

**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%



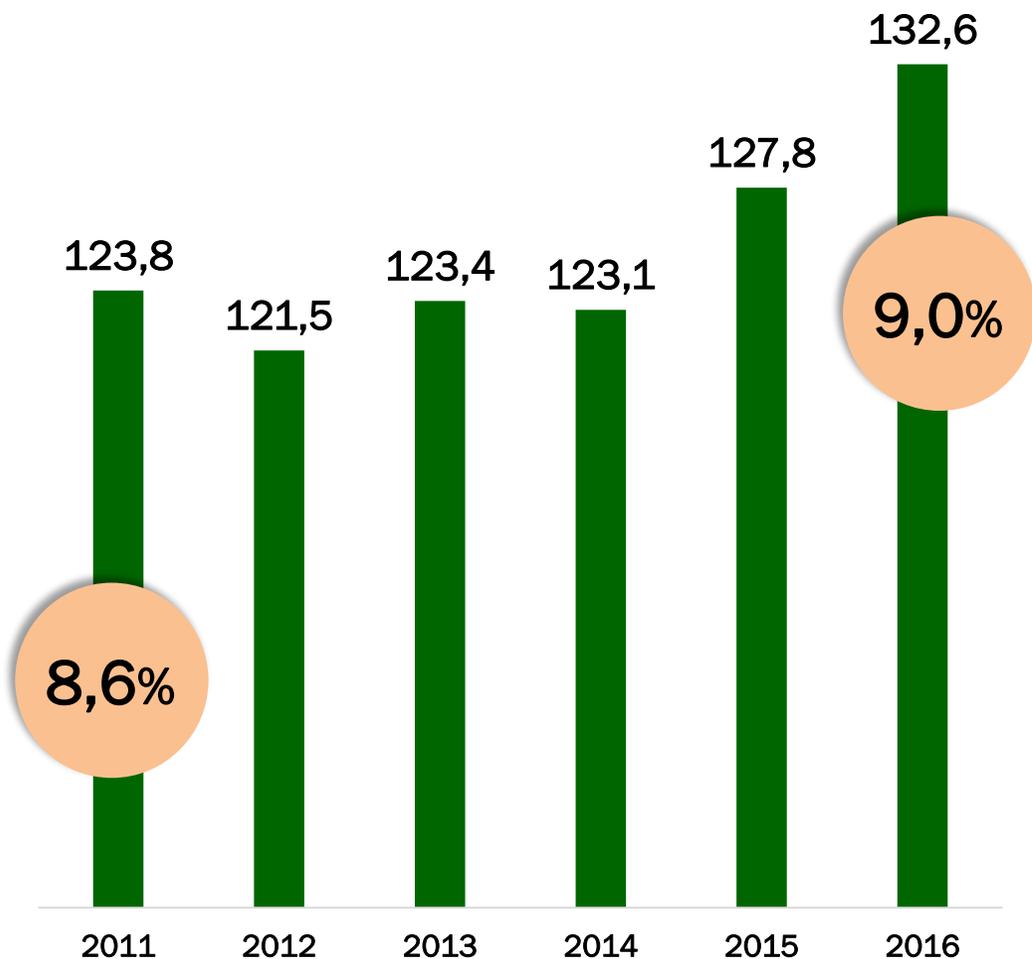
**Val Agg**  
133 Mrd €  
9%



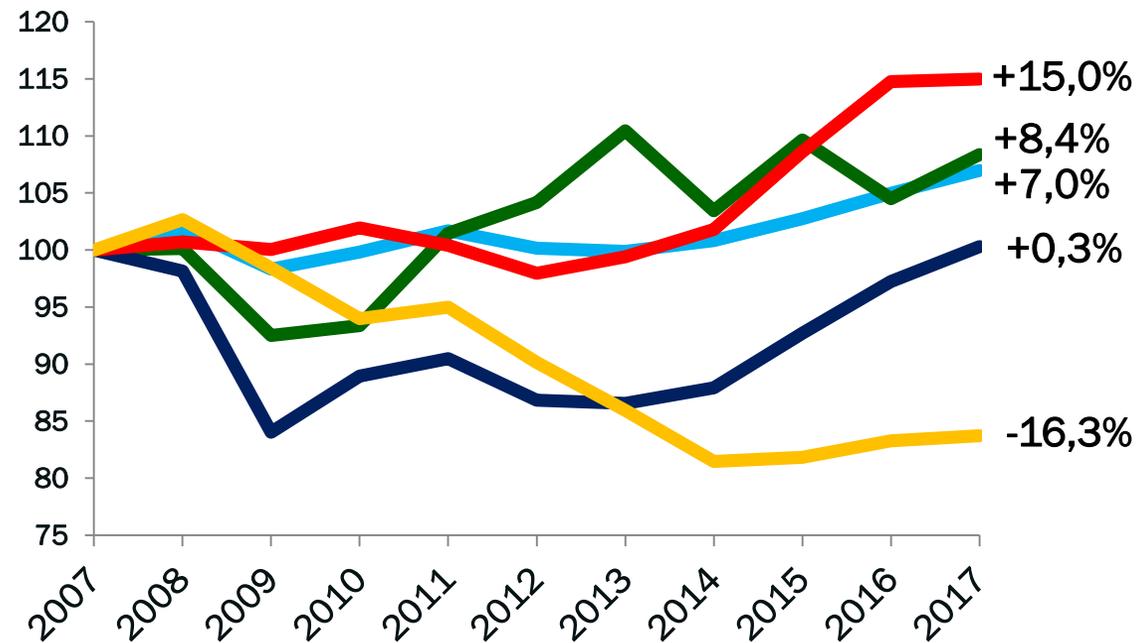
\*agricoltura, industria alimentare, distribuzione ingrosso e dettaglio, ristorazione. \*\* imprese attive Registri CCIAA;

# LA FILIERA HA PRODOTTO VALORE, ANCHE IN TEMPO DI CRISI

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



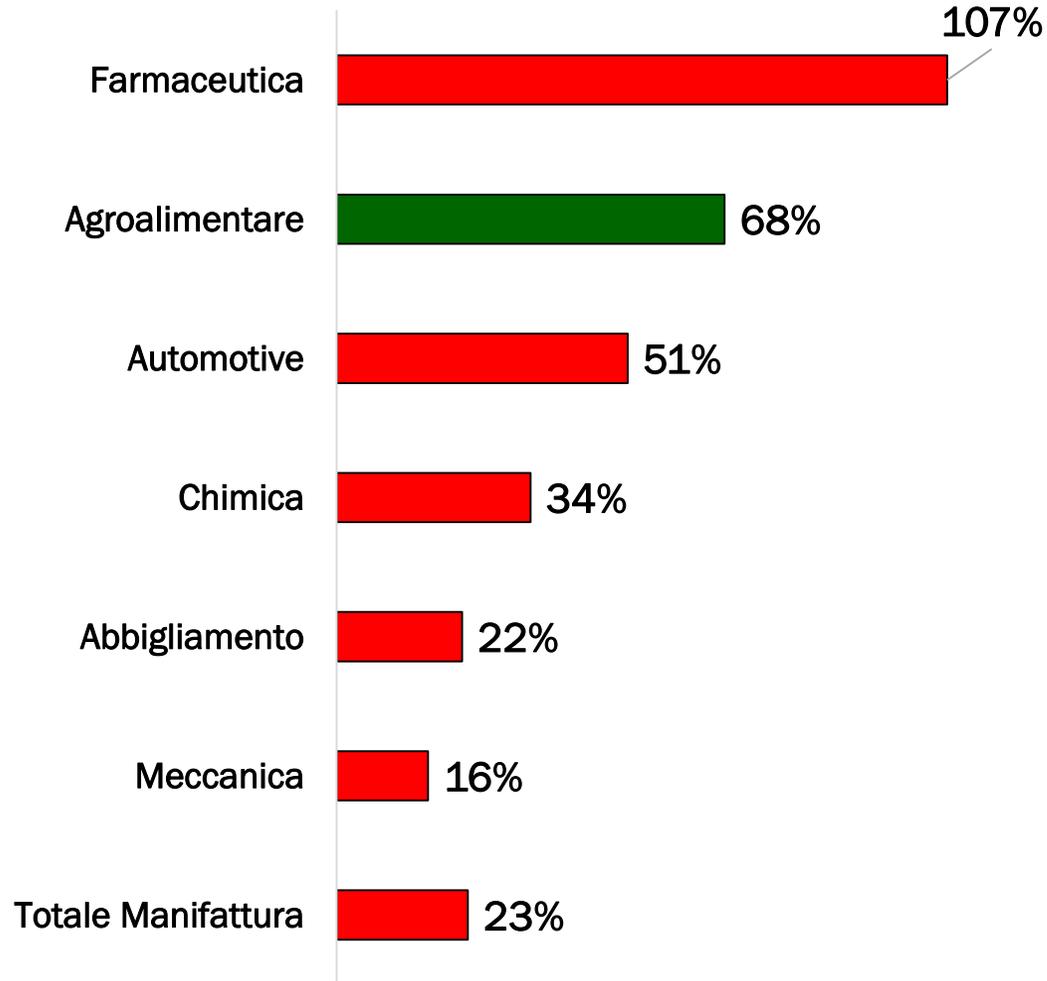
Valore aggiunto top settori economia  
(valori correnti 2007= 100)



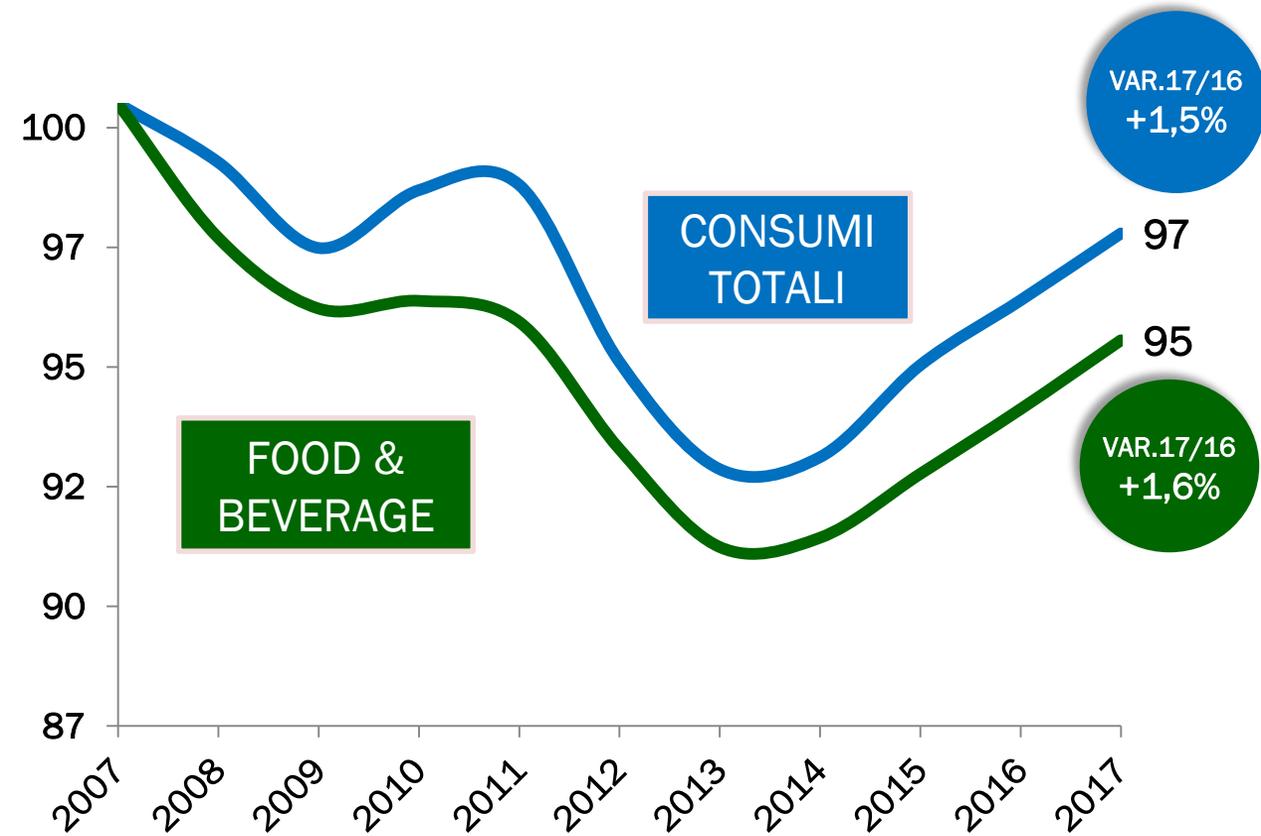
- Totale economia
- Totale Manifatturiero
- Costruzioni
- Agricoltura
- Industria alimentare

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

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

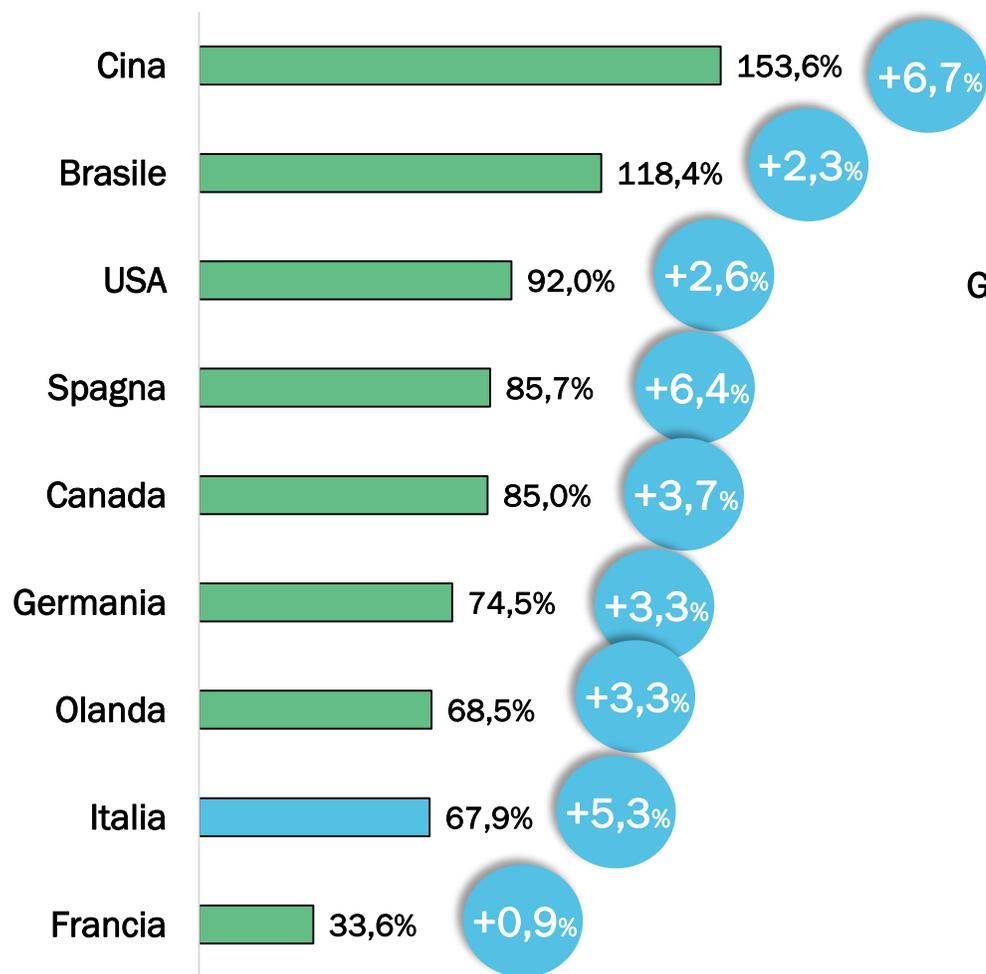


Trend consumi in Italia  
(valori costanti, 2007=100)

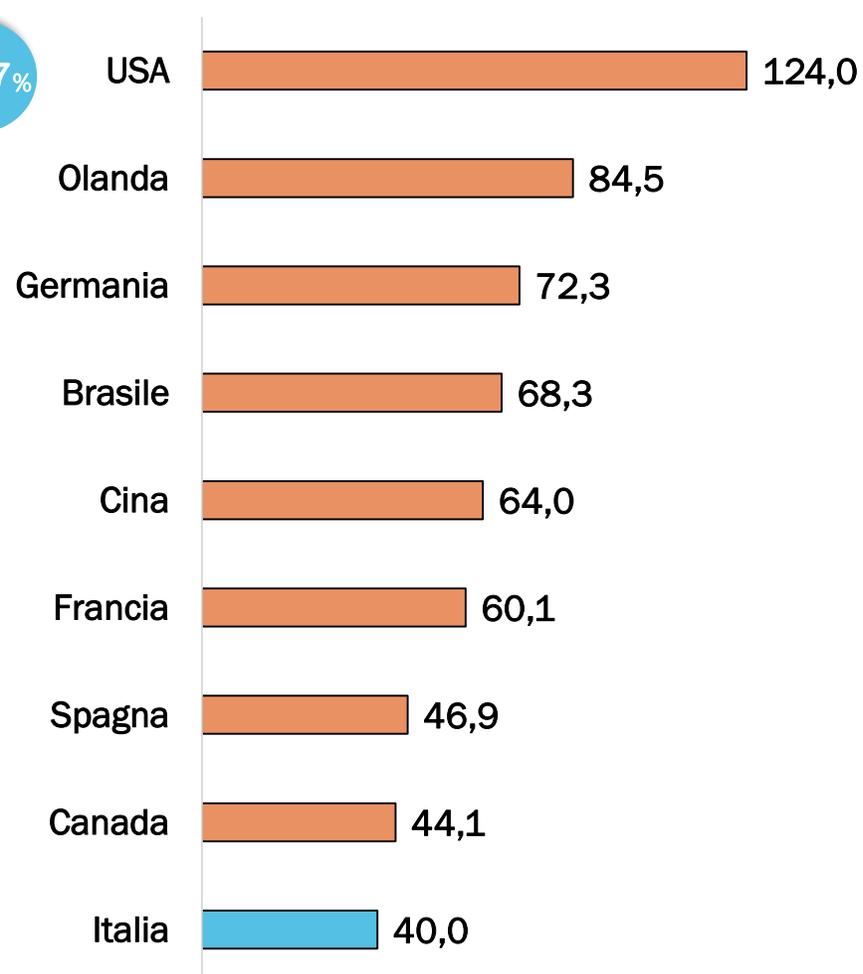


# L'EXPORT CRESCE MA LA DISTANZA CON I COMPETITOR RESTA AMPIA

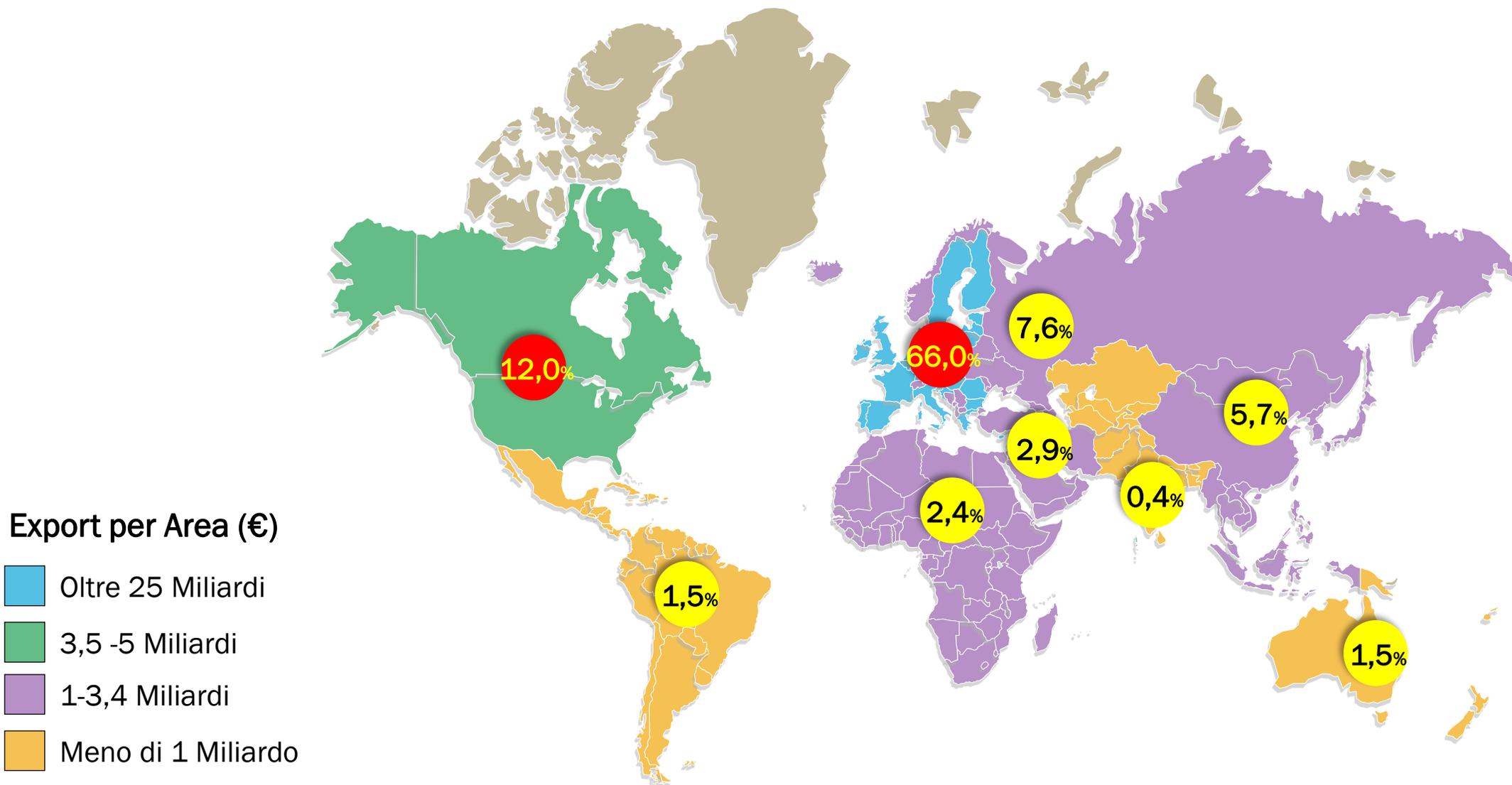
Variazione valori 2017 vs 2007 e  
CAGR 17/12



Export A/A 2017 (Mrd €)

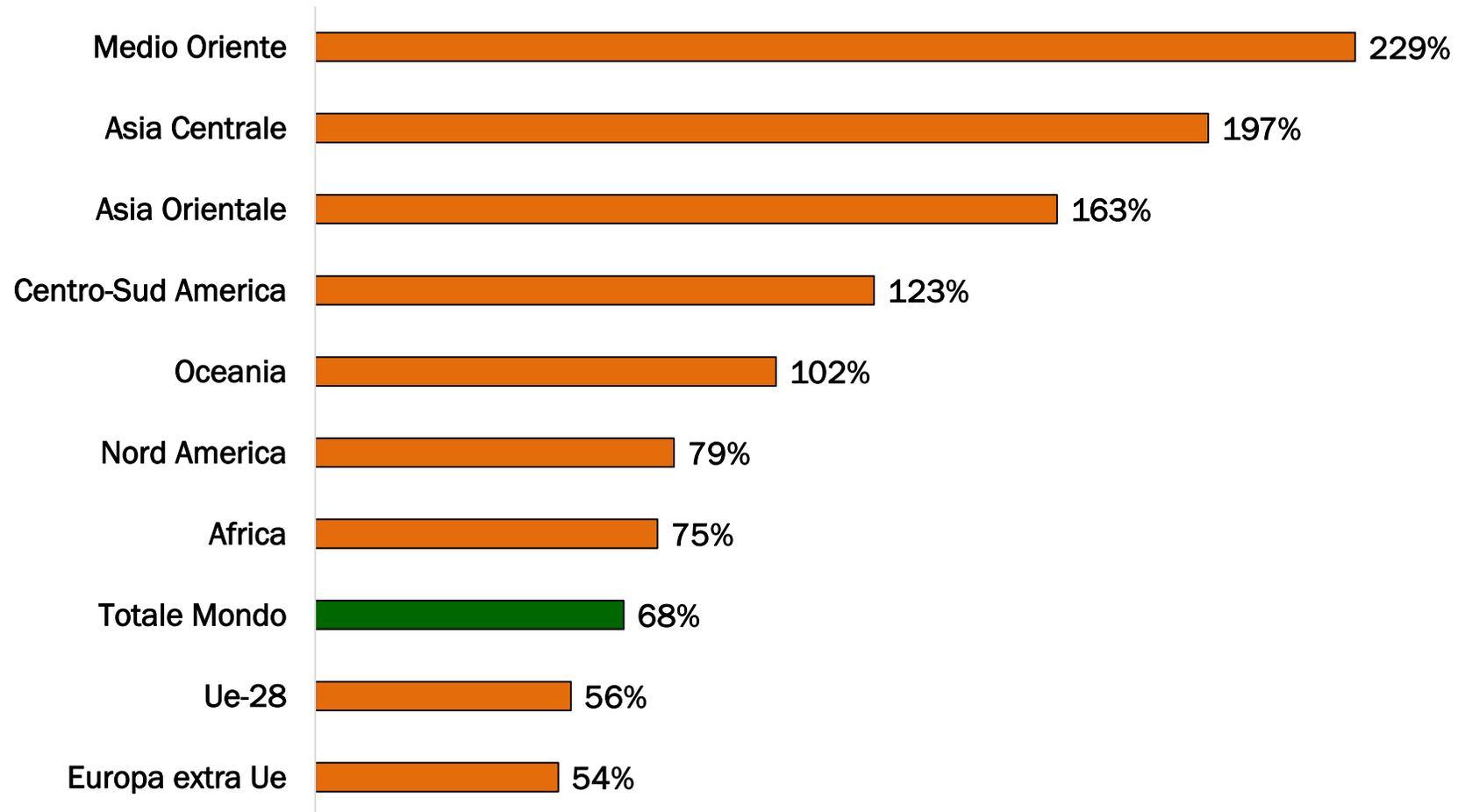


# IL NOSTRO EXPORT E' «GEOGRAFICAMENTE» CONCENTRATO NEI MERCATI DI PROSSIMITA'...



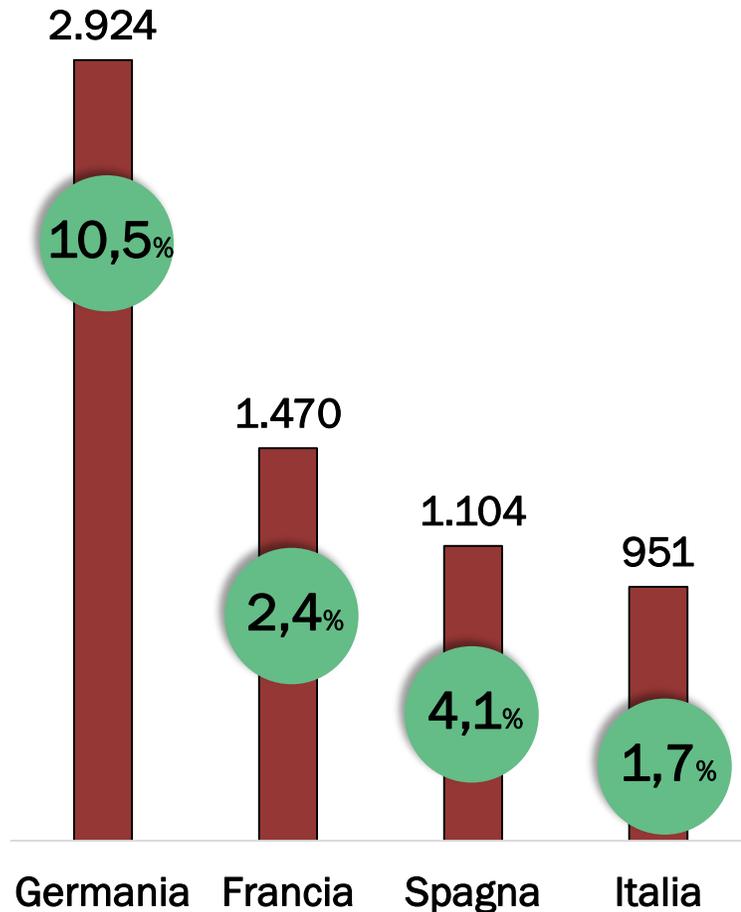
# ANCHE SE NEGLI ULTIMI ANNI LE CRESCITE PIU' ELEVATE SI RISCOVTRANO NELLE ECONOMIE EMERGENTI

Variazione % export AgroAlimentare italiano 2017/07

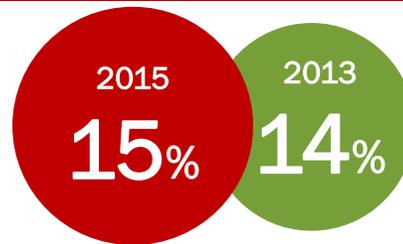


# LA NOSTRA RIDOTTA PRESENZA SUI MERCATI ESTERI NON E' SOLAMENTE UNA QUESTIONE DI «ITALIAN SOUNDING»...

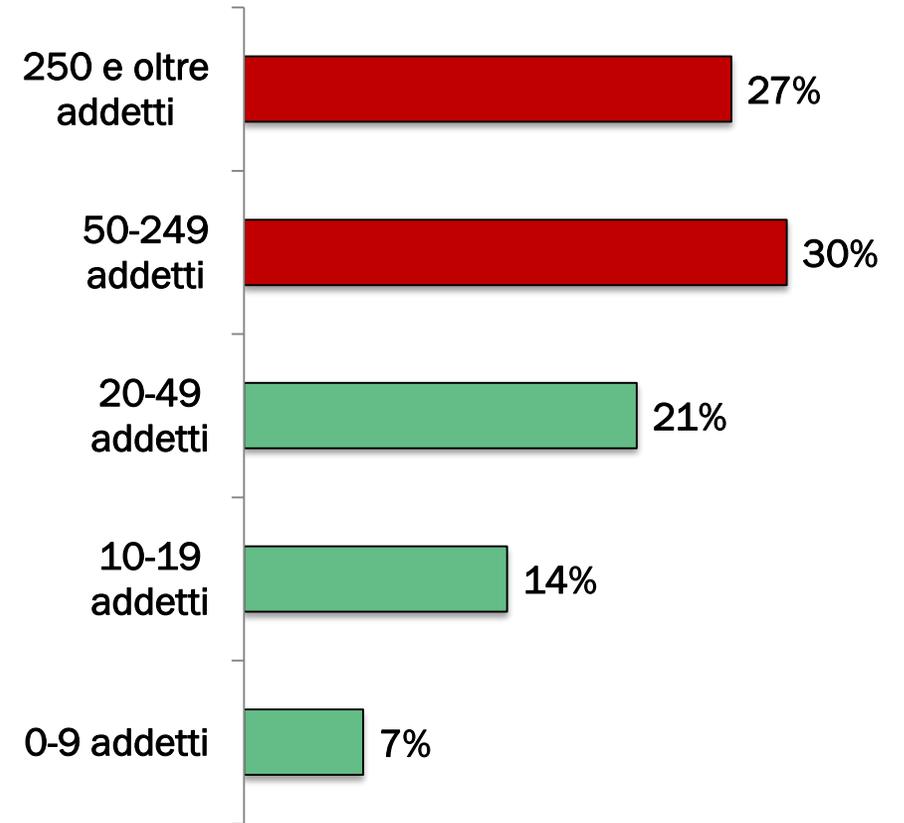
Imprese con oltre 50 addetti  
(nr. e % sul totale)



Imprese esportatrici  
(% sul totale F&B)

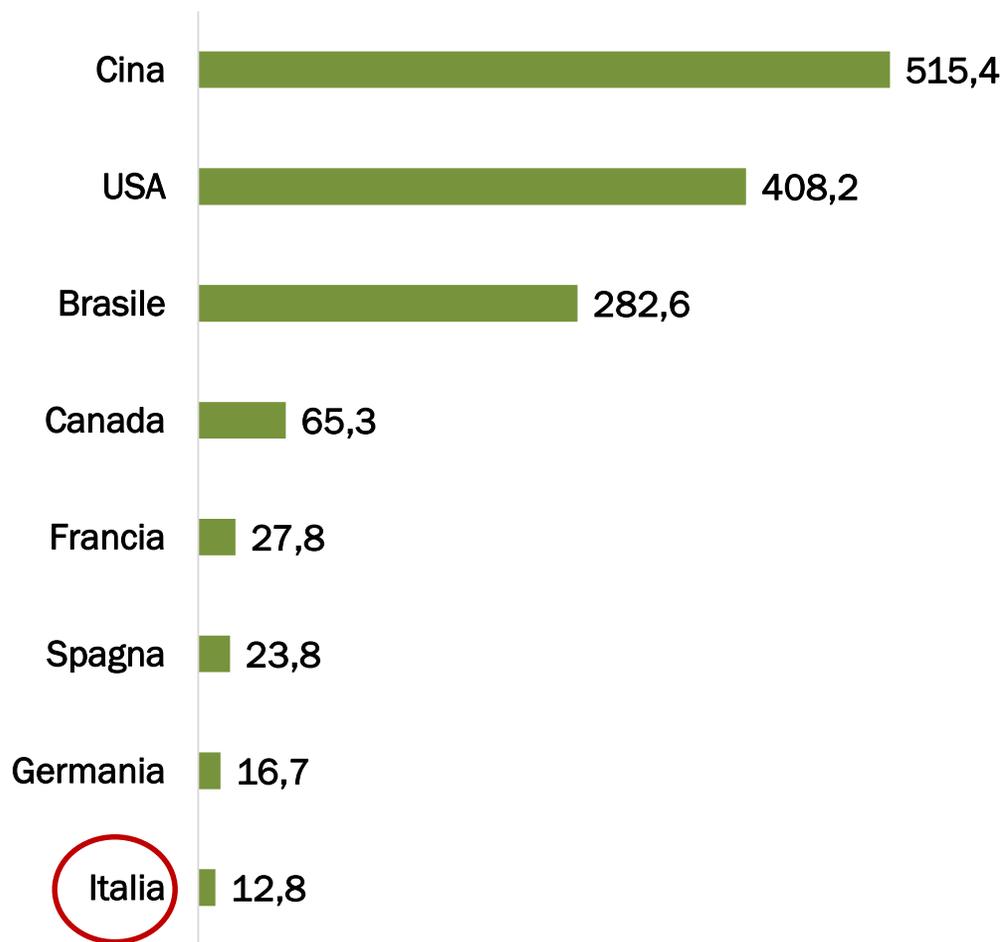


Propensione all'export per classe dimensionale  
Industria Alimentare Italia

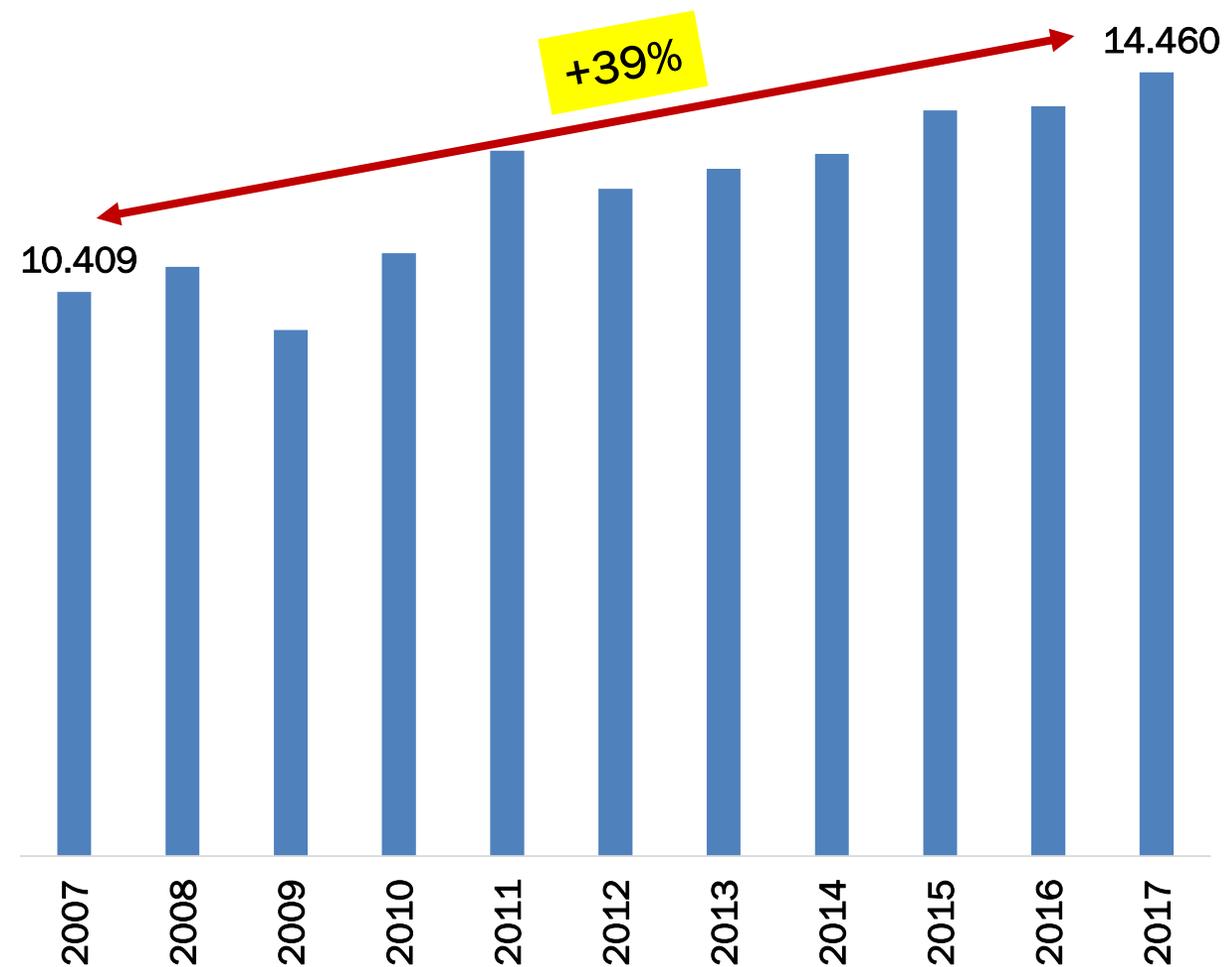


# II NOSTRO TARGET NON PUO' ESSERE IL «MASS MARKET»

## Superficie agricola nei top player globali (Milioni di ettari)



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

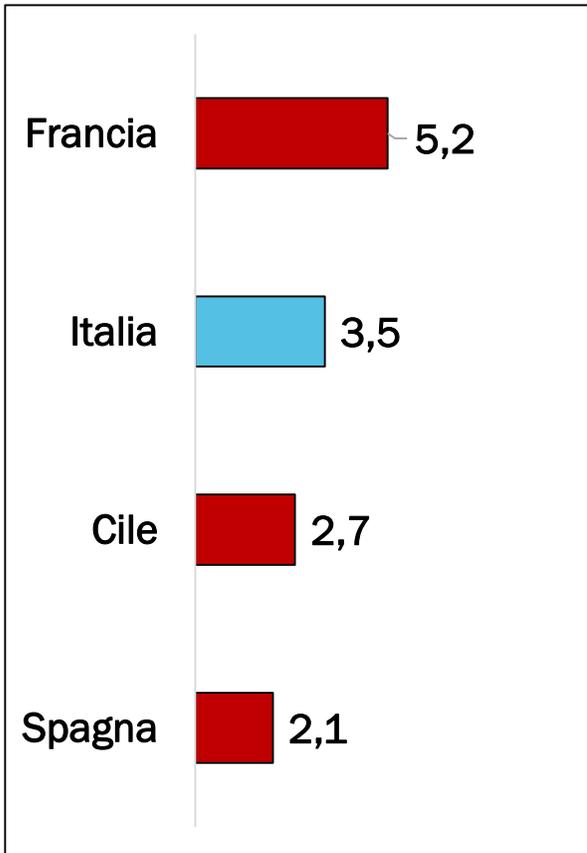


\* agricoltura, silvicoltura e pesca

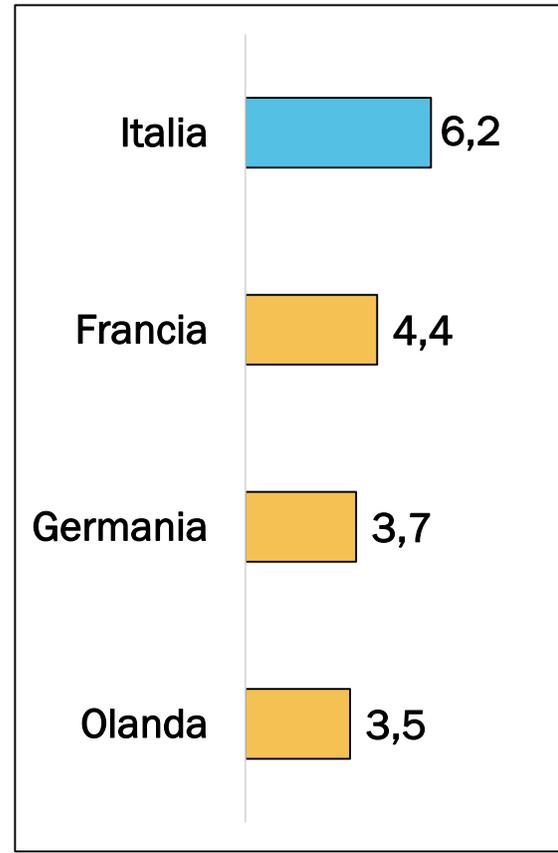
# ...ANCHE ALLA LUCE DEL PREZZO MEDIO CHE RIFLETTE UNA MIGLIOR QUALITA' MA ANCHE MAGGIORI COSTI DI PRODUZIONE

Prezzo medio export (€/kg - 2017)

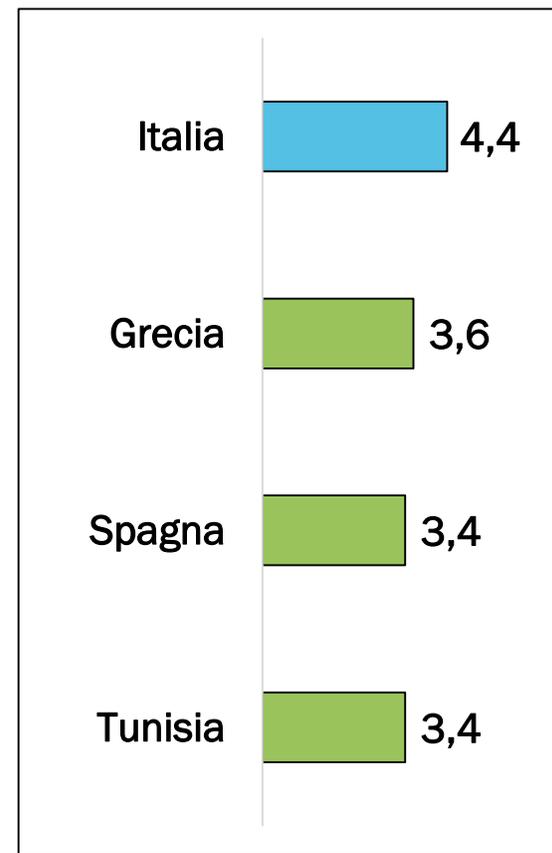
## VINO\*



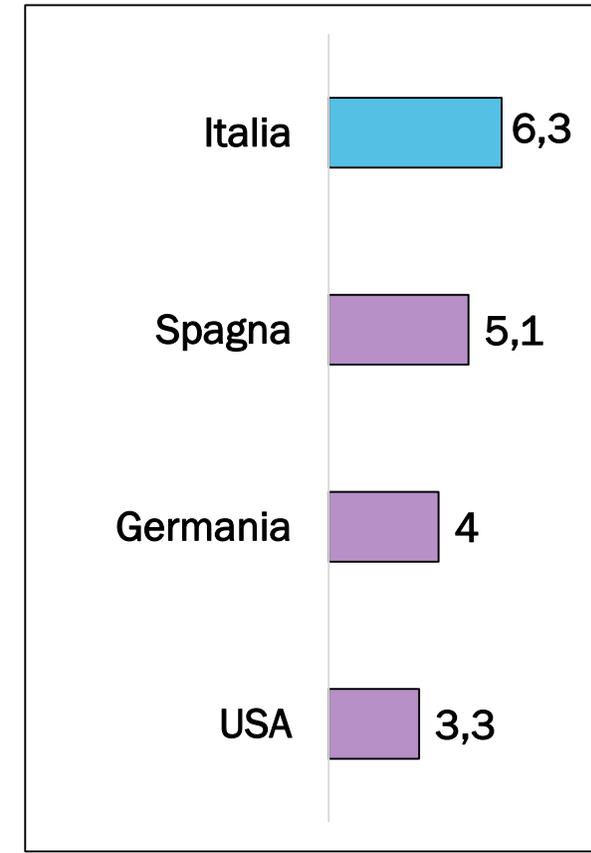
## FORMAGGI



## OLIO D'OLIVA



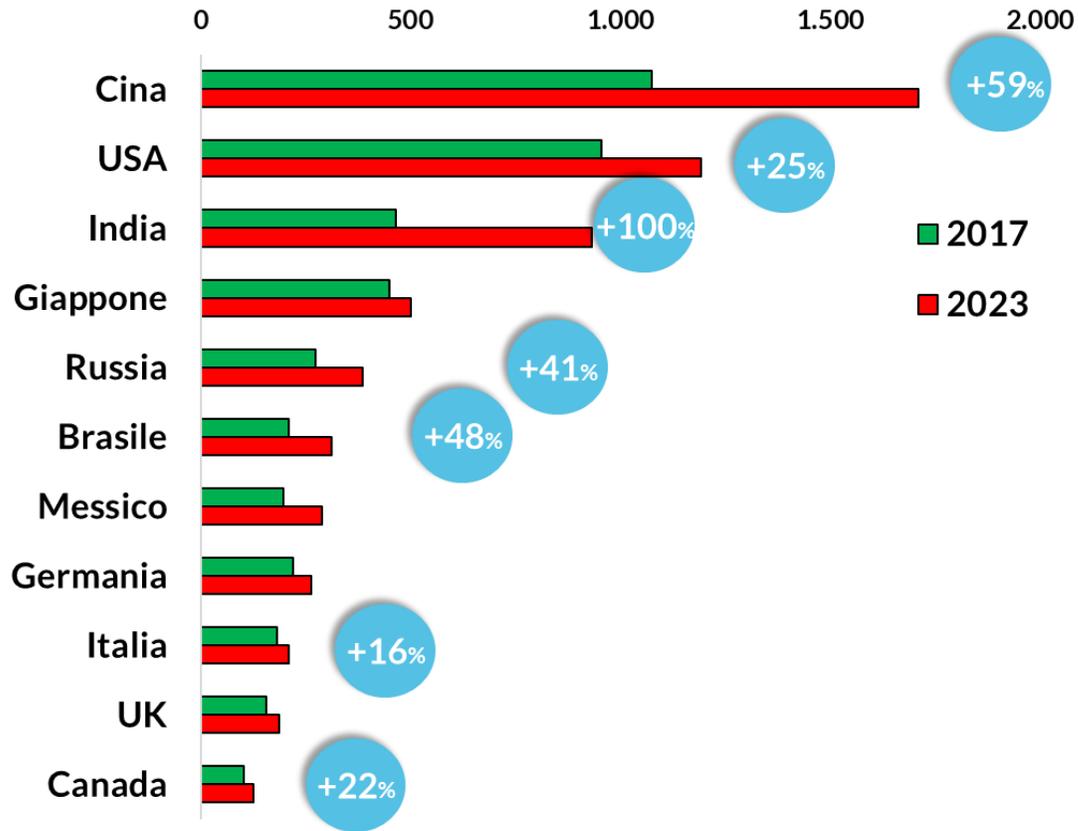
## SALUMI



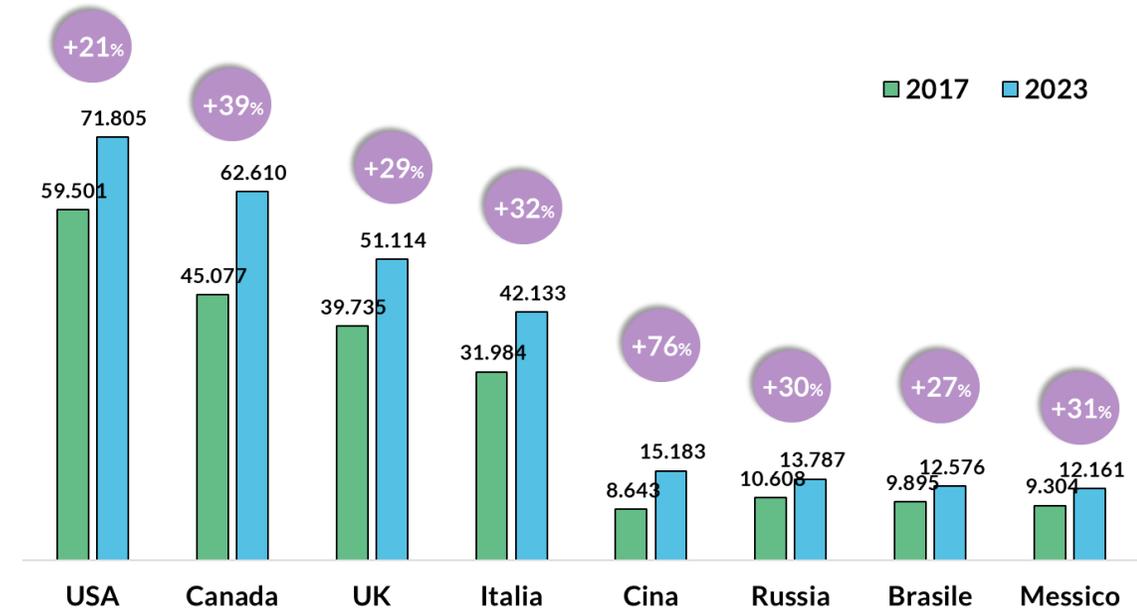
\* €/litro - vini fermi imbottigliati

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

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

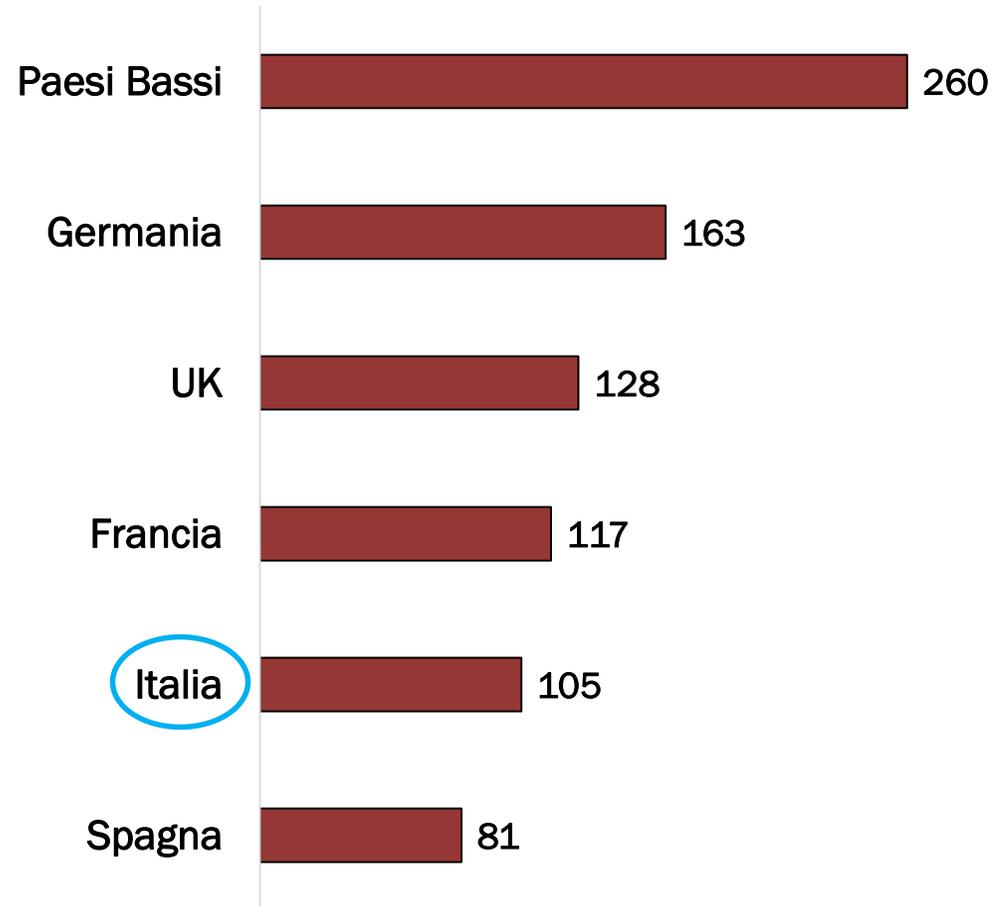


## Trend PIL pro capite (\$, valori correnti)

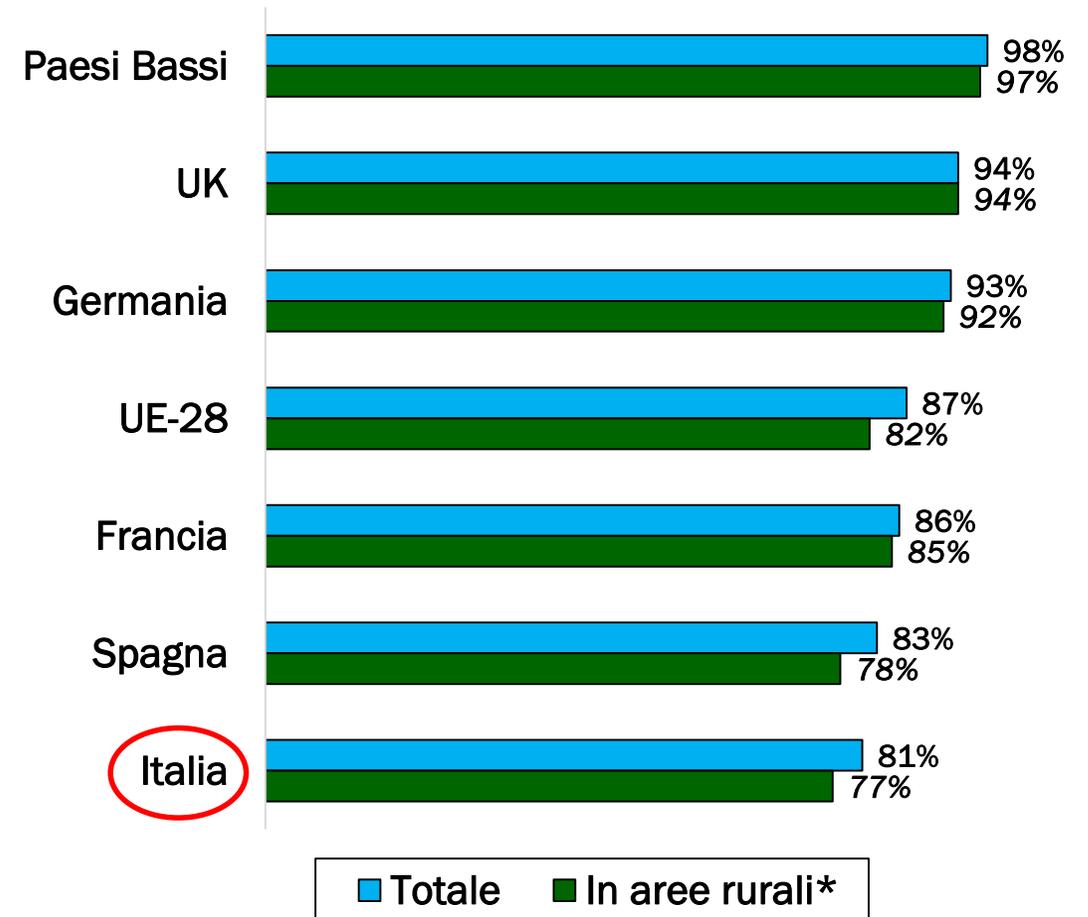


# DIVENTA QUINDI FONDAMENTALE L'ORGANIZZAZIONE E LA CAPACITA' COMMERCIALE (NELLE IMPRESE) E LA DOTAZIONE INFRASTRUTTURALE E TECNOLOGICA (NEL PAESE)

## Indice normalizzato di dotazione infrastrutturale (rete viaria)



## Infrastrutture digitali: accesso a Internet (% famiglie)

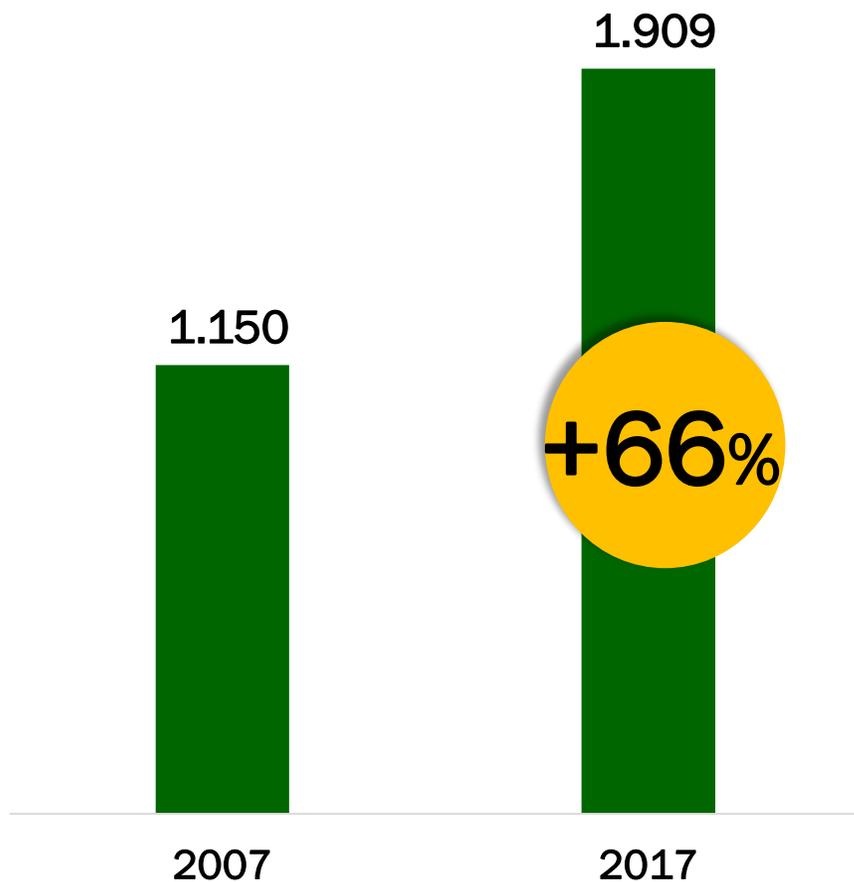


■ Totale ■ In aree rurali\*

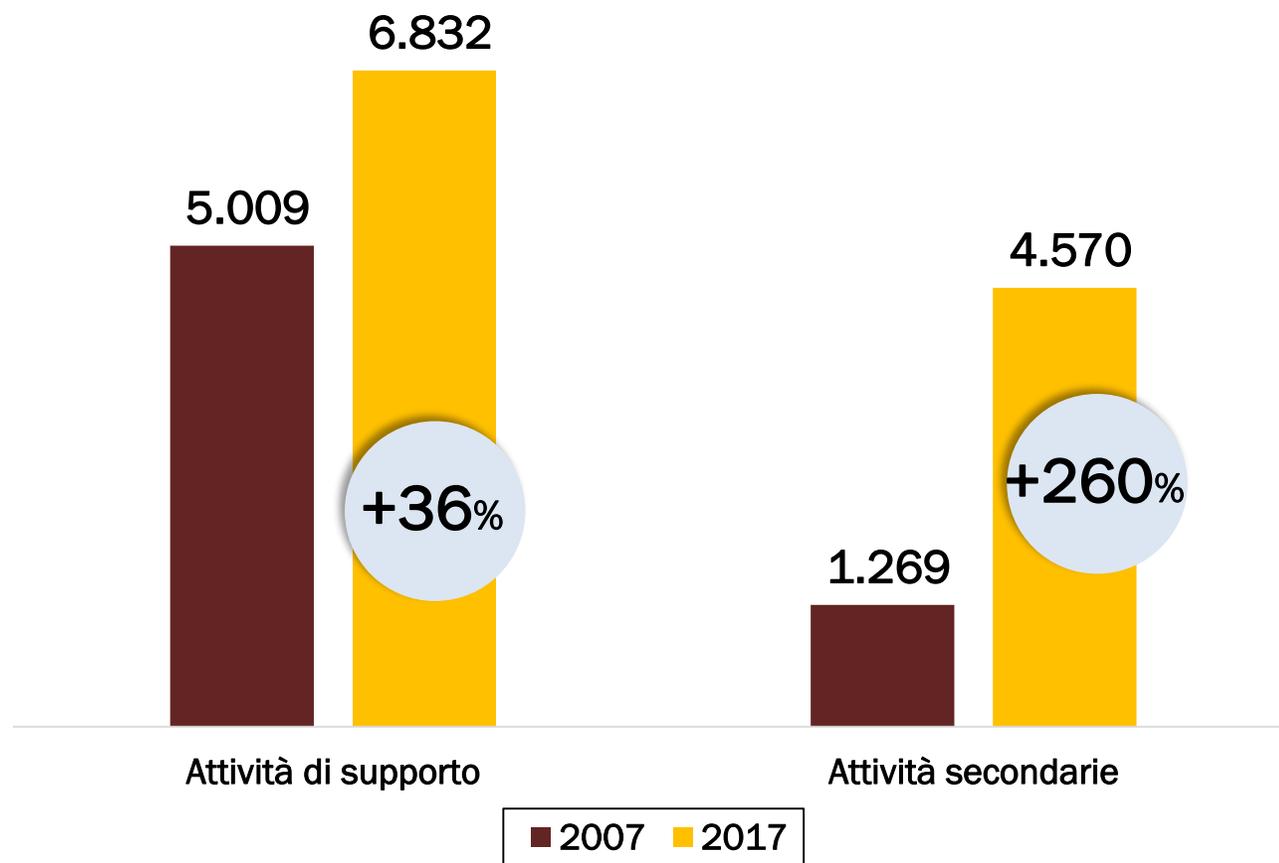
\* in aree scarsamente popolate (meno di 100 abitanti per kmq). Fonte: Eurostat

# UTILIZZANDO L'INNOVAZIONE PER COGLIERE LE OPPORTUNITA' DI MERCATO

SAU Biologica in Italia  
(.000 ettari)



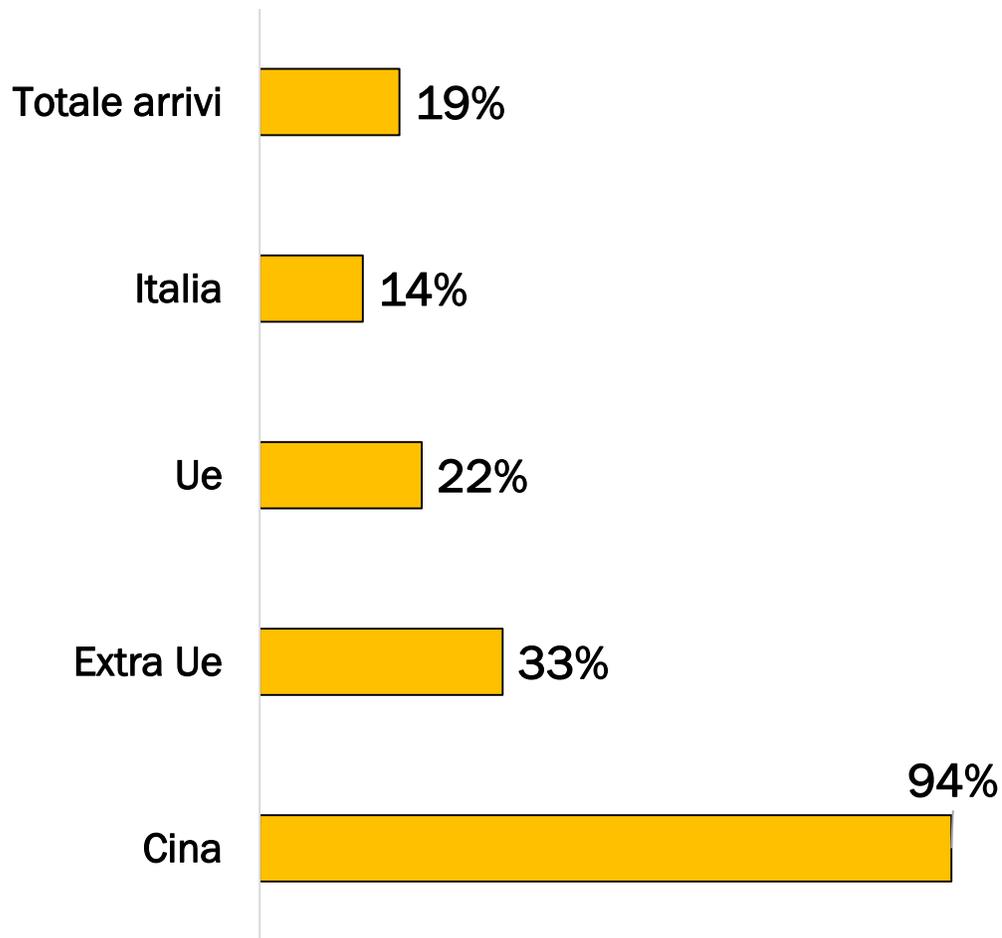
Valore delle attività di supporto e secondarie\*  
(Milioni €)



\* 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*