precisa e **figure specializzate** come l'export manager in grado di facilitare l'avvio di rapporti commerciali con i nuovi mercati. Grazie al nuovo piano export, i prodotti più rappresentativi dell'agroalimentare tipico sardo saranno presto sulle tavole di inglesi, polacchi e tedeschi, sempre **più attenti al mangiare sano e ai prodotti semplici e genuini, così caratteristici del made in Sardinia**: dai salumi ai formaggi delle **Fattorie Gennargentu** ai prodotti del biscottificio **Tipico** di Fonni ai vini **Gostolai** di Oliena, dalle farine **Brundu** di Macomer ai dolci della pasticceria **Esca** di Dorgali, dai formaggi alla pasta fresca del gruppo **Denti&C.** al pane tipico della famiglia **Ferrelì** di Lanusei. La rete – che punta sull'offerta di un'ampia varietà di prodotti tipici e di nicchia – è pronta anche ad allargarsi aprendo le porte ad altre aziende e a nuove produzioni.