

FOCUS ON

Di che pasta è fatto l'export italiano? Quando l'alimentare e le macchine fanno sistema

A cura dell'Ufficio
Studi Economici

EXECUTIVE SUMMARY

- *L'export italiano di prodotti alimentari e macchinari per la loro trasformazione ha mostrato nell'ultimo anno una buona accelerazione nei suoi ritmi di crescita, con interessanti prospettive di sviluppo anche nel futuro.*
- *Metà dei 21 miliardi di euro di export alimentare nel 2015 ha riguardato tre prodotti: pasta, vino e formaggio, con performance che superano quelle di alcuni competitor – come Germania e Francia – e l'andamento mondiale. Dinamica simile si è registrata per i macchinari specifici per la produzione di questi tre alimenti, anche se la crescita delle vendite in questo caso è avvenuta a tassi più contenuti.*
- *In un approccio di filiera, macchinari e alimenti possono essere due facce della stessa medaglia. La possibilità di fare sistema tra queste due eccellenze produttive italiane apre nuove possibilità nell'identificazione dei mercati di opportunità e di nuove strade nell'espansione nei mercati esteri.*
- *Focalizzandosi su sei comparti di opportunità (pasta, vino, formaggio, macchinari per la pasta, macchinari per il vino e macchinari per il formaggio) e su quattro destinazioni (Stati Uniti, Cina, India e Messico), diverse per dimensioni e caratteristiche ma ad alto potenziale, **sarebbe possibile ottenere oltre 400 milioni di euro di export aggiuntivo entro il 2019.** Il maggior export potenziale è trainato particolarmente dal comparto del vino e dagli Stati Uniti.*

DUE FACCE DELLA STESSA MEDAGLIA: IL MADE IN ITALY DELL'ALIMENTARE E DELLE MACCHINE

Le esportazioni italiane di prodotti alimentari continuano a crescere, raggiungendo 21 miliardi di euro nel 2015. L'apprezzamento dei nostri beni alimentari tradizionali non è una novità ma è meno nota la loro funzione di traino per le altre eccellenze del sistema produttivo italiano. I macchinari sono una di queste.

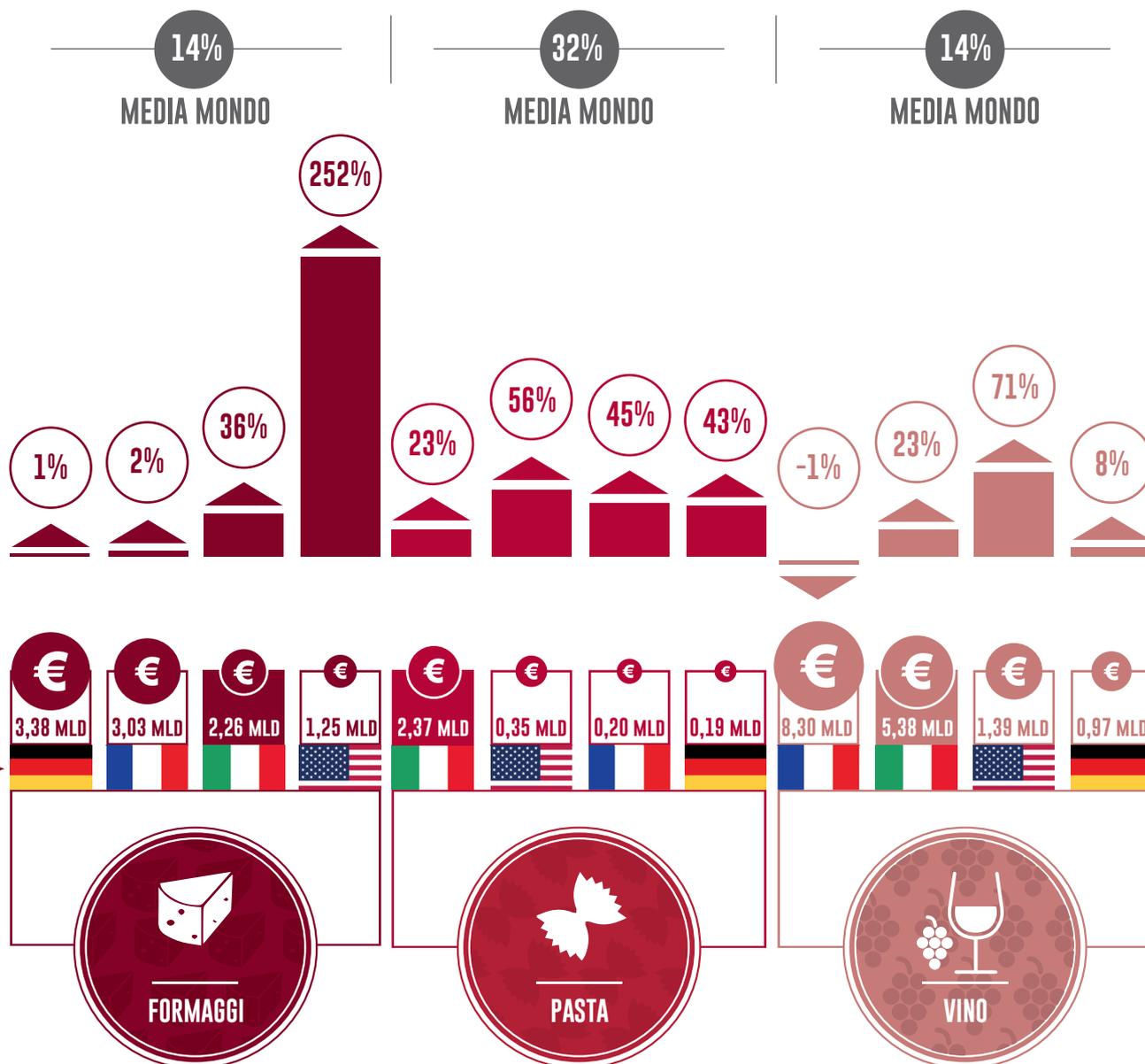
Collegati alla vendita dei prodotti alimentari, ci sono infatti i **macchinari per la trasformazione**, l'altra faccia – meno nota ai consumatori – della stessa medaglia. Basti pensare che **nel 2015 l'Italia ha esportato macchinari per oltre 3 miliardi di euro, rivelando una crescita del 6,3% che molto si avvicina al tasso con cui sono cresciuti gli alimentari che con questi si producono (+6,8%)**. Si tratta di macchinari specifici e con un uso piuttosto circoscritto, quindi non deve stupire se rappresentano una quota modesta del totale della meccanica strumentale italiana nel mondo (circa il 4%⁰¹). I macchinari per la trasformazione alimentare sono stati, tra l'altro, tra quelli con una crescita più sostenuta: più che doppia rispetto al totale della meccanica strumentale nell'ultimo anno (+2,7%).

PASTA, VINO E FORMAGGI: COSA C'È IN TAVOLA...

Dei 21 miliardi di euro di beni alimentari esportati nel 2015, la metà ha riguardato solamente tre prodotti: pasta, vino e formaggi. La crescita delle vendite all'estero non solo ha tenuto il passo con l'andamento mondiale degli ultimi anni, ma è riuscita anche a fare meglio nei formaggi e nel vino (Grafico 1). Questi due comparti hanno registrato una performance superiore a quella dei concorrenti francesi e tedeschi, il cui dinamismo è stato invece limitato, ottenendo una maggiore quota nel mercato mondiale. Tutt'altra storia per gli Stati Uniti, in cui le vendite di questi prodotti sono cresciute a ritmi elevati guadagnando fette di mercato, anche se i valori esportati continuano a essere ridotti. Un caso particolare riguarda la pasta, in cui l'Italia continua a essere il primo produttore ed esportatore mondiale, mantenendo a distanza Cina, Turchia, Thailandia e Stati Uniti, che seguono nella classifica dei *top exporter*. La differenza nei tassi di crescita con alcuni dei nostri competitor va letta in un quadro di crescente interesse per questo alimento e quindi anche di maggiore attrattività per i produttori non tradizionali. Questo andamento e la competizione con le economie emergenti è anche indice di una ricerca da parte dei consumatori non solo della pasta di maggiore qualità, e quindi di fascia di prezzo più elevata come quella italiana, ma anche di varianti più economiche.

⁰¹ Per un approfondimento sul commercio italiano e globale di meccanica strumentale nel mondo vedasi: "RE-action - Rapporto Export 2016-2019", SACE, giugno 2016 e "Focus On: Una macchina da export", SACE, ottobre 2015.

GRAFICO 1. Esportazioni di prodotti alimentari dell'Italia e di alcuni competitor. Valori export 2015 (€ mld), tassi di crescita 2007-2015 ⁰²



Fonte: elaborazione SACE su dati Un Comtrade

...E QUANTO VALORE C'È DIETRO

Ma come si producono questi alimenti? Oltre alla materia prima, fondamentale, l'esperienza e la conoscenza, l'utilizzo di macchinari specifici è indispensabile per un prodotto esclusivo. **Le vendite all'estero di macchinari mostrano, sempre per il periodo 2007-2015, un andamento diverso rispetto a quella dei prodotti alimentari, con tassi di crescita negli scambi più contenuti se non addirittura in contrazione** (Grafico 2).

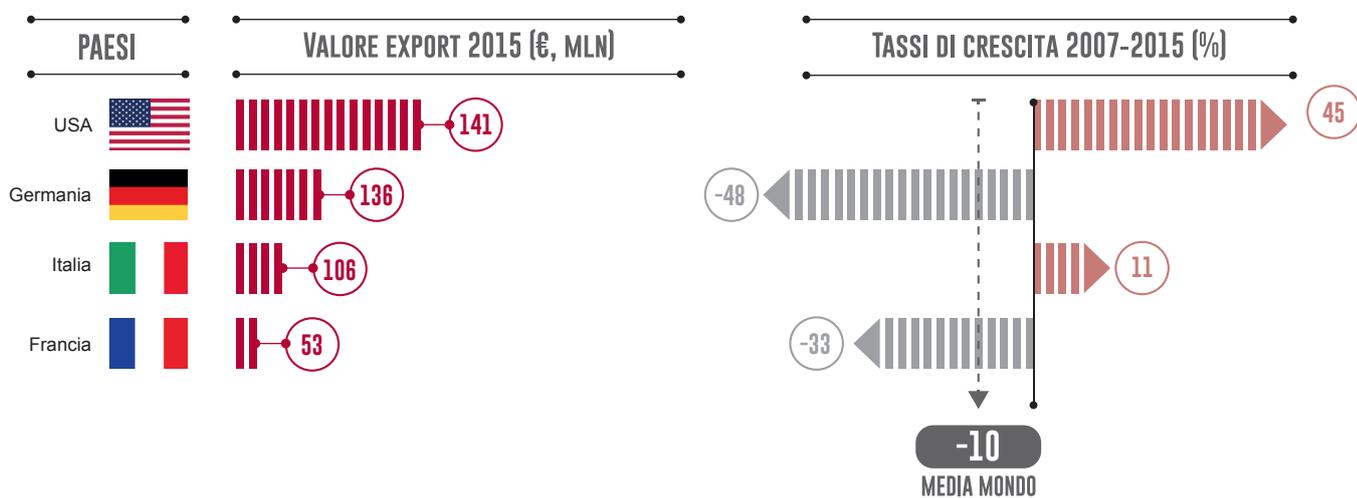
⁰² I tassi di crescita sono calcolati su valori export in dollari statunitensi, come da fonte Un Comtrade, per evitare distorsioni dovute al cambio.

Dal 2007, infatti, la domanda globale di macchinari per la produzione di formaggio e vino è in calo. L'export di macchine tedesche per formaggi e latticini (terzi produttori a livello mondiale) si è dimezzato nel 2015 rispetto al 2007. Come per i prodotti alimentari, le esportazioni di macchine americane segnano un'inversione di rotta rispetto all'andamento mondiale. Le esportazioni italiane di macchine per la produzione di formaggi, pasta e vino emergono, invece, più solide rispetto ai vicini di casa tedeschi e francesi.

GRAFICO 2. Esportazioni di macchinari per l'industria alimentare dell'Italia e di alcuni competitor⁰³



MACCHINARI PER FORMAGGI



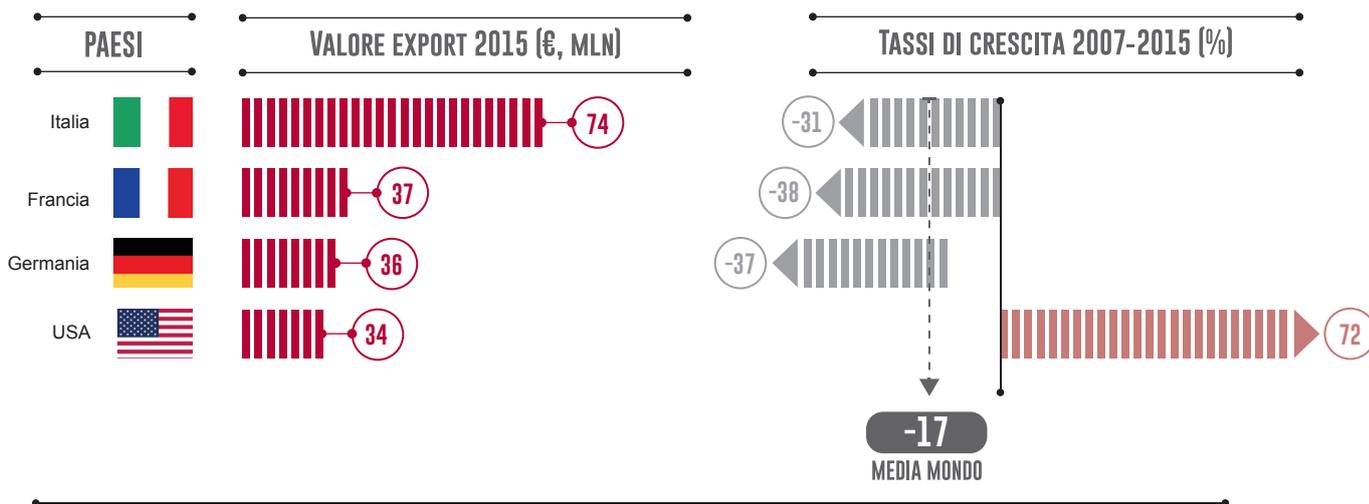
MACCHINARI PER PASTA



⁰³ I tassi di crescita sono calcolati su valori export in dollari statunitensi, come da fonte Un Comtrade, per evitare distorsioni dovute al cambio.



MACCHINARI PER VINO



Fonte: elaborazione SACE su dati Un Comtrade

Se negli ultimi anni i *trend* di crescita degli alimentari e relativi macchinari hanno seguito andamenti diversi, a riprova del fatto che non necessariamente esiste una correlazione forte tra le esportazioni dei due settori, è tuttavia importante rilevare che, in un'ottica sistemica, l'andamento all'estero degli uni può segnalare opportunità di sviluppo per gli altri e viceversa.

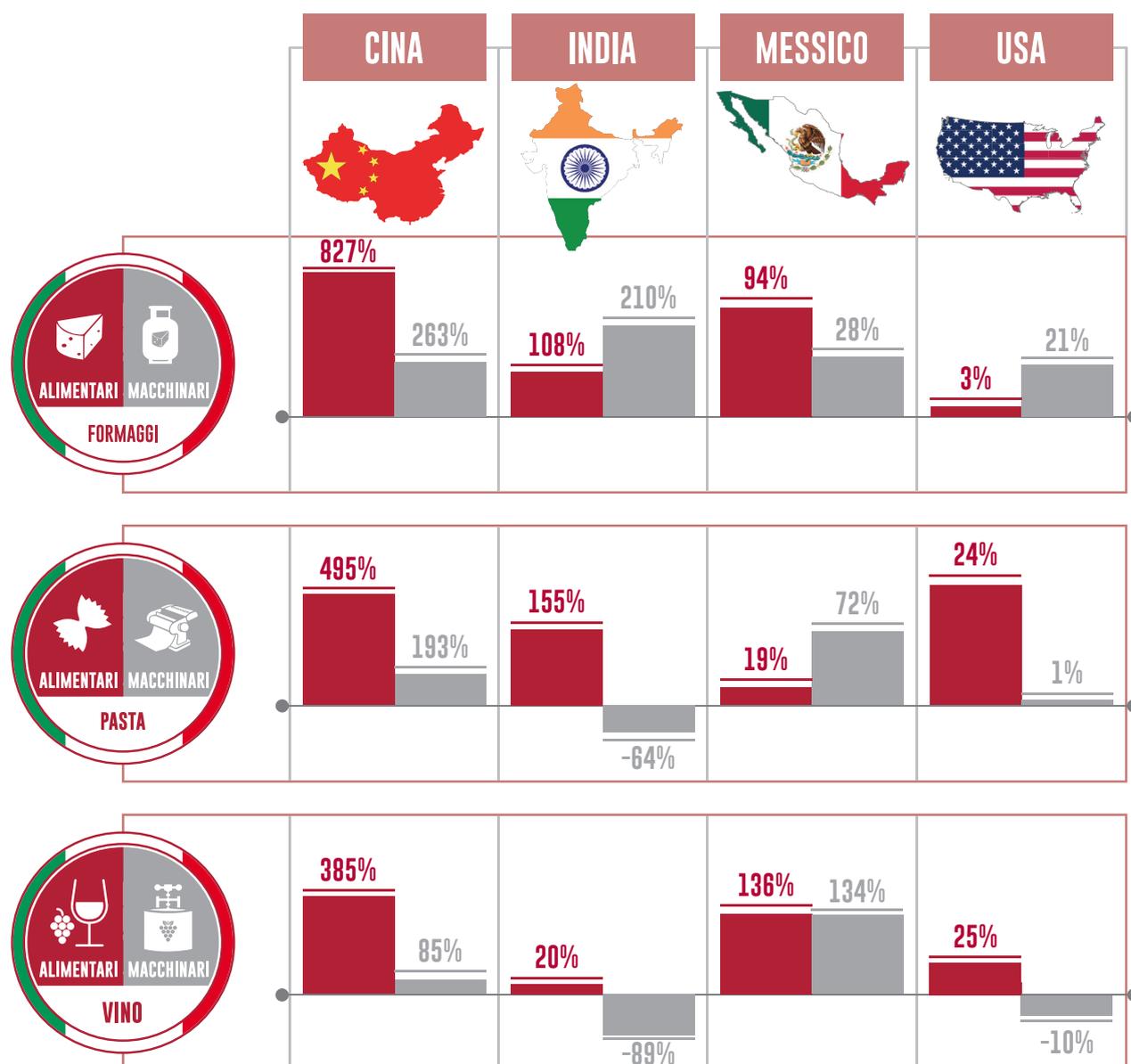
È NATO PRIMA L'UOVO O LA GALLINA?

Possiamo allora considerare i prodotti alimentari e le macchine dedicate alla loro produzione come due facce della stessa medaglia? In un approccio di filiera, la possibilità di fare sistema tra le eccellenze produttive italiane apre nuove possibilità nell'identificazione delle geografie di opportunità e nuove strade nell'espansione nei mercati esteri. **L'ampliamento del mercato dei prodotti alimentari non deriva solo da un maggiore domanda dei beni stessi, ma può derivare anche dalla vendita dei macchinari specializzati in quella produzione, e viceversa.**

Analizzando l'andamento delle nostre esportazioni negli ultimi anni dei macchinari per la produzione di formaggi, pasta e vino e dei relativi prodotti alimentari in alcune delle geografie più promettenti per la crescita delle nostre vendite – Cina, India, Messico e Stati Uniti –, alcune tendenze appaiono chiare (Grafico 3). C'è una chiara relazione tra prodotto venduto e macchinario necessario alla sua produzione per tutti e quattro i Paesi nel caso dei formaggi e, più in generale, per tutti i prodotti considerati esportati verso Cina e Messico. Storicamente

appare difficile seguire un approccio di filiera sui mercati come India e Stati Uniti. Le ragioni sottostanti sono diverse e risiedono, probabilmente, nel primo caso in un fattore culturale e a delle differenze “di gusto”, mentre nel secondo nel fenomeno dell’*Italian sounding* e nella concorrenza delle produzioni locali.

GRAFICO 3. Esportazioni italiane di prodotti alimentari e relativi macchinari per la trasformazione alimentare, per Paese di destinazione (tassi di crescita 2007-2015) ⁰⁴



Fonte: elaborazione SACE su dati Un Comtrade

⁰⁴ I tassi di crescita sono calcolati su valori export in dollari statunitensi, come da fonte Un Comtrade, per evitare distorsioni dovute al cambio.

Il nostro export aggiuntivo al 2019 nei sei comparti verso questi quattro Paesi potrebbe superare i 400 milioni di euro, il che significa il 20% in più rispetto all'export 2015 (2078 milioni di euro). Il maggior export potenziale è trainato particolarmente dal comparto del vino (215 milioni di euro) e dagli Stati Uniti (330 milioni di euro) (Tab. 1).

TABELLA 1. Export potenziale aggiuntivo italiano per gli alimentari e i macchinari di formaggio, pasta e vino tra il 2016 e il 2019 (milioni di euro) ⁰⁵

	FORMAGGI		PASTA		VINO		
	ALIMENTARI	MACCHINARI	ALIMENTARI	MACCHINARI	ALIMENTARI	MACCHINARI	TOTALE
Cina 	3,8	0,6	7,4	2,0	35,9	0,8	50,5
India 	0,7	1,1	2,0	1,2	1,0	0,02	6,02
Messico 	0,8	0,6	2,1	8,0	6,1	0,2	17,8
USA 	114,2	1,7	41,6	0,5	167,4	3,9	329,3
	119,5	4,0	53,1	11,7	210,4	4,92	403,62

Fonte: elaborazione SACE

Il **mercato cinese** rappresenta un obiettivo naturale, sia per le dimensioni del mercato sia per il progressivo spostamento delle abitudini di consumo verso prodotti di maggiore qualità. **La crescita delle esportazioni di macchinari negli ultimi anni è stata affiancata da una crescita più che doppia dei relativi prodotti alimentari.** Le maggiori opportunità in termini di export potenziale deriveranno dal settore vinicolo, con oltre 36 milioni di euro di export aggiuntivo in quattro anni (+40% rispetto all'export del 2015). I vini europei di importazione, specialmente quelli francesi e italiani e che rappresentano il segmento *premium*, continueranno a subire la concorrenza più economica di altri Paesi (come Cile, Australia, Sud Africa e Argentina) e dei prodotti locali, che coprono circa l'80% del mercato, la cui rilevanza offre possibilità sia per i produttori di macchinari per l'industria enologica sia per lo sviluppo da parte dei produttori vinicoli di percorsi di internazionalizzazione più

⁰⁵ Per i valori dell'export italiano per singolo prodotto e destinazione si veda l'appendice.

strutturata tramite acquisizioni e joint venture con i partner locali. Il peso dell'Italia nell'import di vino del Paese è ancora limitato (5% rispetto, per esempio, al 44% della Francia) ma è pronto a crescere grazie anche alla spinta derivante dall'accordo con Alibaba, la più grande piattaforma di *e-commerce* al mondo. L'obiettivo della partnership, iniziata l'anno scorso, è quello di promuovere l'eccellenza dei prodotti alimentari italiani contro le falsificazioni (come il *parmesan* e il finto Prosecco) e di consentire ai produttori italiani di soddisfare la crescente domanda di cibo Made in Italy degli oltre 430 milioni di clienti della piattaforma. Grazie a questo accordo con Alibaba, l'Italia è ad oggi il primo Paese al mondo i cui prodotti e le cui certificazioni Dop e Igp sono protetti sul web⁰⁶.

L'**India** è il più grande produttore e consumatore di latte al mondo, con un'industria casearia in forte espansione e finora caratterizzata da una produzione interna, di cui l'Italia si è avvantaggiata tramite l'esportazione di macchinari. Nonostante il potenziale indiano sia più basso rispetto ad altre destinazioni, le opportunità nel medio-lungo termine restano positive e i produttori italiani potranno beneficiare di oltre 1 milione di euro di export aggiuntivo di macchinari per l'industria casearia nei prossimi anni. Oltre a questo, sarà il settore della pasta con i relativi macchinari quello con maggiori opportunità di export potenziale.

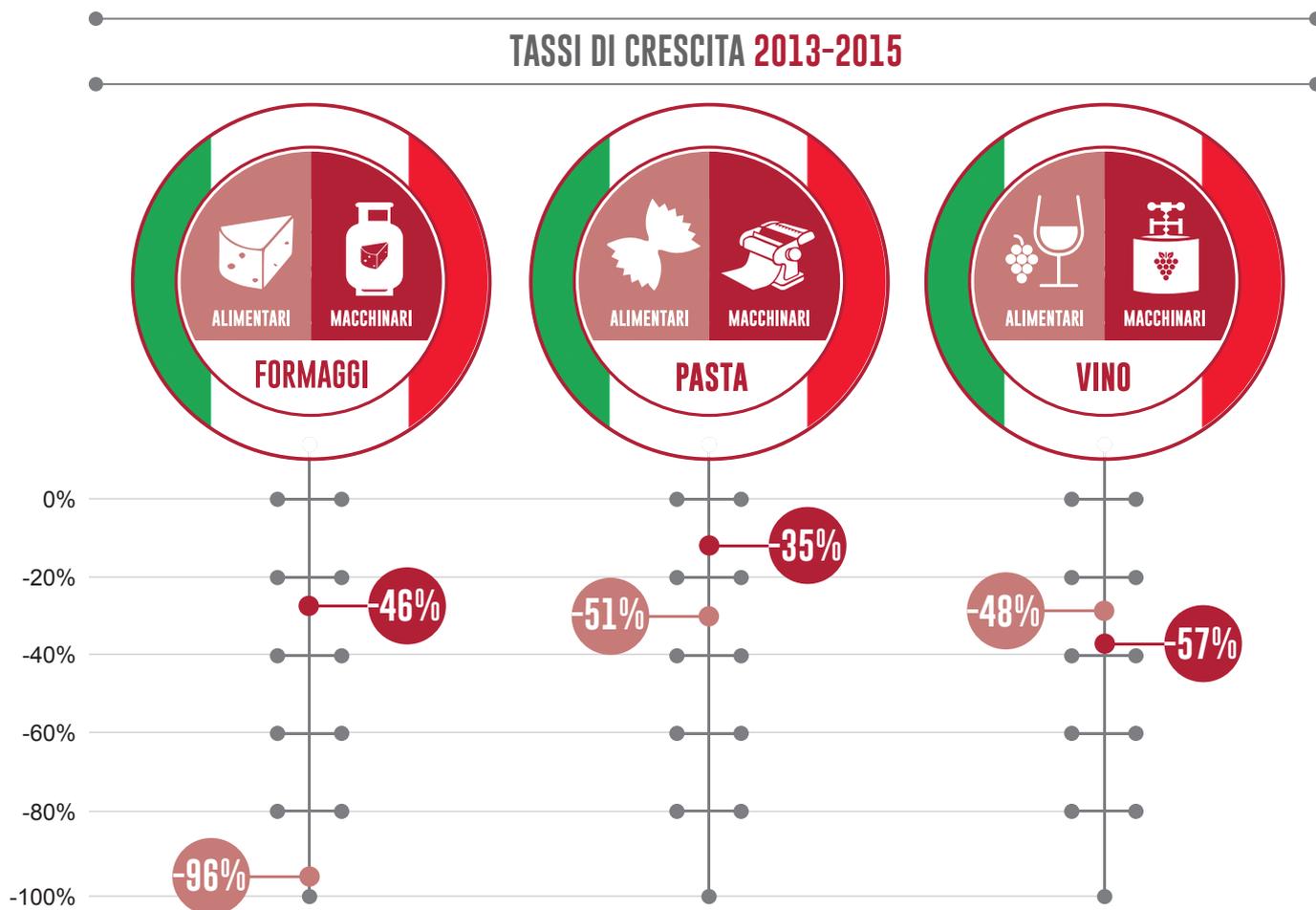
La pasta sarà il settore di punta anche per il **Messico**, che insieme all'India, potrà contribuire per **oltre 10 milioni di euro di export aggiuntivo di pasta e macchinari**, il 40% in più rispetto al 2015. I consumi alimentari in entrambi i Paesi beneficeranno della crescita della popolazione e del contestuale incremento della classe media. Infine, il mercato vinicolo messicano, seppure ancora di limitate dimensioni, vive un periodo di crescita significativa, e così le nostre esportazioni verso il Paese. Nel 2015 infatti il Messico ha incrementato le proprie importazioni di vino di oltre il 10%, raggiungendo il proprio record storico. L'Italia è al sesto posto tra i partner commerciali nel settore, con una quota complessiva dell'8% circa, e con una posizione di primato nella categoria degli spumanti. A un livello di sviluppo ancora inferiore si trova invece il mercato enologico indiano, caratterizzato da dimensioni ridotte e da una rilevanza nettamente inferiore rispetto a birra e liquori (i litri di vino consumati nel 2015 sono stati pari al 3% dei litri di birra) anche se con buone possibilità di sviluppo.

Un discorso a parte vale per gli **Stati Uniti**, uno dei principali mercati di riferimento per i produttori italiani in tutti i comparti alimentari. I prodotti con un export aggiuntivo maggiore sono i formaggi e il vino (116 e 171 milioni di euro rispettivamente). **Le caratteristiche del mercato caseario americano lo rendono attrattivo, ma allo stesso tempo costituiscono dei freni allo sviluppo della presenza italiana.** Per quanto riguarda il prodotto alimentare, alcuni limiti derivano dalle rigide normative che regolano il settore e dalla concorrenza del "fake Italian" che, per i formaggi più che altro, penalizza i nostri prodotti tramite un'offerta qualitativamente inferiore e a prezzi più competitivi, e tramite la promozione di una "diseducazione del consumatore" a riconoscere il prodotto originale (come ad esempio è con il famigerato *parmesan cheese*). Se sul piano alimentare rimangono alcune barriere per i produttori, che tuttavia non impediscono al nostro export di raggiungere risultati ragguardevoli nel breve e nel medio-lungo termine, per i costruttori di macchine queste possono rivelarsi vantaggiose. Ad esempio, il mercato caseario americano è soddisfatto in larga parte dai produttori locali, con ulteriori opportunità per lo sviluppo dell'export dei costruttori italiani di macchinari e tecnologie per il settore.

⁰⁶ Dall'avvio dell'accordo è stato possibile impedire un commercio mensile di 100 mila tonnellate di Parmigiano-Reggiano falso, 10 volte la produzione del prodotto originale, e 13 milioni di bottiglie di falso Prosecco. Alibaba, nel rispetto delle normative sui marchi, garantisce ai propri clienti che acquistano prodotti italiani di stare acquistando un prodotto originale.

In sintesi, quindi, gli Stati Uniti rappresentano un mercato dalle grandi opportunità, mentre Cina, Messico e India sono delle geografie dalle potenzialità enormi, che però richiedono (soprattutto l'ultima) uno sforzo maggiore. Un caso particolare e opposto è quello della **Russia**. **Il bando all'import per alcuni comparti dell'agroalimentare introdotto dal paese ha generato un impatto particolarmente negativo sulle nostre esportazioni del settore agroalimentare (-55% nel 2015 rispetto al 2013), ma anche sulla meccanica strumentale (-37% nello stesso periodo)**. Non è stata solo l'Italia a soffrire: le importazioni russe totali nei due comparti sono diminuite del 39% e 40%, rispettivamente, rispetto ai valori pre-sanzioni. Le nostre esportazioni, sia di prodotti alimentari rientranti nell'embargo come i formaggi, sia di prodotti non direttamente intaccati dalle restrizioni, come pasta e vino, e dei relativi macchinari non sono state immuni (Grafico 4). Tuttavia, l'export di macchinari potrebbe trarre beneficio dal programma promosso dal Governo di import substitution per sostituire i prodotti importati dall'estero con la produzione locale. Rimangono tuttavia alcune possibilità nei mercati limitrofi che si stanno attrezzando a produrre beni sostituti di quelli oggetto di ritorsioni e che quindi hanno bisogno di macchinari per farlo.

GRAFICO 4. *Esportazioni italiane di prodotti alimentari e macchinari per la trasformazione alimentare in Russia: tassi di crescita 2013-2015*



Fonte: elaborazione SACE su dati Un Comtrade

UN SETTORE, DUE OPPORTUNITÀ DI CRESCITA

Lo sviluppo dei mercati di sbocco dei nostri prodotti di punta degli alimentari non passa solo tramite una maggiore promozione dei prodotti stessi, tramite canali distributivi tradizionali e non, e perseguendo strategie produttive, commerciali e distributive adattive alle specificità dei mercati di sbocco, ma potrebbe essere valorizzato anche attraverso il traino dell' "altro" Made in Italy, i macchinari. Una maggiore possibilità di esportare le macchine per la lavorazione del prodotto alimentare può infatti segnalare una maggiore domanda del prodotto sul mercato estero e quindi un canale di sviluppo per le eccellenze del nostro settore alimentare e un ampliamento del mercato nel suo complesso. **Focalizzandosi solamente su tre prodotti, formaggio, pasta e vino, e su quattro geografie di destinazione, sarebbe possibile incrementare l'attuale export di oltre 400 milioni di euro entro il 2019.** Al contempo, un mercato in cui sono storicamente richiesti macchinari italiani destinati al ciclo produttivo della pasta, del vino e dei formaggi sono anche mercati da presidiare per i produttori alimentari, che vi troveranno una clientela a valle già interessata a un certo gusto e a una certa cucina. Una torta che si allarga e di cui avvantaggiarsi.

È molto importante **procedere con un approccio di filiera** che renda possibile la penetrazione anche per le Pmi. Per favorirlo **SACE ha costituito un servizio di Advisory che mette a disposizione un team dedicato per individuare opportunità di business con un'assistenza costante e personalizzata.** Un esempio pratico del supporto che può fornire, è quanto fatto per lo sviluppo di un progetto zootecnico del valore di 25 milioni di euro in Kenya insieme a 11 Pmi della filiera lattiero-casearia. Un altro caso è l'aiuto fornito a una Pmi italiana per fare la sua prima esportazione di macchinari per la lavorazione di prodotti agricoli in Costa D'Avorio, a seguito di un incontro avvenuto a Expo, e aprendo la strada a numerose opportunità di crescita nel Paese.

Ma SACE può essere al fianco delle imprese anche con l'**assicurazione del credito dal rischio di mancato pagamento della controparte, consentendo l'offerta di importanti dilazioni di pagamento** che possono favorire l'assegnazione di una commessa, con numerose polizze⁰⁷. Con SACE le imprese italiane possono dare forza al proprio export!

⁰⁷ Sul sito <http://www.sace.it/prodotti-e-servizi> potete trovare tutte le informazioni.

A CURA DI

Chiara Lucano

CONTATTI

Servizio clienti:



Ufficio stampa:

+39 06 6736888 - ufficio.stampa@sace.it



APPENDICE
TABELLA 2. Export italiano di alimentari e macchinari per formaggio, pasta e vino (€ mln, 2015)

		FORMAGGIO		PASTA		VINO		
		ALIMENTARI	MACCHINARI	ALIMENTARI	MACCHINARI	ALIMENTARI	MACCHINARI	TOTALE
Cina		9,5	2,9	18,2	5,0	88,9	1,9	126,4
India		1,9	2,6	4,9	2,9	2,4	0,2	14,9
Messico		2,1	1,5	5,1	19,9	25,1	0,6	54,3
USA		283,0	4,3	260,6	45,2	1279,2	9,6	1881,9
		296,5	11,3	288,8	73	1395,6	12,3	2078

Fonte: elaborazione SACE su dati Un Comtrade

TABELLA 3. Peso dell'export potenziale tra il 2016 e il 2019 sull'export italiano di alimentari e macchinari per formaggio, pasta e vino del 2015 (valori %)

		FORMAGGIO		PASTA		VINO	
		ALIMENTARI	MACCHINARI	ALIMENTARI	MACCHINARI	ALIMENTARI	MACCHINARI
Cina		40,0	20,6	40,6	39,8	40,4	41,2
India		37,4	41,8	41,1	41,0	41,3	11,0
Messico		39,0	40,4	41,3	40,1	24,3	34,8
USA		40,3	39,4	16,0	1,1	13,1	40,7

Fonte: elaborazione SACE su dati Un Comtrade