



Frutta e allevamento, l'Africa nuova meta dell'agribusiness

Micaela Cappellini

Investimenti esteri

Ogni anno il continente importa 35 miliardi \$ di cibo, anziché produrlo

L'azienda agricola Francescon, nel Mantovano, è un grosso coltivatore italiano di meloni. Durante la stagione invernale, però, quando il clima in Italia è freddo e piovoso, la produzione si sposta a Tassette, un piccolo villaggio a 40 chilometri da Dakar, in Senegal: è in questo modo che Francescon riesce a offrire tutto l'anno meloni freschi ai suoi clienti. L'investimento ha riguardato 170 ettari di terra e il primo risultato economico positivo è arrivato dopo soli tre anni.

Per il settore dell'agribusiness, puntare sull'Africa rappresenta una grossa opportunità. Nel continente si trova oltre il 60% della terra arabile non ancora utilizzata del mondo, e dei 39 milioni di ettari presenti solo il 25% è coltivato. Così, l'Africa è costretta a importare 35 miliardi di dollari di cibo l'anno. Oggi viene acquistata dall'estero l'85% della farina usata nel continente, così come il 50% del riso e il 30% del mais. Secondo l'African Development Bank il fabbisogno di cibo importato potrebbe rag-

giungere entro il 2025 i 110 miliardi di dollari, spinto dal ritmo di crescita della popolazione.

Anche se l'Italia è il primo Paese europeo per valore degli investimenti diretti realizzati in Africa, a partire da quelli sul fronte dell'energia e delle infrastrutture, sono ancora poche le imprese che provano a cogliere le opportunità che il continente offre sul fronte dell'agroalimentare. «L'allevamento bovino è senz'altro una delle filiere più interessanti», spiega il professor Mario Molteni, Ceo di E4Impact, il progetto nato nel 2010 nell'ambito di Altis (l'Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica di Milano) con l'obiettivo di supportare l'internazionalizzazione delle imprese italiane in Africa. «Altri segmenti interessanti - prosegue il professore - sono quelli del caffè, della frutta, della frutta essiccata, del cacao e dell'olio di palma. Anche le imprese che producono macchinari per la trasformazione alimentare e per il packaging, nonché chi si occupa di logistica, dovrebbero guardare a questo continente».

Una recente ricerca di E4Impact ha evidenziato che, mediamente, i progetti collegati al settore agrifood costituiscono ancora poco più del 6% del totale degli investimenti diretti in Afri-

ca. Tra i Paesi più attraenti, al primo posto c'è l'Egitto, seguito

Opportunità interessanti per chi produce macchinari per il packaging

da Etiopia, Nigeria, Algeria, Ghana, Camerun, Mozambico, Sudafrica, Tanzania e Marocco. «Il Congo da solo - ricorda il professor Molteni - con la fertilità che ha potrebbe nutrire fino a due miliardi di persone».

Sempre secondo le indagini di E4Impact, il 59% delle imprese agroalimentari italiane si è confrontata con il mercato africano e, di queste, il 60% ha avuto ritorni superiori alle attese. Ma se l'interesse delle imprese è in crescita, sono ancora poche le aziende che hanno fatto passi concreti per sviluppare una presenza stabile, anche per via della diffidenza verso un contesto di riferimento percepito come instabile e poco regolamentato. Sul fronte delle barriere in ingresso riscontrate dalle imprese ci sono in primis gli aspetti finanziari e il contesto economico, seguiti dal fronte legale, dalle carenze infrastrutturali e dalla difficoltà di trovare partner locali affidabili.