



Le Imprese agroalimentari, motore del made in Italy e protagonisti dell'export europeo
Milano, 28 giugno 2010

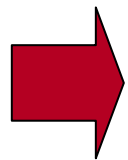
Agroalimentare e competitività europea: scenari per l'uscita dalla crisi

DENIS PANTINI
per



FOOD TREND
FOUNDATION

Le tematiche analizzate



Il ruolo dell'industria alimentare nell'economia italiana ed europea



Il posizionamento competitivo dell'industria alimentare italiana alla luce dei nuovi scenari evolutivi



Scenario e direttrici dello sviluppo: alcuni spunti di riflessione

Il quadro economico-strutturale

(2007/2008)

Industria alimentare *

ITALIA

UE

Imprese (nr.)

71.640

310.283

% Totale Manifatturiero

14,0%

13,4%

Fatturato (Mrd €)

965

119

% Totale Manifatturiero

11,0%

12,9%

Valore aggiunto (Mrd €)

21

199

% Totale Manifatturiero

8,9%

11,4%

Addetti (.000)

475

4.400

% Totale Manifatturiero

10,0%

13,5%

Fonte: Eurostat. I valori fanno riferimento al codice DA, comprendente l'industria del tabacco.

Denis Pantini

Polverizzazione e dimensioni economiche

(Fatturato medio per azienda e ruolo delle medie e grandi imprese)

2007	IT	FR	SPA	GER	UK
Fatturato medio per impresa (.000 €)	1.600	2.400	3.400	5.700	17.000
Imprese Medie e Grandi (>50 addetti), nr.	895	1.419	1.190	2.681	1.156
<i>% sul totale</i>	1,3%	2,0%	4,2%	8,4%	16,4%

In Italia, alle imprese con più di 50 addetti è riconducibile il 60% del fatturato e il 74% dell'export alimentare

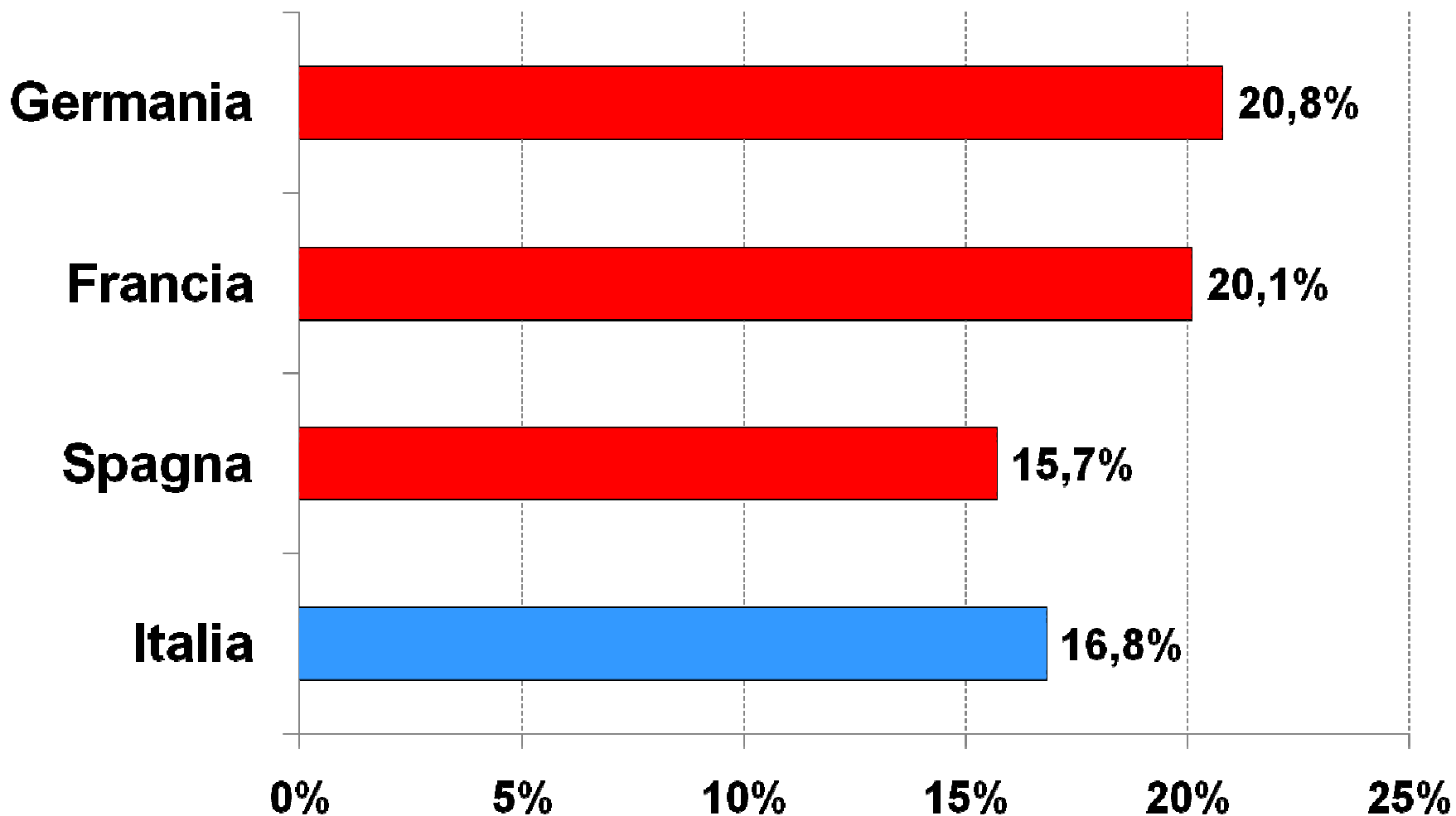
La produttività, una criticità di sistema

(Valore aggiunto per addetto, migliaia di euro)

Ind. Alimentare	IT	FR	SPA	GER	UK
2005	43,8	47,1	48,2	40,3	70,1
2006	40,8	47,4	48,8	41,7	72,7
2007	43,7	49,7	53,3	42,3	75,0

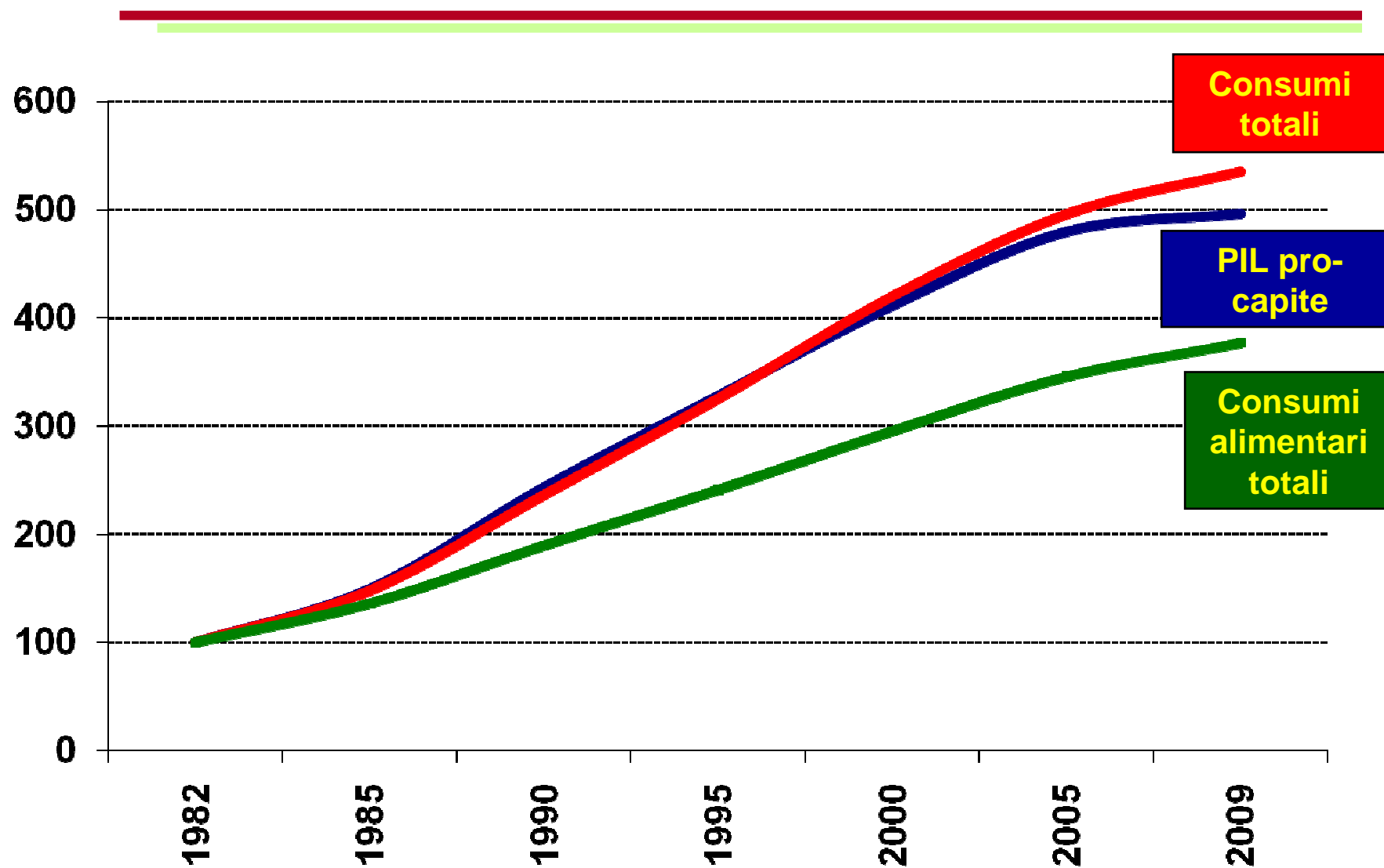
Ind. Manifatturiera	IT	FR	SPA	GER	UK
2005	45,4	57,3	48,1	59,9	64,9
2006	47,8	58,9	51,1	64,6	69,4
2007	50,7	61,8	53,5	66,9	73,9

La propensione all'export dell'industria alimentare *(export/fatturato, media 2006/2007)*

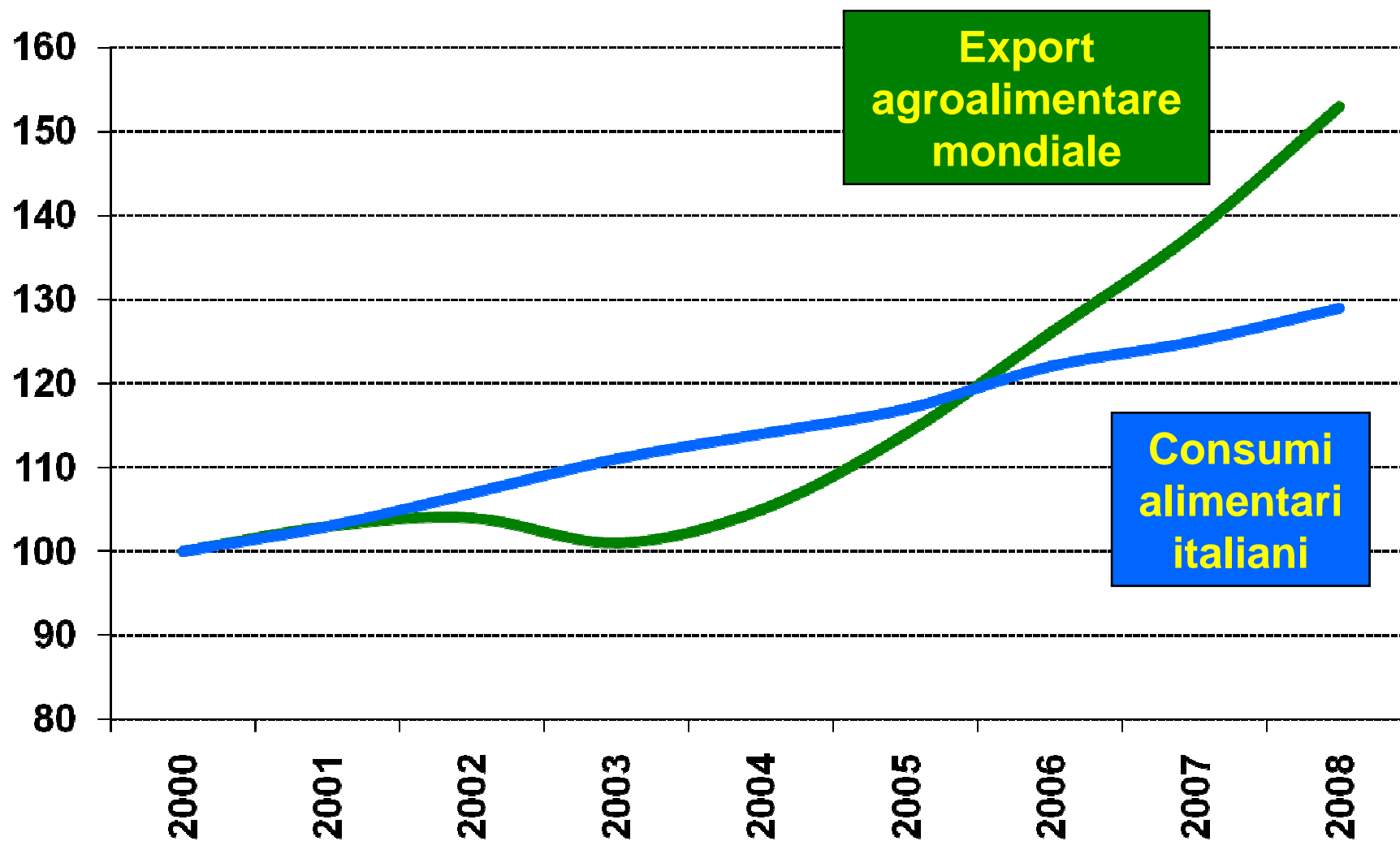


In Italia i consumi alimentari perdono “peso”

(andamento dei consumi e del PIL a valori correnti, 1982= 100)

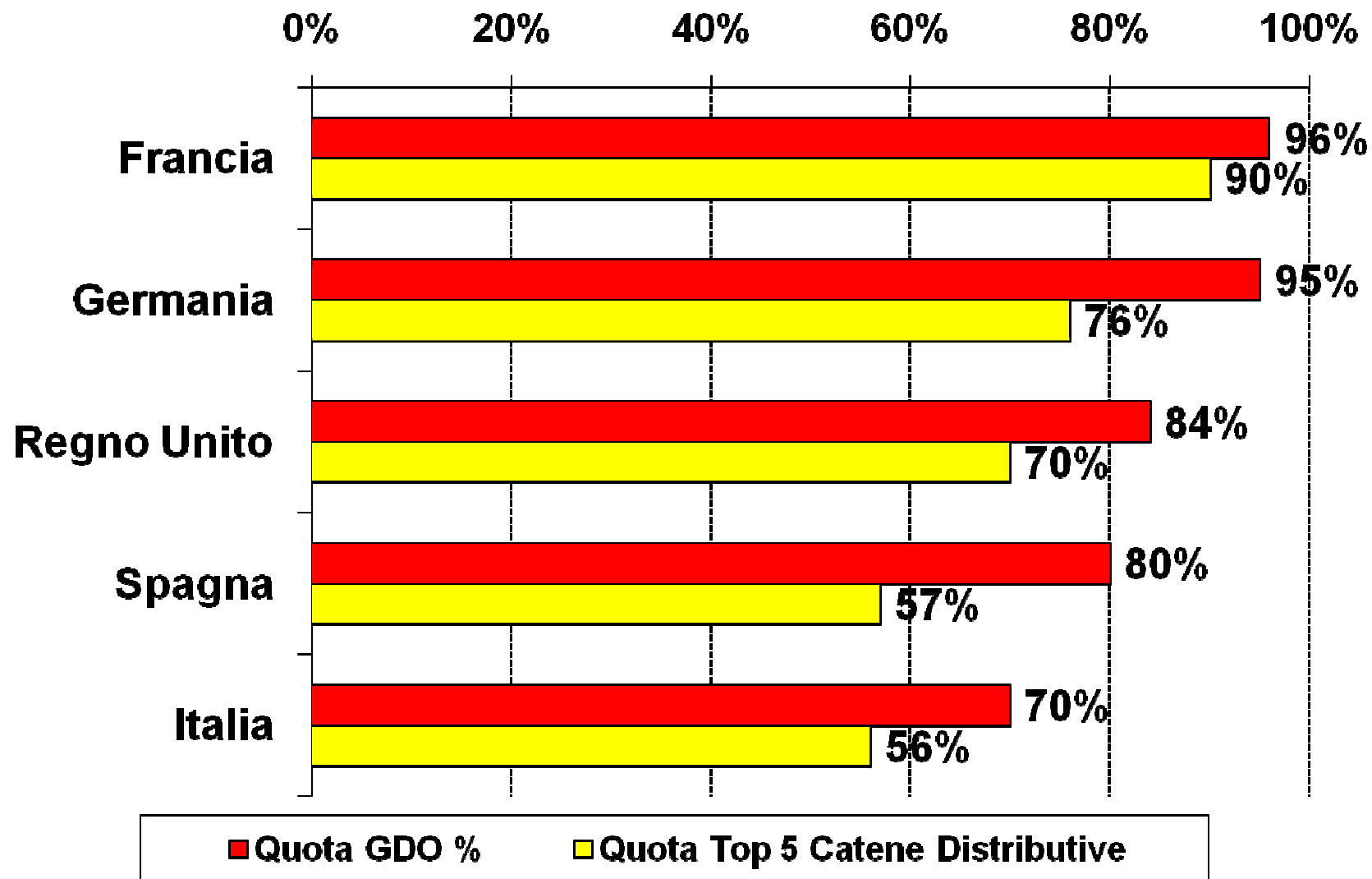


... e crescono meno degli scambi internazionali di prodotti alimentari



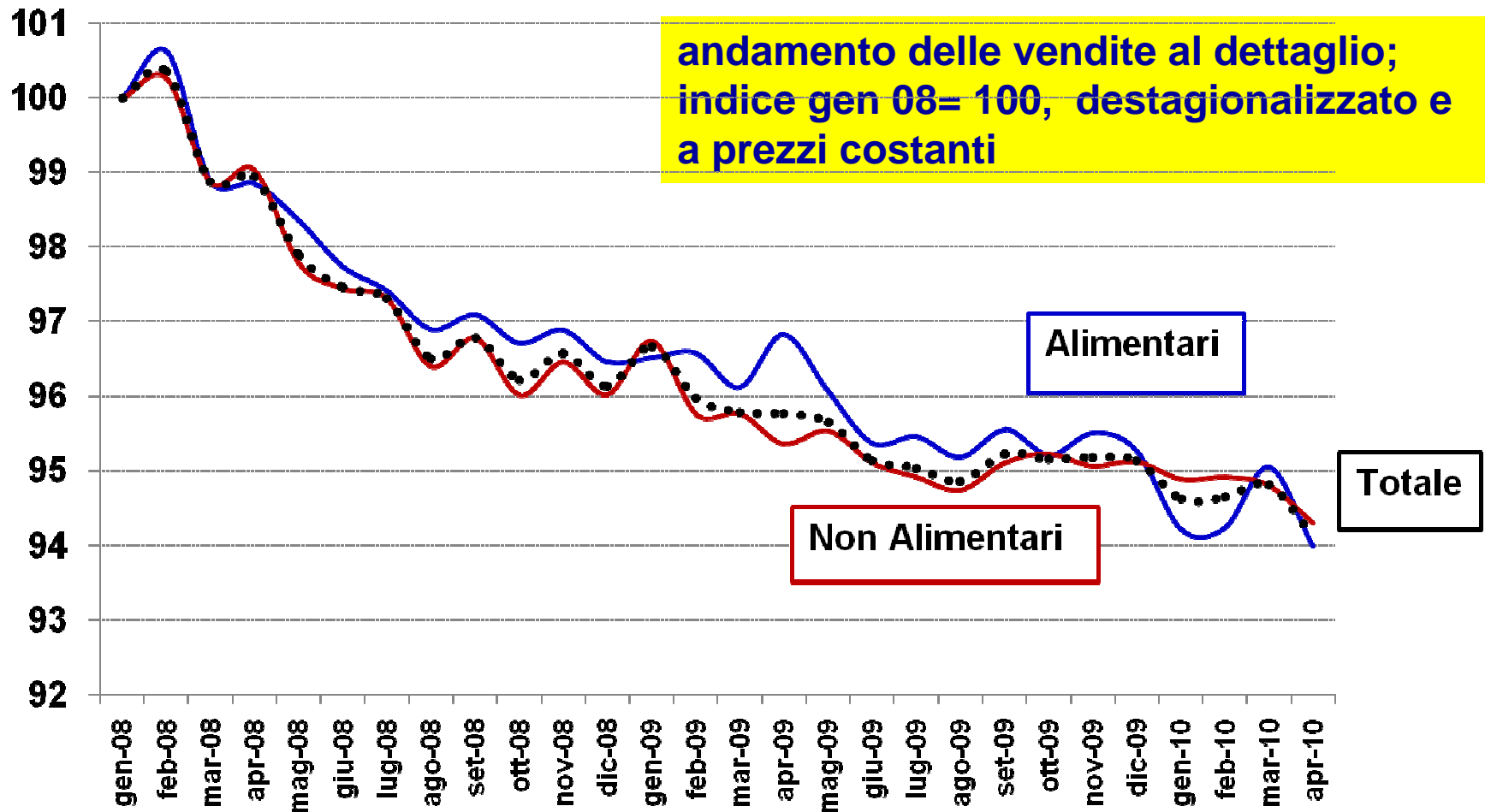
Il ruolo della GDO in Europa

(Quota di mercato alimentare e concentrazione della GDO, 2008)



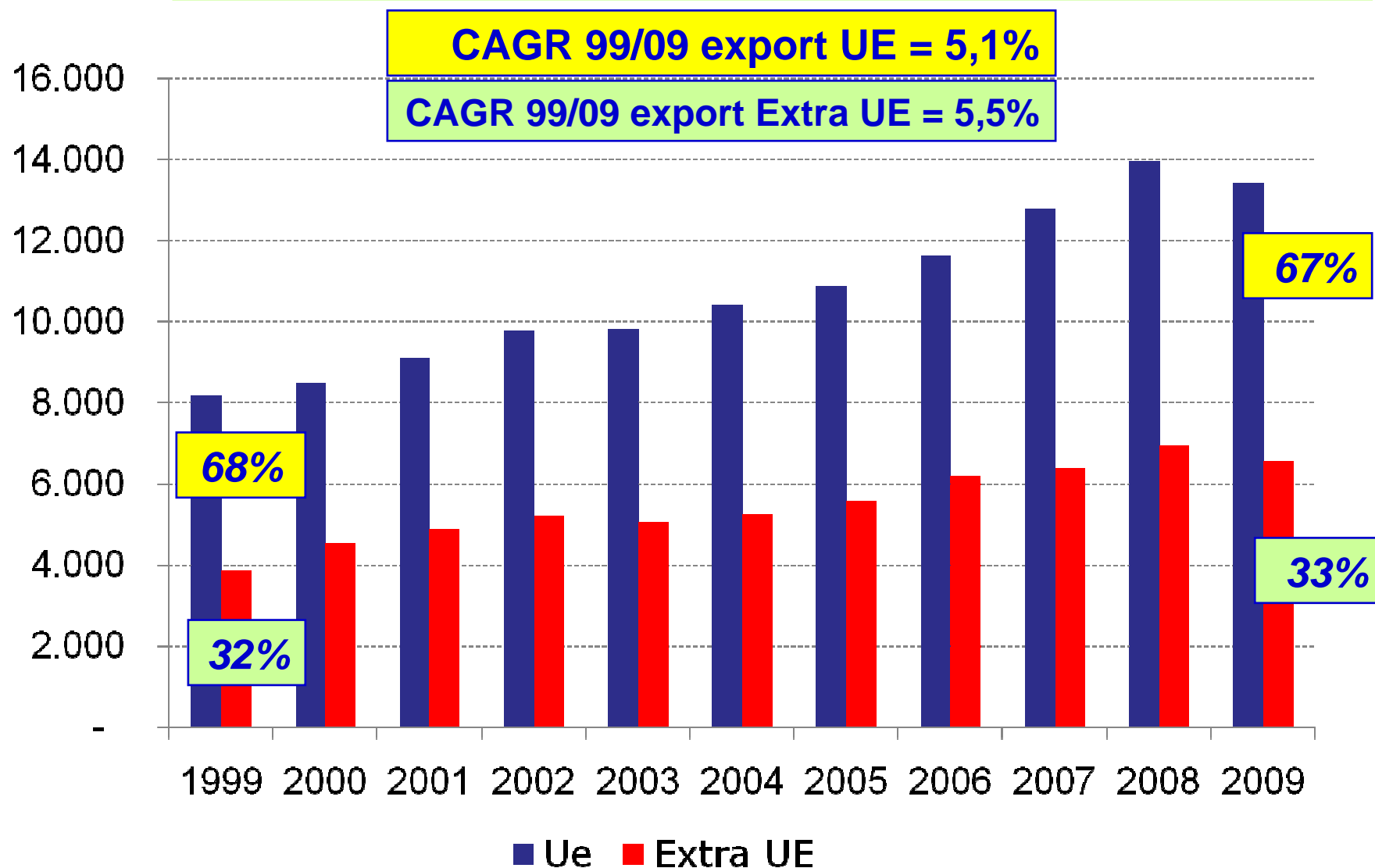
La crisi pesa sui consumi interni

(andamento delle vendite al dettaglio; gen '08= 100, prezzi costanti)



Trend dell'export alimentare italiano

(Destinazione, Mln euro e quota %)



Il made in Italy cresce, ma meno di quanto potrebbe *(quote in valore)*

	Variazione 2008/2003	Quota % export mondiale	
		2003	2008
Formaggi	+32%	9,2%	7,8%
Mele	+35%	13,8%	13,3%
Pesche e Nettarine	+11%	26,0%	23,4%
Olio d'oliva	+33%	30,5%	27,5%
Prosciutti	+63%	8,3%	9,6%
Pasta alimentare	+70%	39,4%	41,5%
Pomodori preparati	+31%	48,1%	43,1%
Vino	+34%	17,4%	17,8%

Il posizionamento dell'Italia all'estero

(Quota di mercato di alimentari e bevande italiani all'estero)

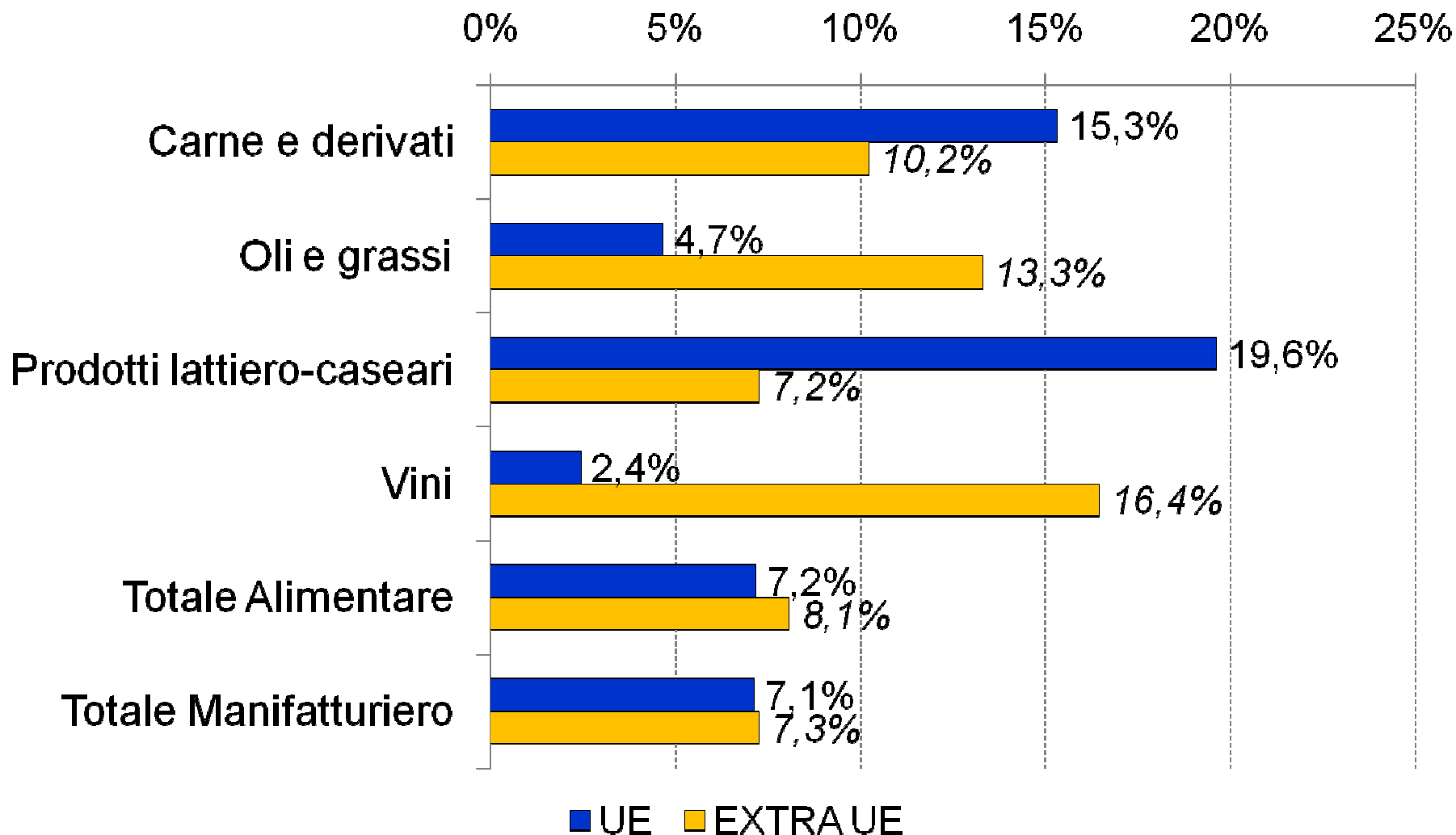
	Import 2009 (%)	Import 2002 (%)
STATI UNITI	4,2%	3,7%
GERMANIA	9,8%	9,3%
REGNO UNITO	6,8%	5,4%
GIAPPONE	1,9%	1,5%
FRANCIA	9,5%	9,0%
CANADA	3,6%	3,0%
<hr style="border-top: 1px dashed red;"/>		
CINA	0,7%	0,3%
RUSSIA*	2,8%	1,9%
BRASILE	2,4%	2,3%
INDIA*	0,7%	0,5%

* Import 2008

Denis Pantini

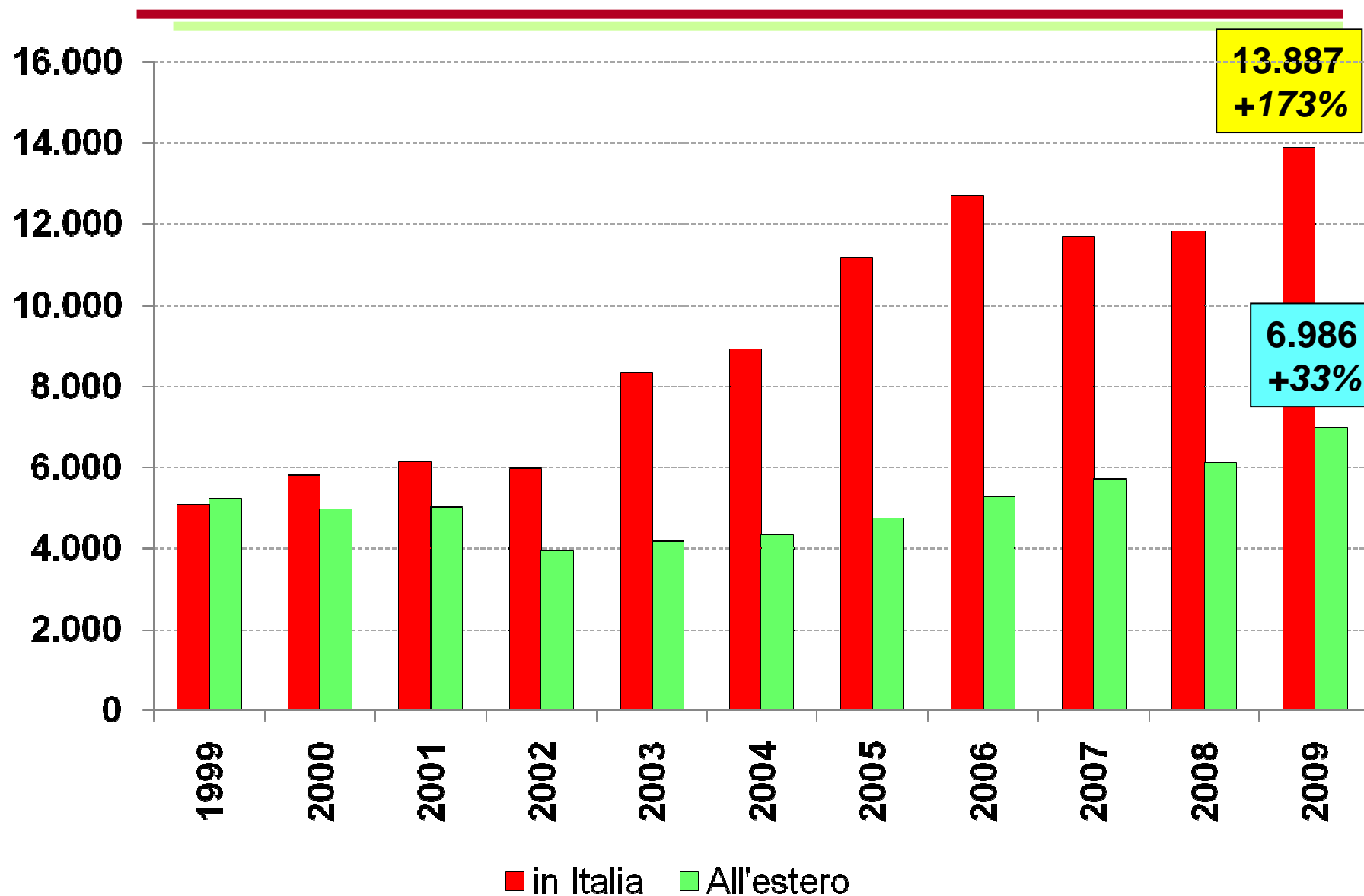
L'export nel primo trimestre 2010

(Trend export alimentare italiano per area, var % I trim 2010 su 2009)

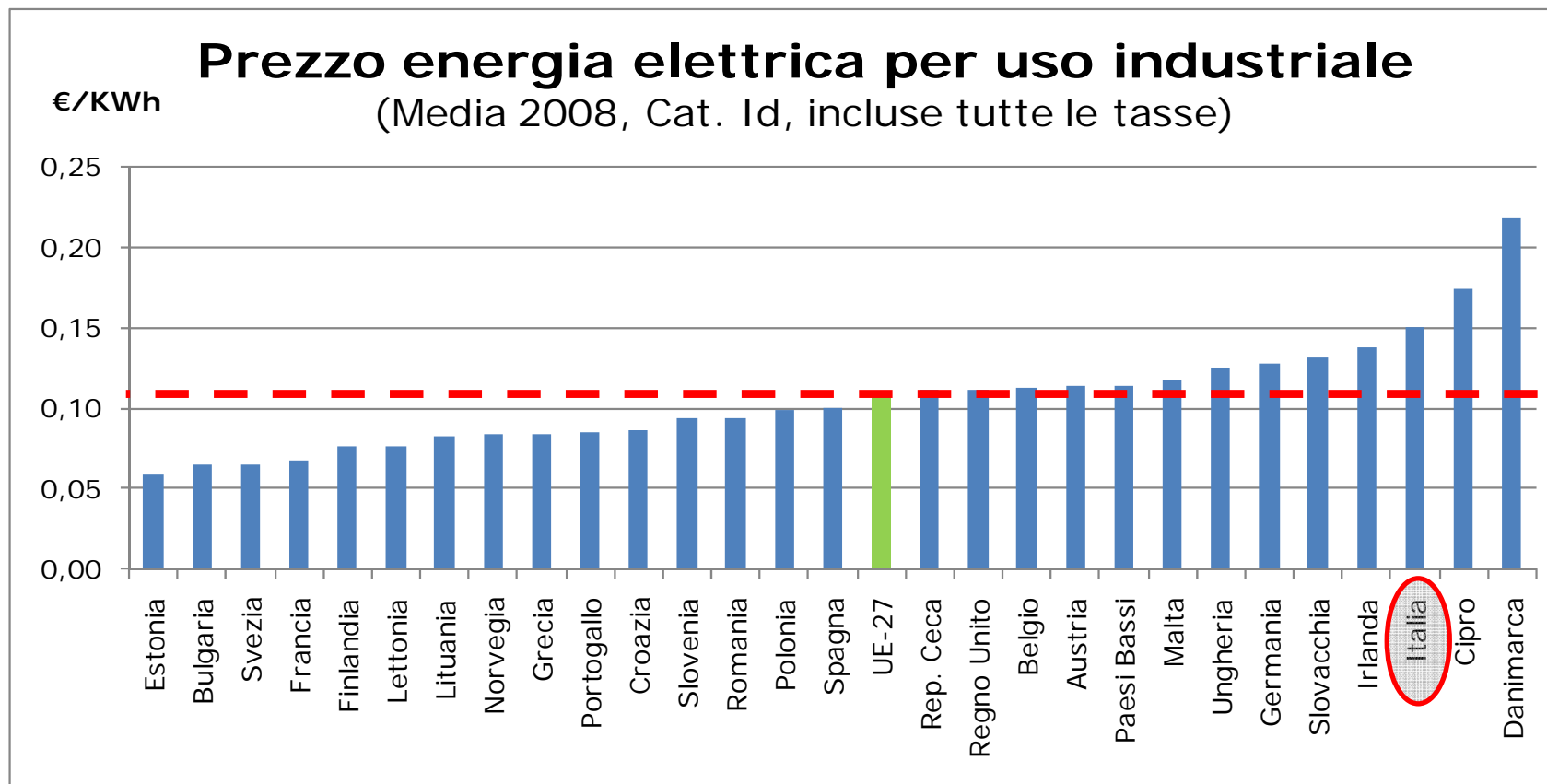


Il trend degli "IDE" nell'alimentare

(consistenze in Milioni di Euro, variazione 09/99)



Competitività: le criticità di sistema/1

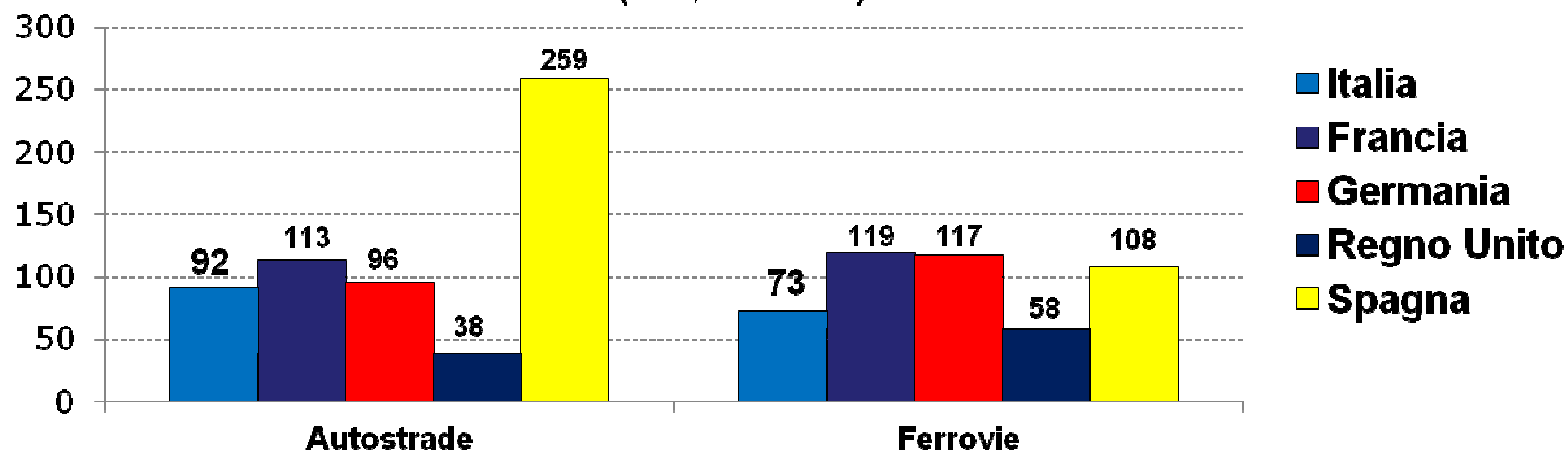


Il prezzo dell'energia elettrica per uso industriale in Italia (circa 0,15 euro/kWh nel 2008 nella categoria di consumo Id*) è ampiamente al di sopra della media comunitaria (circa 0,11 euro/kWh).

* Banda di consumo tra 2.000 e 20.000 MWh annui.

Competitività: le criticità di sistema/2

Indici di dotazione Infrastrutturale autostradale e ferroviaria in rapporto al PIL.
Confronto tra Italia e altri Paesi UE
(2005, UE-15=100)



**Costo chilometrico dell'autotrasporto *:
confronto tra i principali Paesi europei (2008)**

Italia	1,54 €
Francia	1,46 €
Germania	1,44 €
Spagna	1,18 €

* Costo comprensivo di tutte le spese del trasporto: carburanti, personale, pedaggi, ecc..

Fonte: Albo Nazionale Autotrasportatori

Denis Pantini

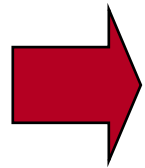
Competitività: le criticità di sistema/3

Anche la **fiscalità** può rappresentare una **leva per la competitività**

Imposta sul Valore Aggiunto (IVA) su beni alimentari: confronto tra i principali Paesi europei (2007)		
	<i>Aliquota media su consumi alimentari domestici</i>	<i>Aliquota media sui consumi alimentari extra-domestici</i>
Italia	8,8%	9,5%
Francia	8,2%	14,1%
Germania	8,9%	19,0%
Spagna	6,8%	7,0%
Regno Unito	3,4%	17,5%

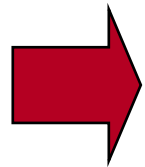
Nel confronto con il resto d'Europa, **l'IVA pagata in Italia** sui prodotti alimentari è **ampiamente al di sopra di quella sostenuta in Spagna e Regno Unito.**

Conclusioni: lo scenario



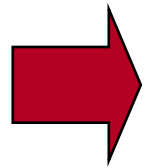
Contesto:

- volatilità “strutturale” dei prezzi materie prime ed effetti su supply chain



Domanda:

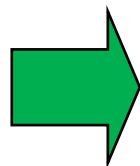
- i mercati esteri (in particolare extra-UE) crescono più del mercato nazionale: attenzione ai riflessi sulla domanda determinati dalle politiche di risanamento dei bilanci pubblici (GER, ITA, FRA, SPA)
- incremento dei redditi pro-capite Grandi Economie (BRIC)
- cambiamento negli stili di consumo
- affermazione e consolidamento del ruolo della GDO



Offerta:

- ridotta dimensione aziendale e “bassa” propensione all’export IA italiana
- incremento della pressione concorrenziale
- innovazione: nuovi processi/prodotti

Obiettivo

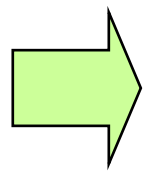


**Favorire propensione all’export e
produttività dell’IA italiana**

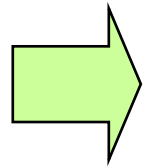
Conclusioni: le direttrici dello sviluppo/1

- ➔ Interventi di sistema: riduzione delle inefficienze e degli impatti sui costi delle imprese alimentari (livello impositivo, sistema infrastrutturale ed energetico, ecc..)
- ➔ Favorire la riorganizzazione del settore. Sostenere processi di aggregazione tra le imprese per migliorare la capacità di investimento e lo sviluppo industriale.
- ➔ Incoraggiare l'accesso delle imprese ai mercati esteri, in particolare attraverso investimenti diretti.

Conclusioni: le direttrici dello sviluppo/2



Incrementare la produttività dell'agroalimentare vuol dire anzitutto sostenere la sua capacità innovativa per rispondere alle nuove esigenze del consumatore (e della distribuzione).



Occorre quindi una politica industriale coerente con le specificità del settore. La domanda (export e relazioni con i clienti) come principale stimolo all'innovazione e quindi interventi volti a:

- incentivare la promozione nei mercati esteri
- favorire le fusioni tra imprese (*defiscalizzazione del disavanzo da concambio di fusione*)
- tutelare il "Made in Italy" sui mercati internazionali
- uniformare, a livello Ue, le regole riguardanti i rapporti commerciali e i tempi di pagamento tra industria e GDO