

La filiera agroalimentare
al centro della nuova strategia
per il **Made in Italy**

Roma, 18 ottobre 2018



LA FILIERA AGROALIMENTARE IN ITALIA: RILEVANZA, COMPETITIVITA' E SCENARI EVOLUTIVI

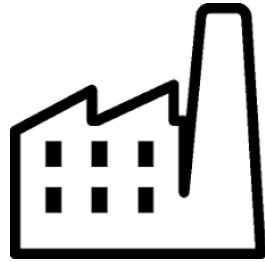
DENIS PANTINI

Direttore Area Agricoltura e Industria alimentare

Nomisma spa

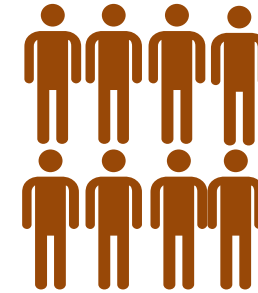
LA FILIERA AGROALIMENTARE *, UNA FILIERA STRATEGICA PER L'ECONOMIA ITALIANA

(valori assoluti e % totale economia Italia)



Imprese**
1,3 Milioni
25%

Occupati
3,2 Milioni
13%



Consumi
243 Mrd €
23%



Export
40 Mrd €
9%

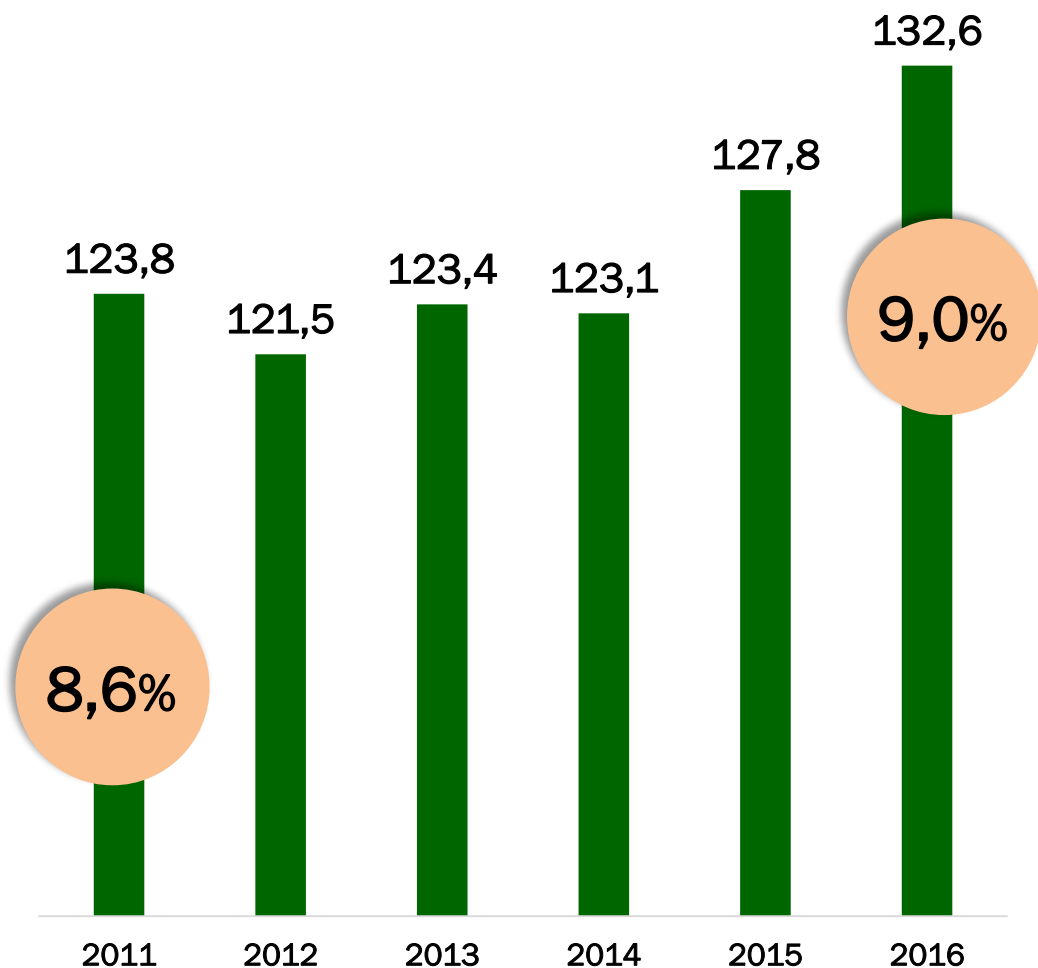


Val Agg
133 Mrd €
9%

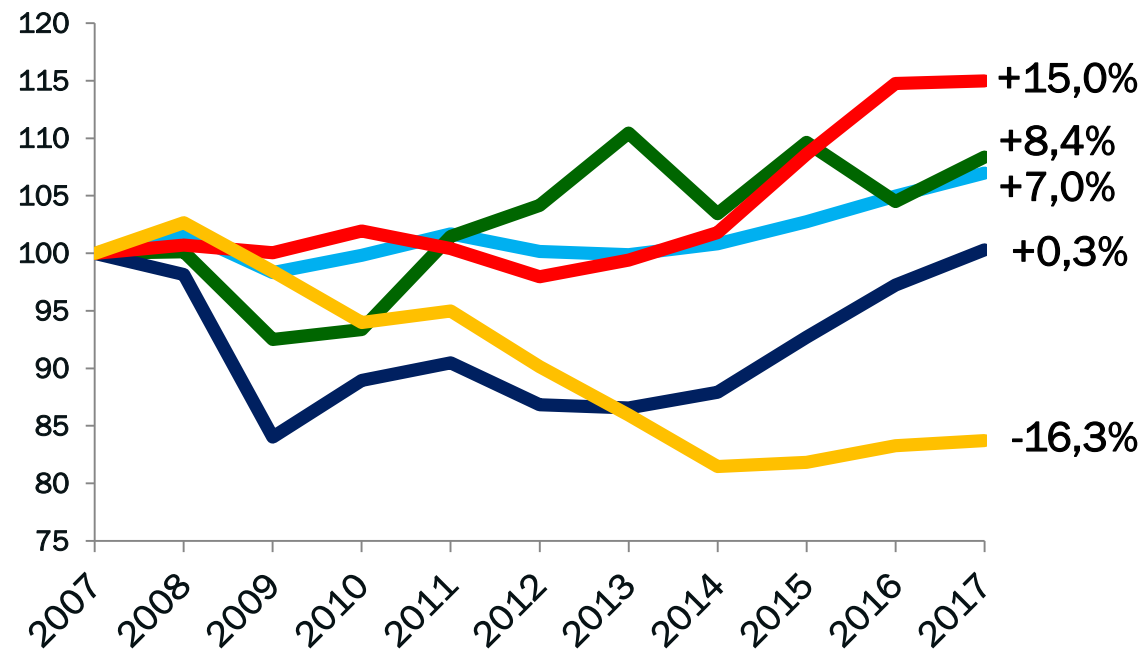


LA FILIERA HA PRODOTTO VALORE, ANCHE IN TEMPO DI CRISI

Valore aggiunto filiera agroalimentare
(Mrd € e % totale Economia)



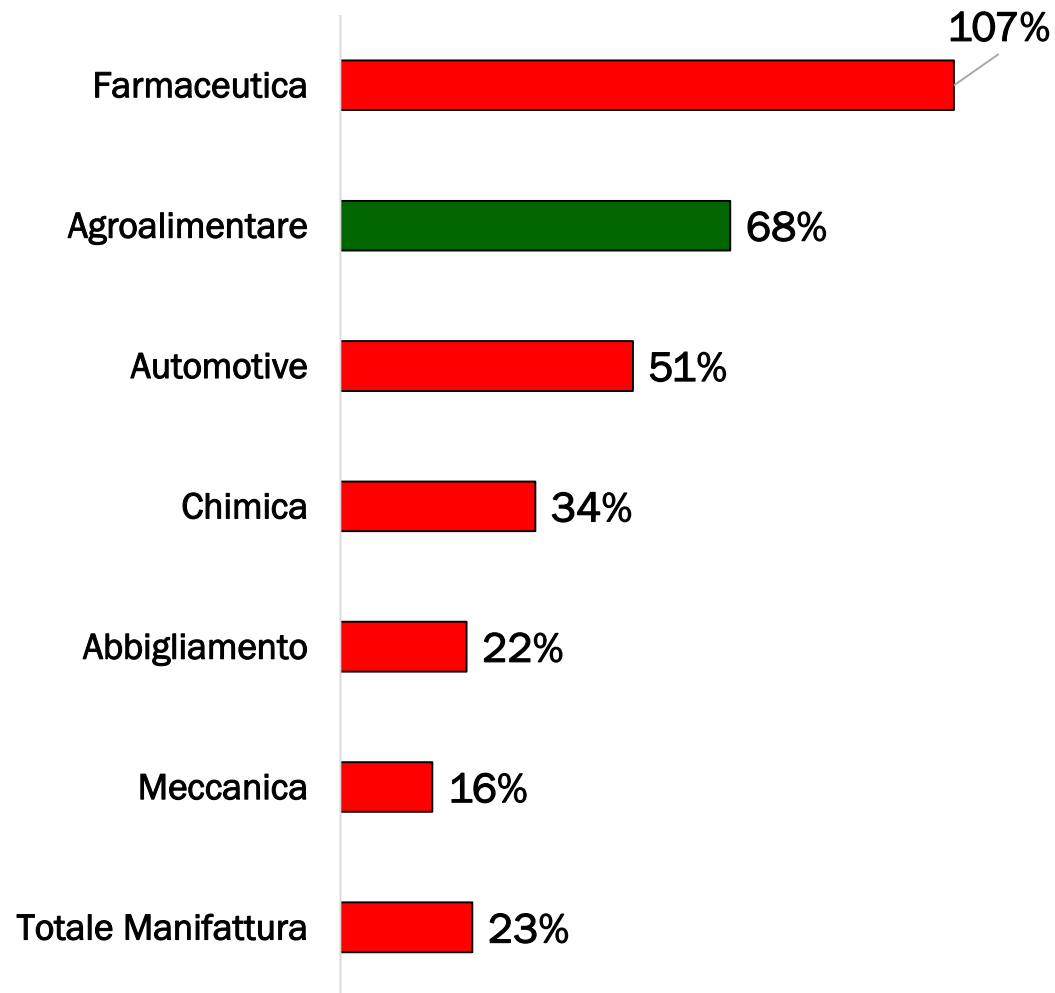
Valore aggiunto top settori economia
(valori correnti 2007= 100)



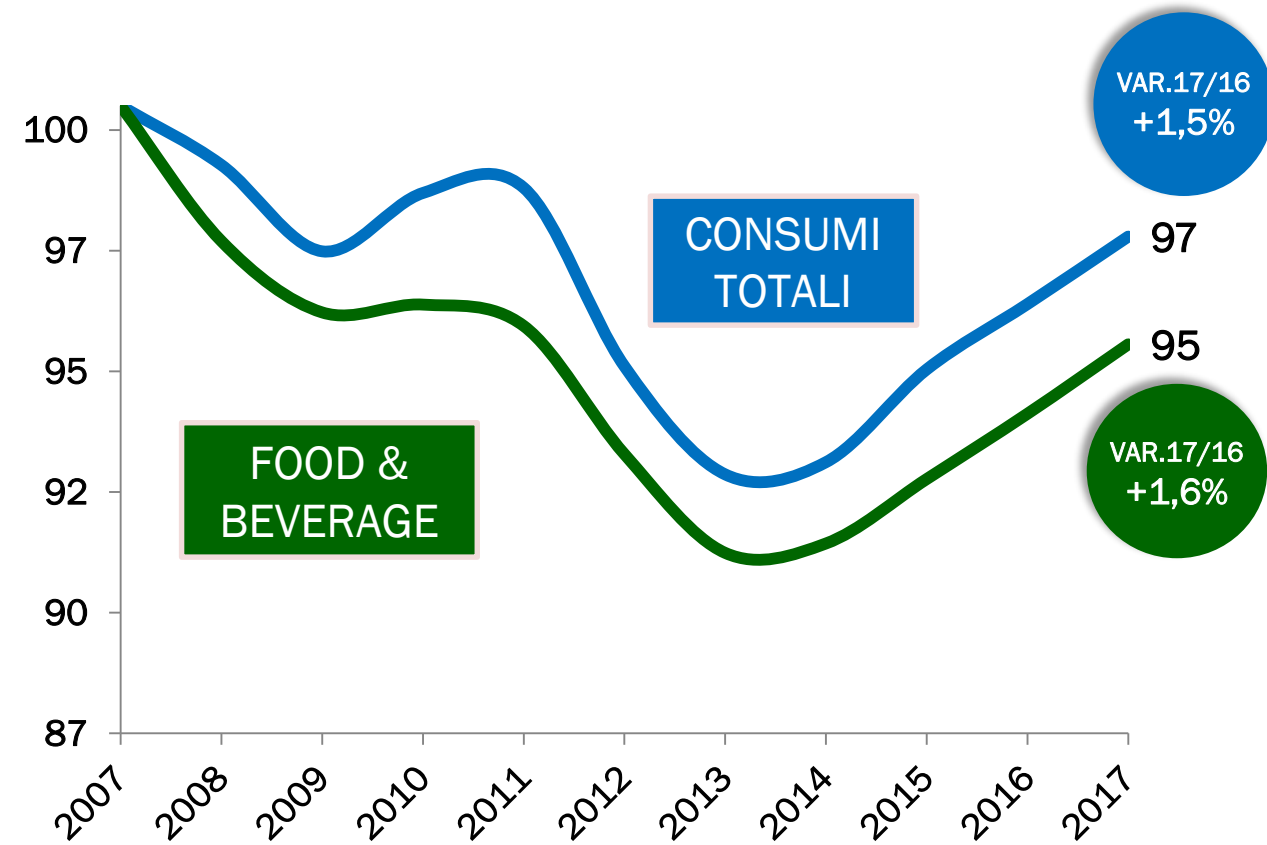
- Totale economia
- Totale Manifatturiero
- Costruzioni
- Agricoltura
- Industria alimentare

SOPRATTUTTO CON L'EXPORT, DATO CHE I CONSUMI IN ITALIA SI SONO RIDOTTI

Export top settori
(Var % 2017 vs 2007, valori)

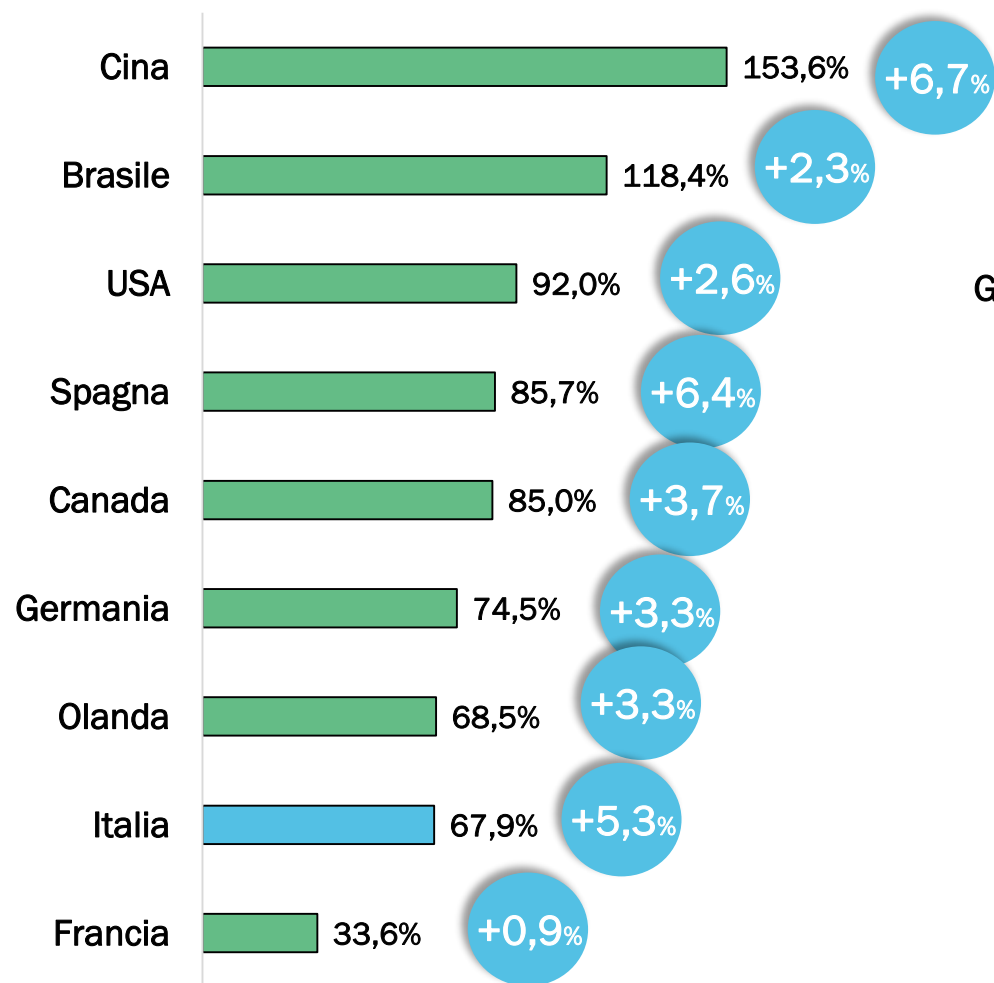


Trend consumi in Italia
(valori costanti, 2007=100)

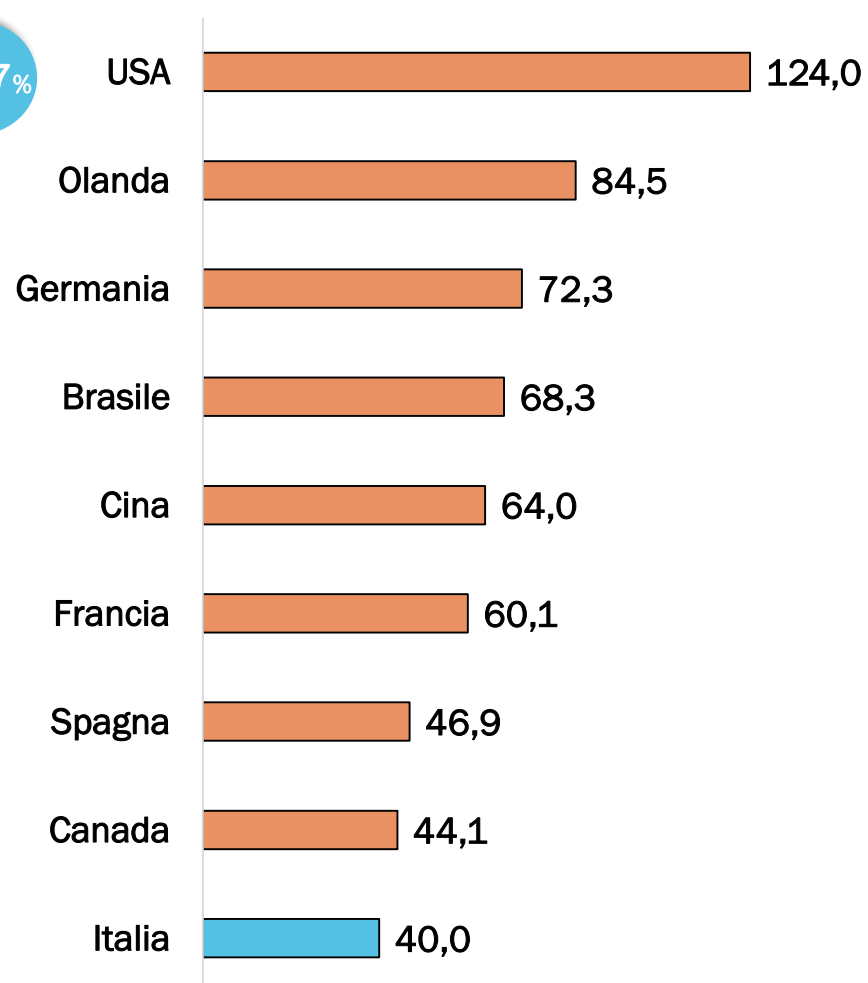


L'EXPORT CRESCE MA LA DISTANZA CON I COMPETITOR RESTA AMPIA

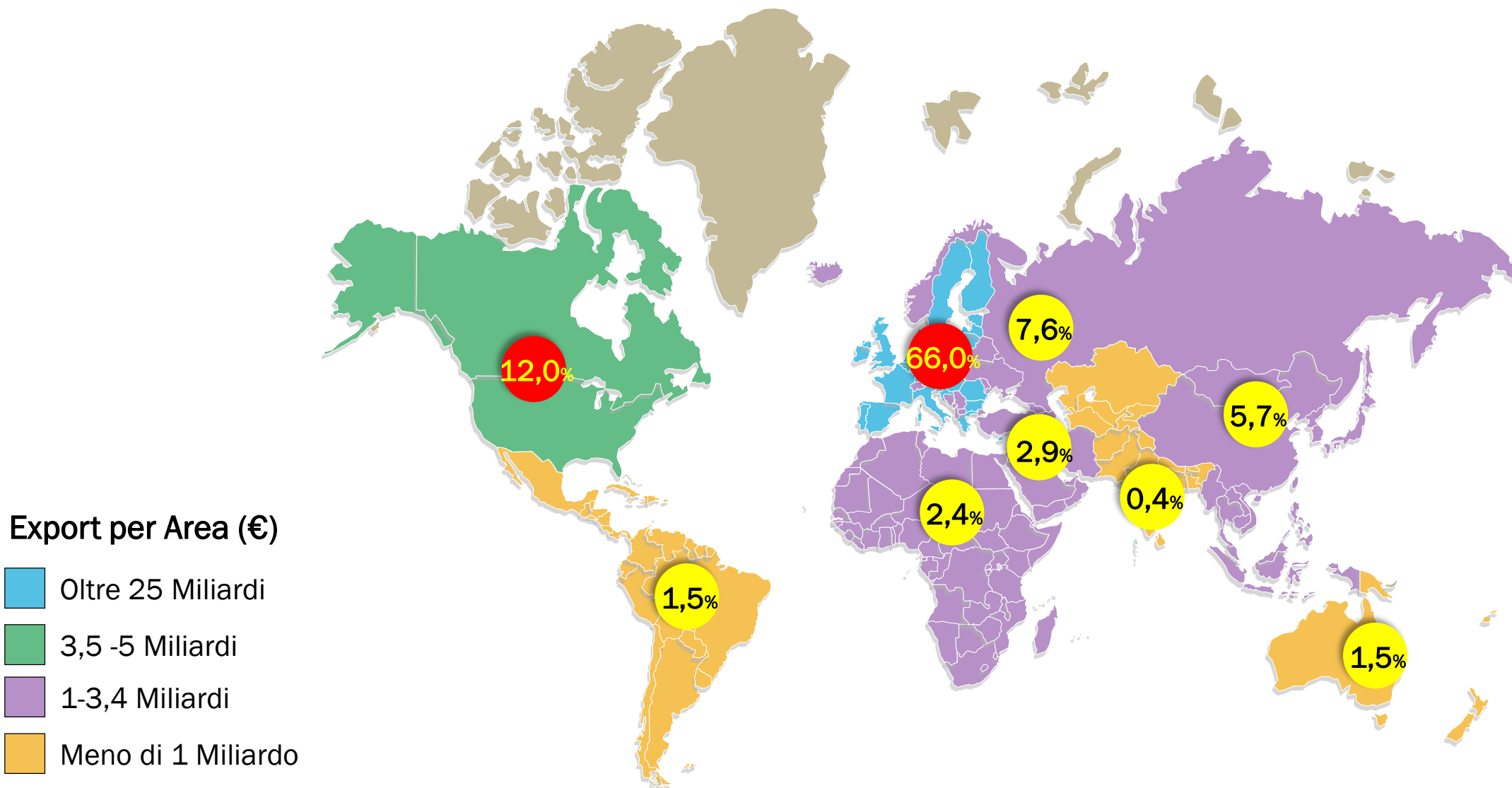
Variazione valori 2017 vs 2007 e CAGR 17/12



Export A/A 2017 (Mrd €)

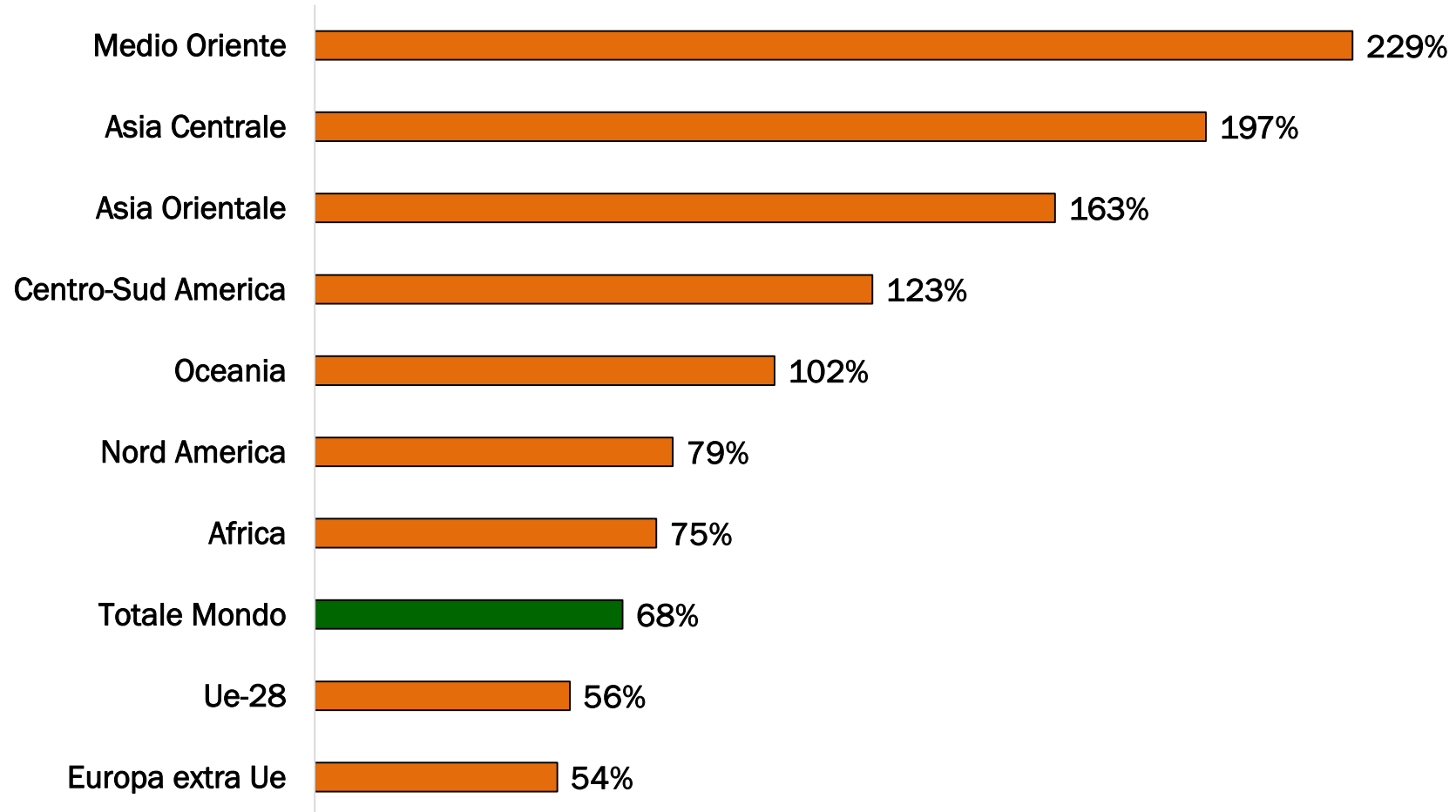


IL NOSTRO EXPORT E' «GEOGRAFICAMENTE» CONCENTRATO NEI MERCATI DI PROSSIMITA'...



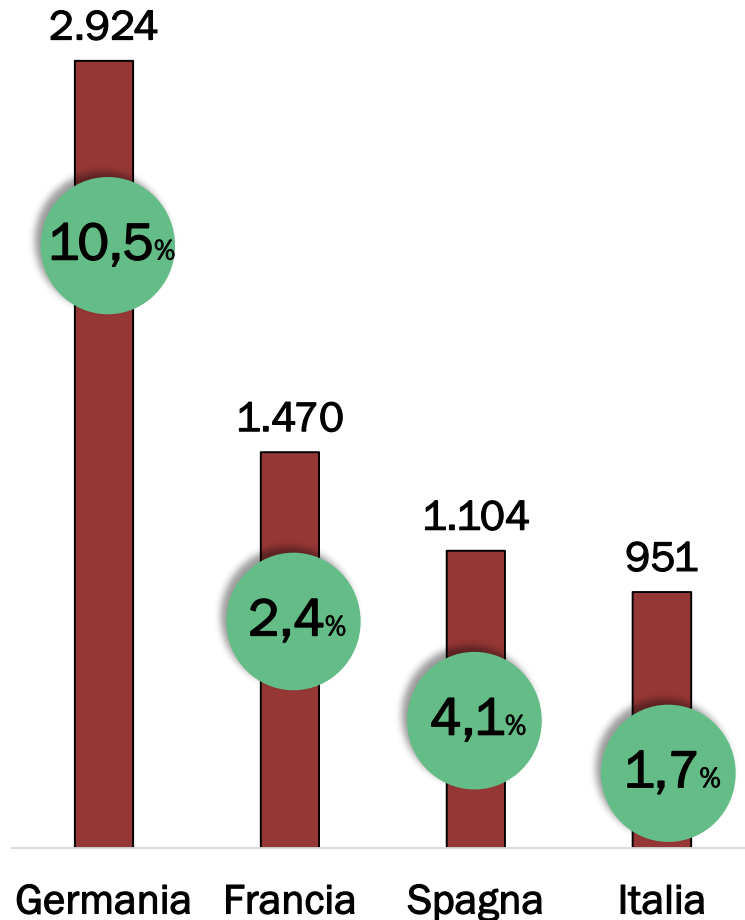
ANCHE SE NEGLI ULTIMI ANNI LE CRESCITE PIU' ELEVATE SI RISCONTRANO NELLE ECONOMIE EMERGENTI

Variazione % export AgroAlimentare italiano 2017/07

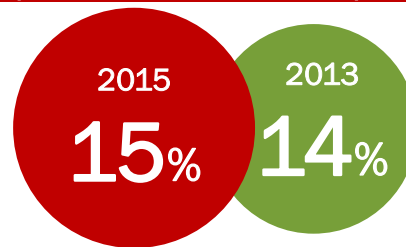


LA NOSTRA RIDOTTA PRESENZA SUI MERCATI ESTERI NON E' SOLAMENTE UNA QUESTIONE DI «ITALIAN SOUNDING»...

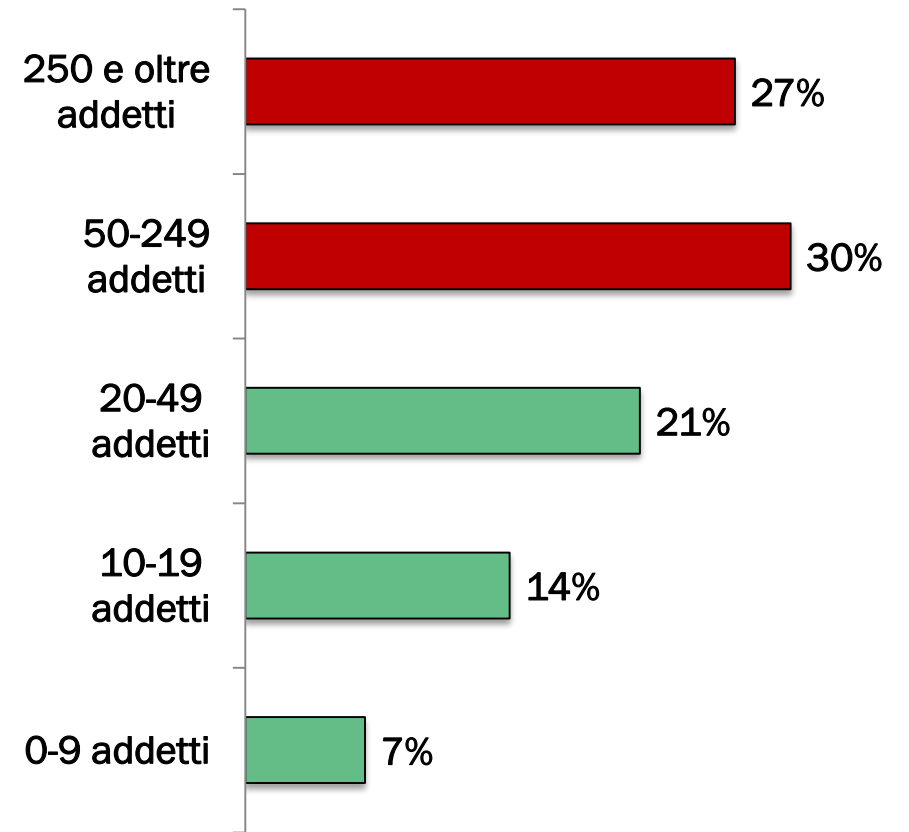
Imprese con oltre 50 addetti
(nr. e % sul totale)



Imprese esportatrici
(% sul totale F&B)

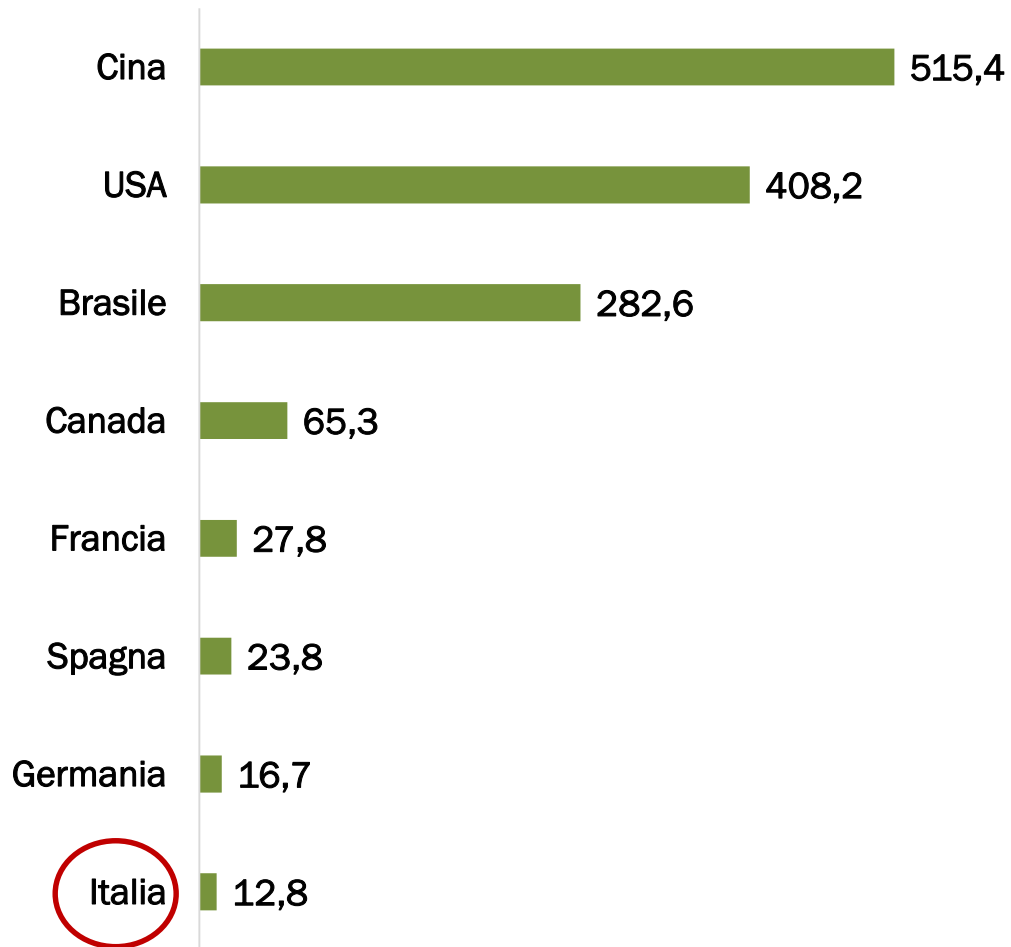


Propensione all'export per classe dimensionale
Industria Alimentare Italia

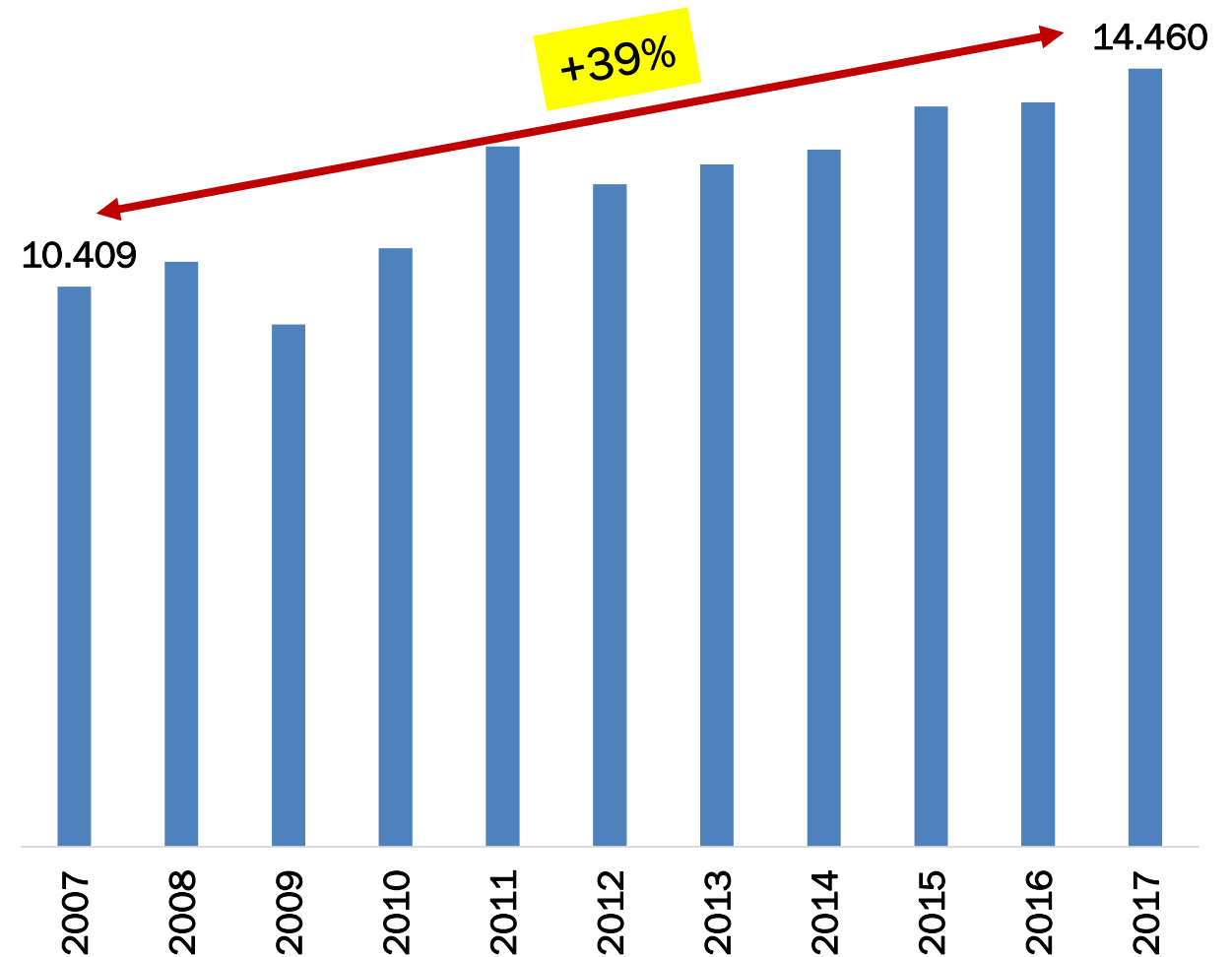


II NOSTRO TARGET NON PUO' ESSERE IL «MASS MARKET»

Superficie agricola nei top player globali
(Milioni di ettari)



Import in Italia di prodotti agricoli*
(Milioni di euro)

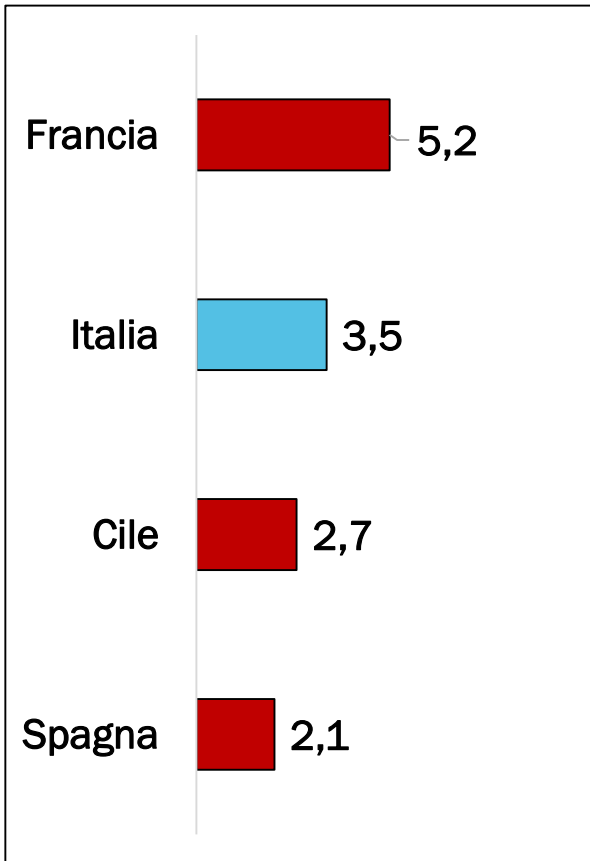


* agricoltura, silvicoltura e pesca

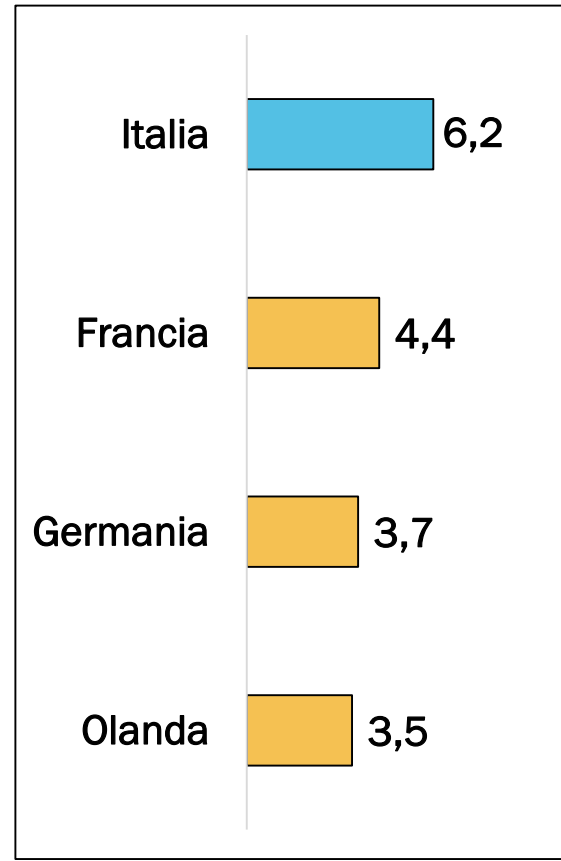
...ANCHE ALLA LUCE DEL PREZZO MEDIO CHE RIFLETTE UNA MIGLIOR QUALITA' MA ANCHE MAGGIORI COSTI DI PRODUZIONE

Prezzo medio export (€/kg - 2017)

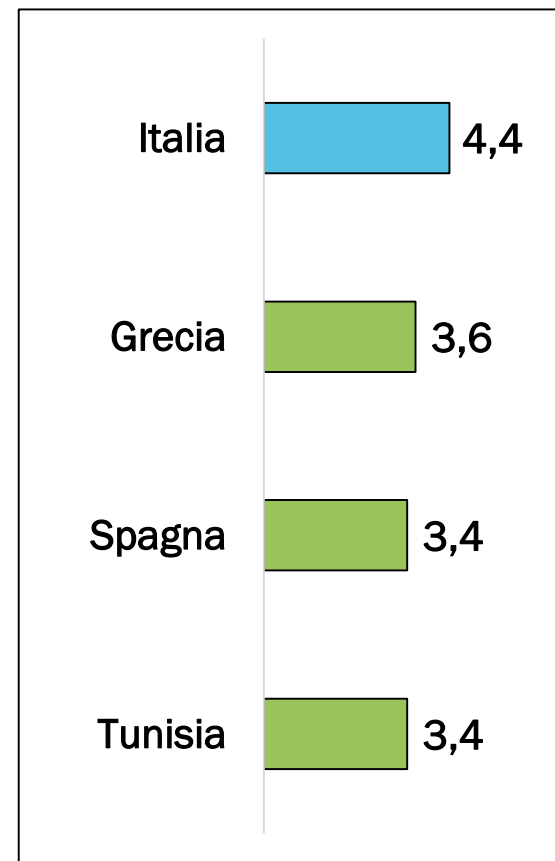
VINO*



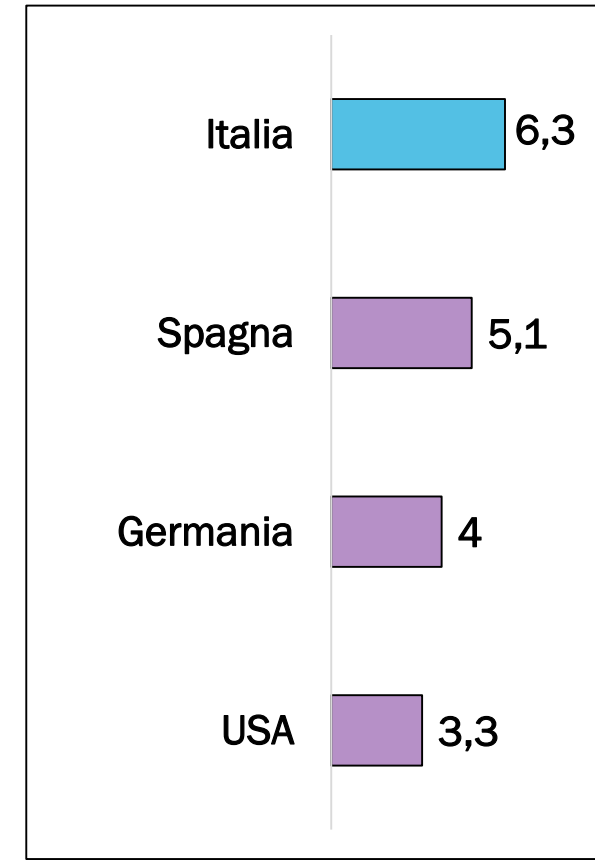
FORMAGGI



OLIO D'OLIVA



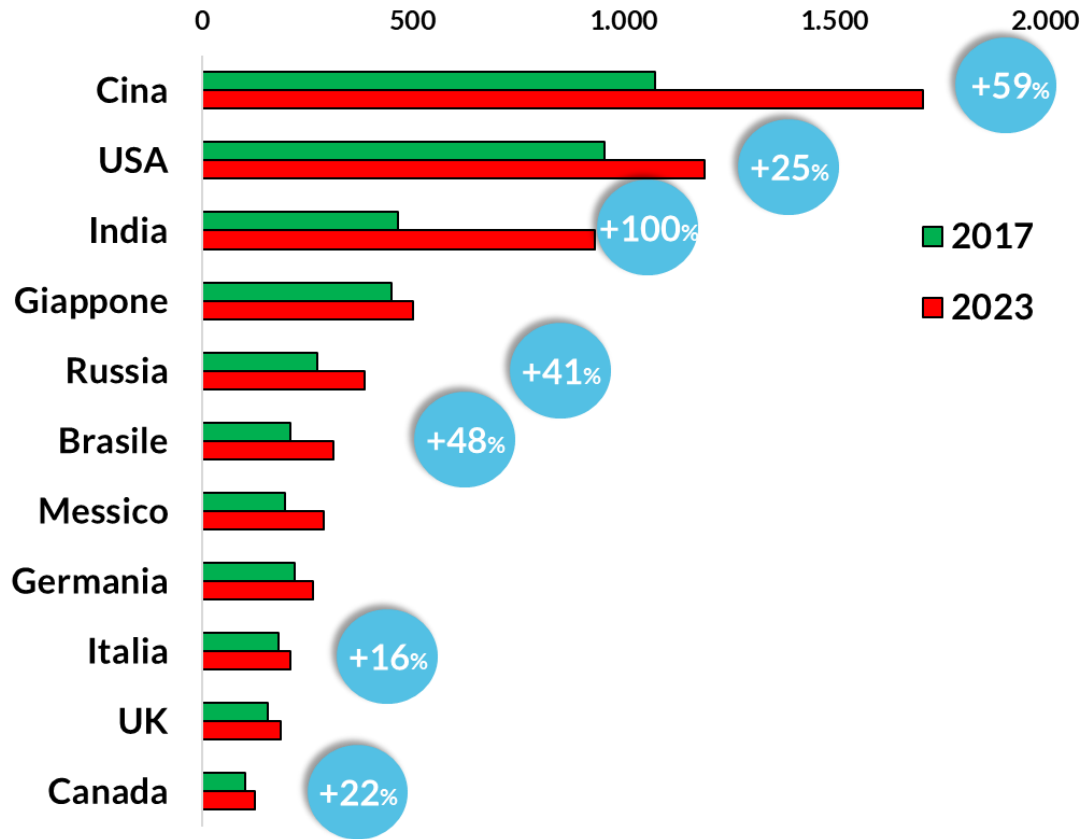
SALUMI



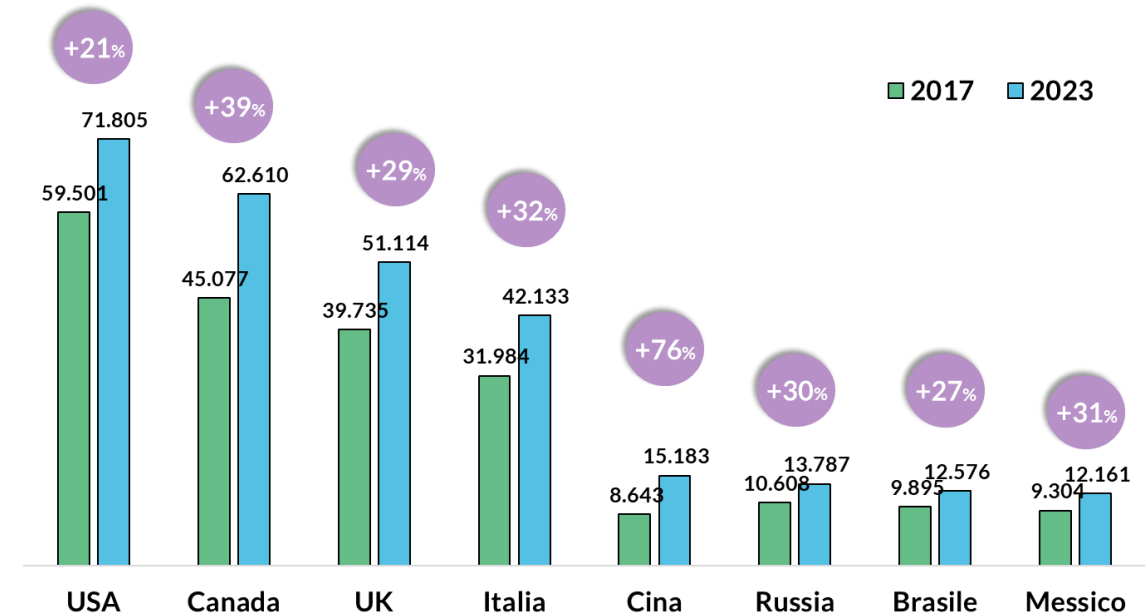
* €/litro - vini fermi imbottigliati

PER IL NOSTRO EXPORT, CONTA PIU' LA CRESCITA DEI REDDITI CHE DELLA POPOLAZIONE...

Trend consumi F&B (Mrd \$ - valori correnti)

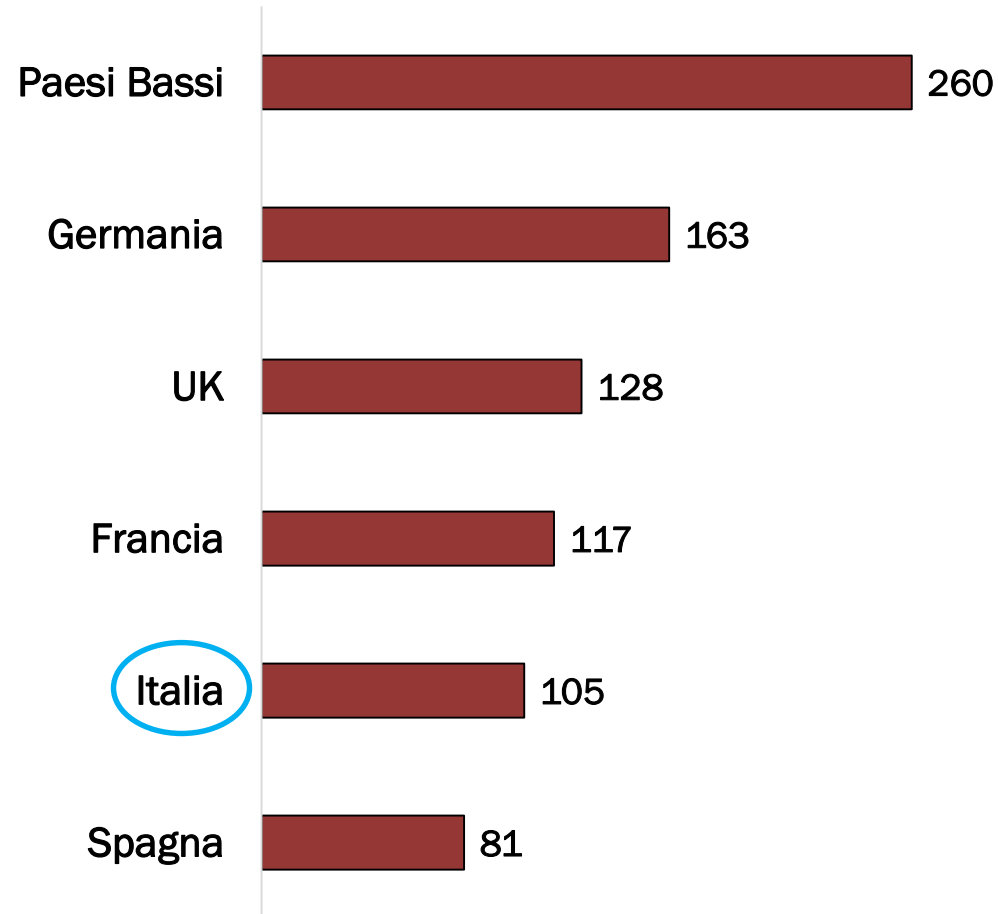


Trend PIL pro capite (\$, valori correnti)

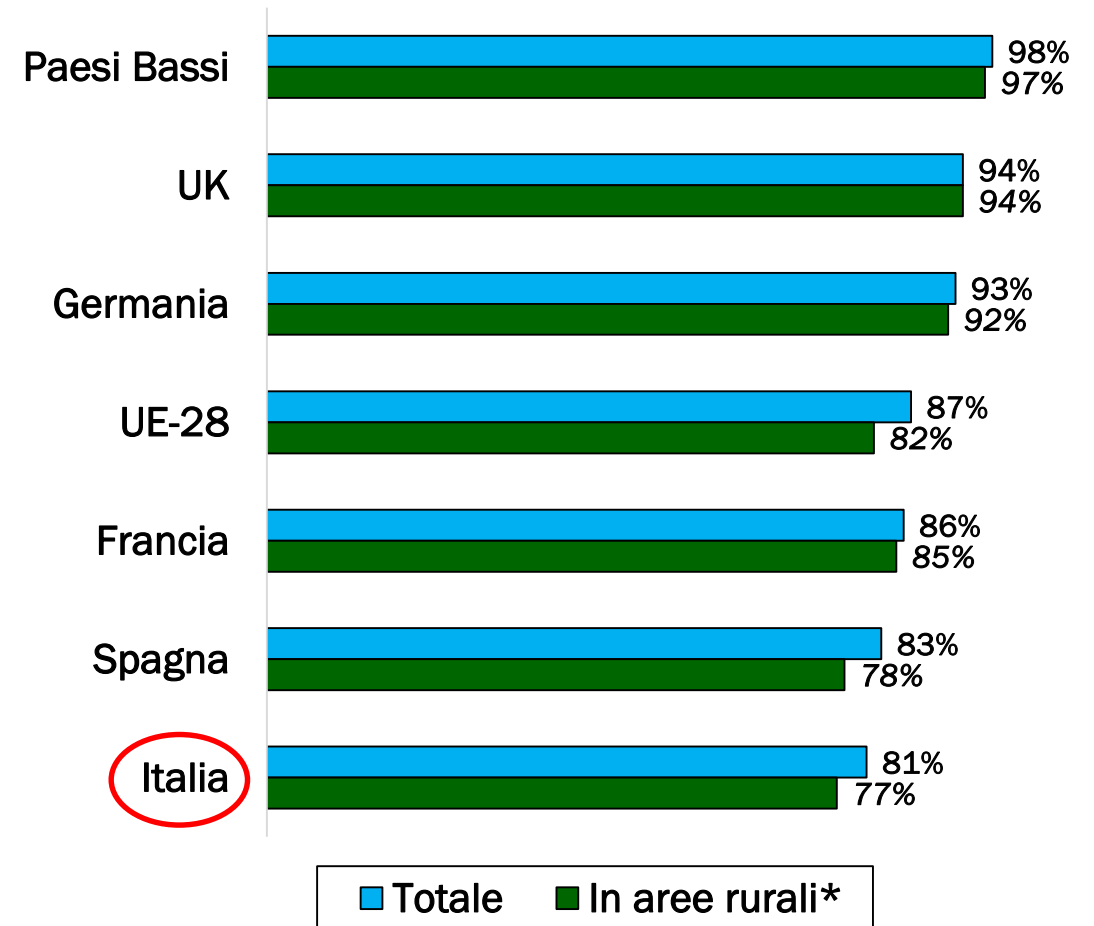


DIVENTA QUINDI FONDAMENTALE L'ORGANIZZAZIONE E LA CAPACITA' COMMERCIALE (NELLE IMPRESE) E LA DOTAZIONE INFRASTRUTTURALE E TECNOLOGICA (NEL PAESE)

Indice normalizzato di dotazione infrastrutturale (rete viaria)



Infrastrutture digitali: accesso a Internet (% famiglie)

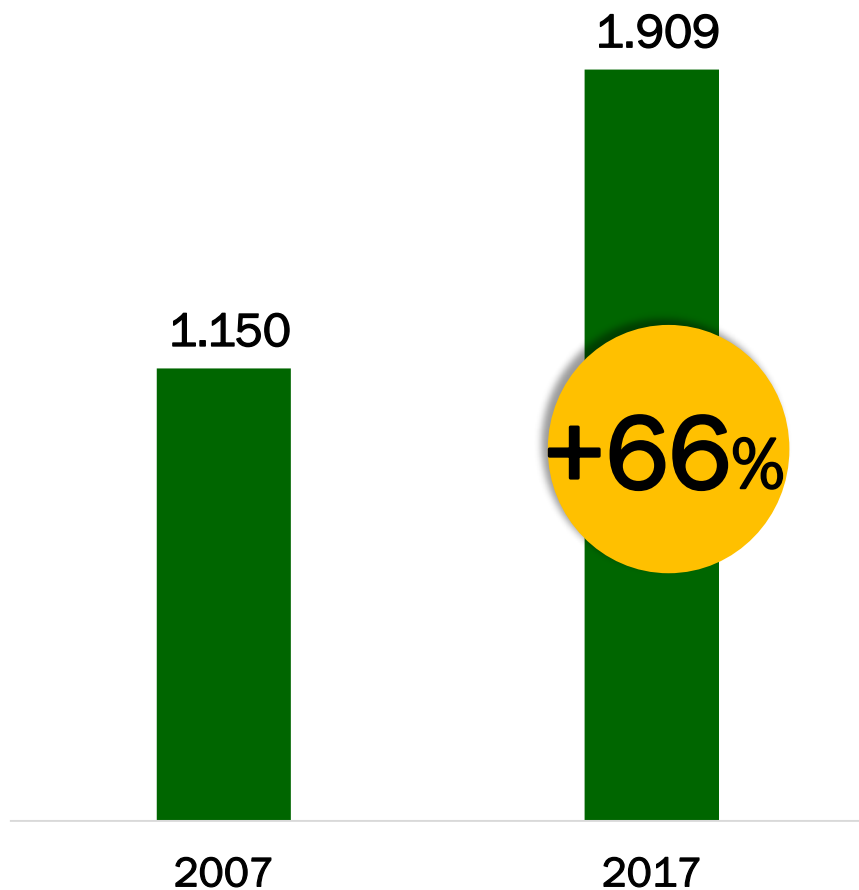


■ Totale ■ In aree rurali*

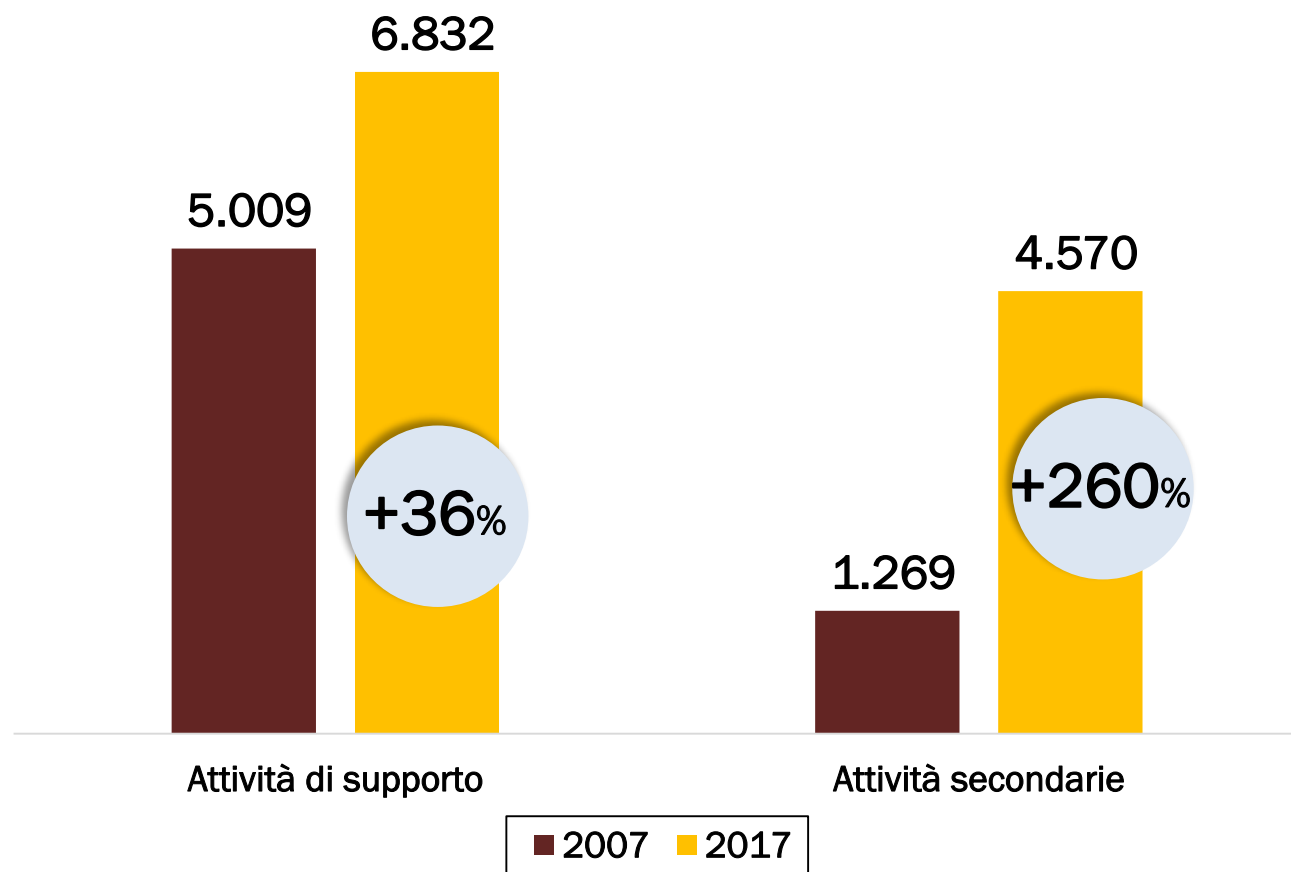
* in aree scarsamente popolate (meno di 100 abitanti per kmq). Fonte: Eurostat

UTILIZZANDO L'INNOVAZIONE PER COGLIERE LE OPPORTUNITA' DI MERCATO

SAU Biologica in Italia
(.000 ettari)



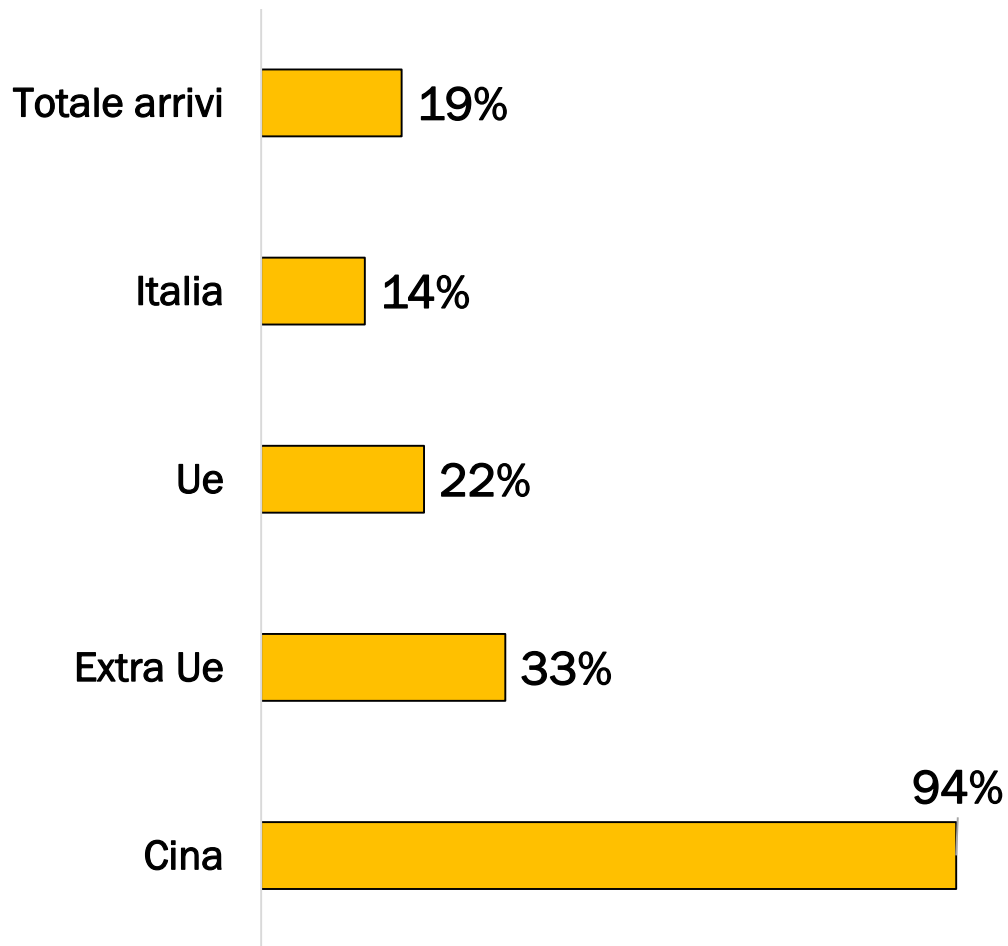
Valore delle attività di supporto e secondarie*
(Milioni €)



* Supporto: contoterzismo, trasformazione prodotti agricoli; Secondarie: produzione di energia rinnovabile, agriturismo, manutenzione parchi e giardini

SENZA DIMENTICARE LE ALTRE LEVE STRATEGICHE CHE POSSONO FAR CRESCERE IL «MADE IN ITALY» NEL MONDO

Variatione degli arrivi di turisti in Italia
2017 vs 2012 (per provenienza)



% di consumatori di F&B italiano
(ultimo anno, su tot pop)



82%



96%



79%



98%

% di consumatori di salumi italiani
(ultimo anno)



55%



77%



36%



48%

% di consumatori di F&B italiano che sono stati in Italia nell'ultimo anno

% di consumatori di salumi italiani che sono stati in Italia nell'ultimo anno

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!



DENIS PANTINI

Direttore
Area Agroalimentare
Nomisma spa
denis.pantini@nomisma.it
051 6483188
www.agrifoodmonitor.it

Denis Pantini