

Outlook economico: settore agroalimentare

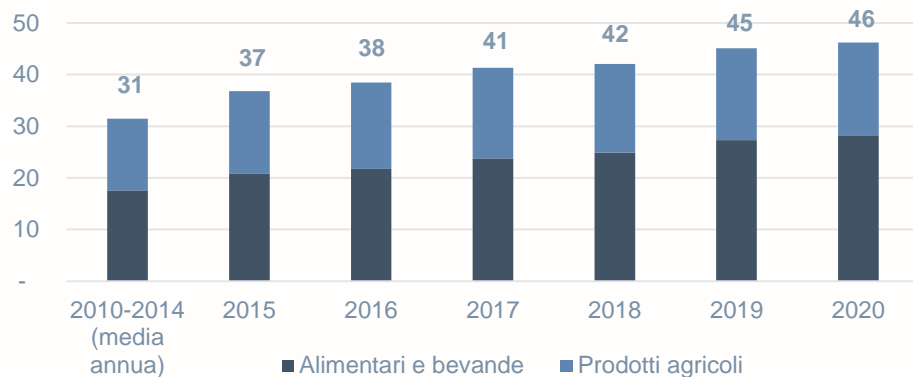
Alessandro Terzulli - Chief Economist SACE

17 giugno 2021

L'export italiano di agroalimentare è cresciuto nonostante la pandemia

In crescita continua dal 2010, le vendite all'estero hanno superato i € 46 mld nel 2020

Esportazioni italiane di agroalimentare (€ mld)



Export di agroalimentare italiano e dei peer, 2020 (€ mld; peso % sul totale)



Italia

46,2
(11%)



Germania

75,2
(6%)



Francia

62,5
(15%)



Spagna

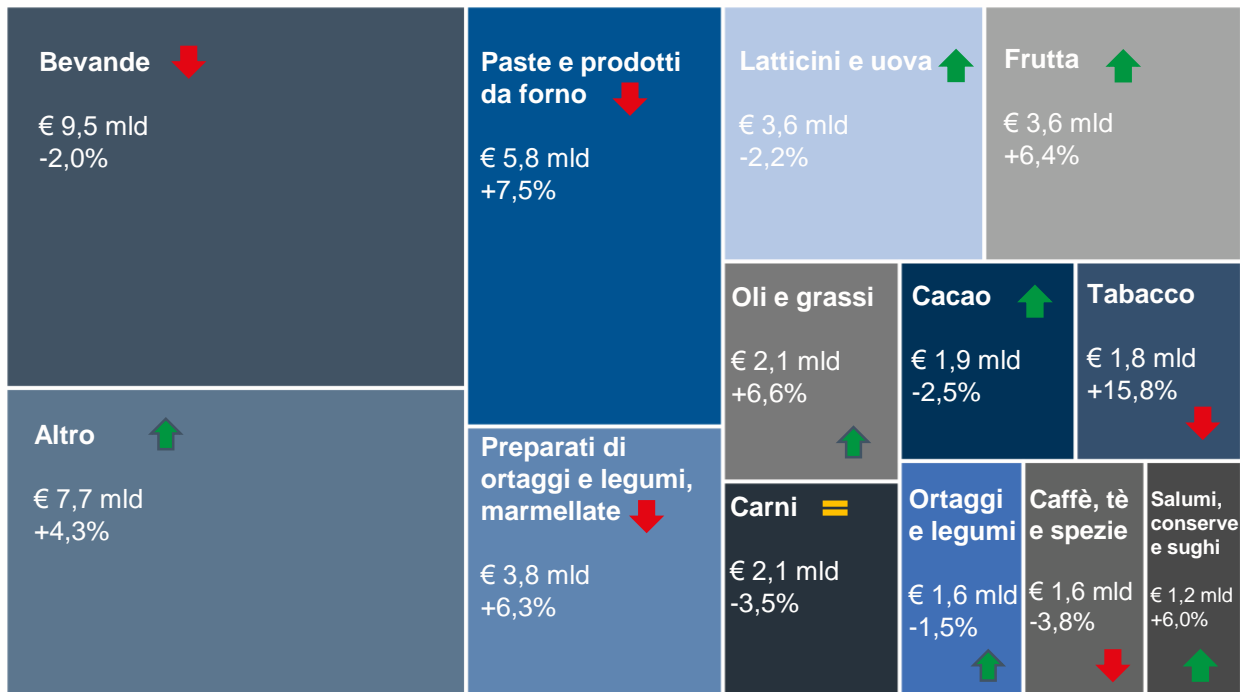
54,8
(20%)

- Nel periodo 2010-2019, l'export italiano di agroalimentare è cresciuto del +6,1%, in media annua, una performance migliore delle esportazioni complessive (+5,2%).
- Nel 2020 il settore è stato l'unico a registrare una crescita (+2,5%), a fronte della flessione delle esportazioni totali (-9,7%), portando la propria incidenza sul totale a 11%. L'agroalimentare è in crescita anche nel primo trimestre 2021 (+2,3%).
- Oltre il 60% delle esportazioni di agroalimentare è composto da **alimentari, bevande e tabacco**, mentre i **prodotti agricoli** compongono la restante parte.
- Nonostante la crescita degli ultimi anni, **il valore delle nostre vendite all'estero di agroalimentare presenta ancora un potenziale inespresso significativo** (confermato anche da confronto con *peer*).

L'export del settore è diversificato, con molteplici prodotti di eccellenza

In crescita soprattutto i prodotti maggiormente legati ai consumi domestici

Composizione settoriale delle vendite agroalimentari italiane, 2020 (valori; var. % annua)



- A livello di comparti, le **bevande rappresentano la prima categoria esportata**, con un peso del 21% sul totale del settore. Il comparto si compone per due terzi di vino.
- Seguono **paste e prodotti da forno** (13%) e **preparati di ortaggi e legumi** (8%).
- I **prodotti maggiormente legati ai consumi domestici** – quali pasta, olio, salumi, conserve e sughi – hanno registrato **buone crescite** in un anno caratterizzato da limitazioni agli spostamenti e cambiamenti di abitudini.
- I **comparti più tradizionalmente legati ai consumi fuori casa** hanno invece **sofferto delle chiusure prolungate dell'Ho.Re.Ca** (ad esempio il vino -2,3%).

³ Export gen-mar 21 vs. gen-mar 20 ↓ in calo; ↑ in crescita; = Stabile (+/- 0,5%)

Fonte: Elaborazioni SACE su dati Istat

L'Italia vanta numerose specializzazioni territoriali nell'export agroalimentare

Alcuni comparti sono riusciti a reagire meglio alla pandemia

Export agroalimentare, specializzazioni territoriali (€ mln; var. annua %)

Principali specializzazioni territoriali	2020	var %
Vini di Cuneo, Asti e Alessandria	1.743	-0,6%
Dolci di Cuneo	1.387	-1,2%
Conserven di Salerno	1.130	+12,3%
Vini di Verona	1.050	-1,6%
Prodotti alimentari di Parma	871	+20,7%
Prodotti alimentari di Napoli	859	+18,1%
Lattiero-caseario di Bergamo, Brescia, Cremona, Mantova e Pavia	806	-2,3%
Prosecco di Treviso	718	-3,7%
Vini di Firenze e Siena	677	-4,8%
Olio di Lucca, Firenze, Grosseto e Siena	640	+12,0%
Caffè e dolci di Torino	617	+14,8%
Salumi di Modena	589	-6,9%
Ortofrutta di Bari e Barletta-Andria-Trani	578	+9,7%
Ortofrutta di Ferrara, Forlì Cesena e Ravenna	578	-4,0%
Carni di Verona	550	+3,8%

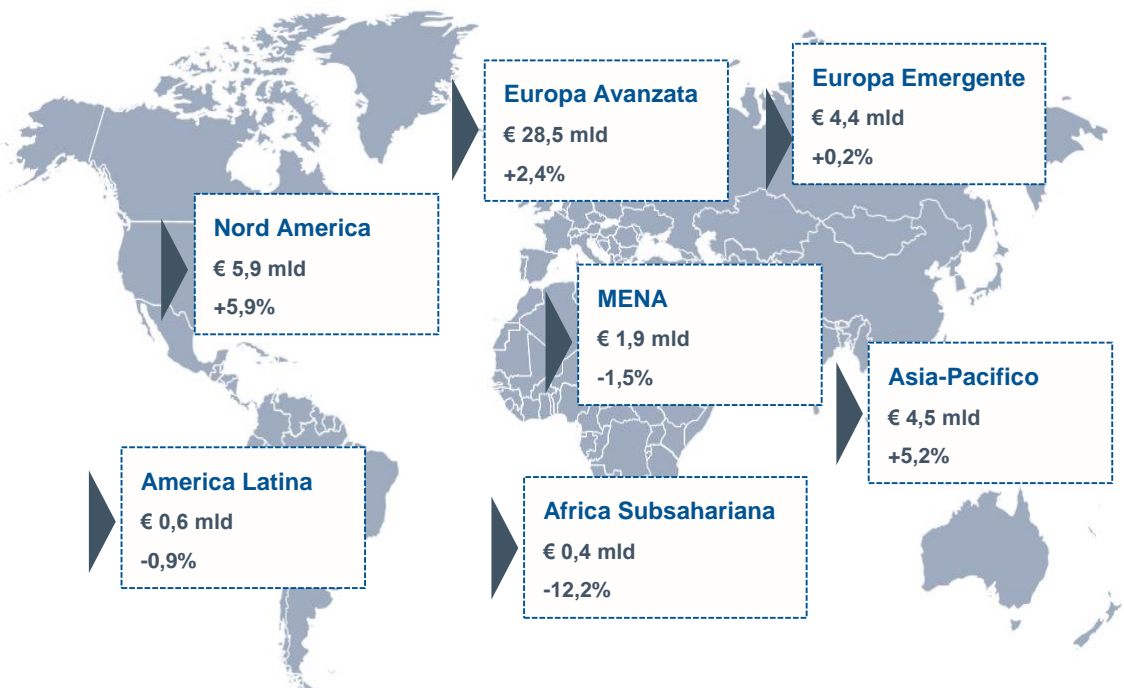
- Le prime 15 specializzazioni territoriali italiane rappresentano quasi il 28% del settore agroalimentare e sono concentrate in **Piemonte, Campania, Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana e Puglia.**
- **La dinamica dei comparti di specializzazione è stata molto diversificata:** le performance spaziano da +20,7% per i prodotti alimentari di Parma a -6,9% dei salumi di Modena.
- Come per l'export nazionale a reagire meglio alla crisi sono stati i prodotti legati al consumo domestico, quali le **conserven di Salerno e l'olio di Lucca, Firenze, Grosseto e Siena.**

Performance eterogenee per le destinazioni dell'export di agroalimentare

Buoni ritmi di crescita verso Asia, Nord America ed Europa avanzata

Esportazioni italiane di agroalimentare per area, 2020

(€ mld e var. % annua; valori correnti)



- Nel 2020 i mercati dell'**Europa avanzata** hanno accolto quasi due terzi dell'export italiano di agroalimentare, mostrando una crescita del 2,4%.
- **In crescita anche Nord America e Asia-Pacifico**, mentre sono rimaste sostanzialmente stabili le esportazioni verso l'**Europa emergente**. Forte **contrazione per l'Africa Subsahariana** e, in misura minore, per l'area **MENA e America Latina**.
- **Il tasso di crescita dell'agroalimentare nel 2021 sfiorerà la doppia cifra** e sarà ancora una volta trainato dalla domanda proveniente da Asia e mercati avanzati.
- In particolare, tassi molto positivi sono attesi per l'export di agroalimentare verso **Germania, Stati Uniti, Giappone, Svizzera, Polonia, Canada, Cina e Corea del Sud**.

Spunti di riflessione

Quali le prospettive future?

- **Canale Ho.Re.Ca. centrale per l'accelerazione delle vendite all'estero.** In termini di prospettive per l'export il settore potrà beneficiare dell'avanzamento delle campagne vaccinali in molti mercati chiave e del conseguente incremento dei consumi legati alla riapertura del settore Ho.Re.Ca. e alle maggiori occasioni sociali.
- **Crescente interesse riguardo la sostenibilità della filiera agroalimentare.** Lo scorso anno la Commissione europea ha varato la strategia «*Farm to Fork*» come parte del *Green New Deal*, studiata per rendere il sistema alimentare europeo equo, sano e rispettoso dell'ambiente.
- **Fondi per il rilancio del settore inclusi nel PNRR.** Il Piano dedica circa € 7 mld a Economia circolare e agricoltura sostenibile, per garantire un più elevato standard di vita alle persone e ridurre gli impatti ambientali. I temi della sostenibilità sono già rilevanti nel settore agroalimentare italiano: il nostro Paese, ad esempio, è secondo al mondo per l'export di prodotti bio dopo gli Stati Uniti.
- Il potenziale per l'agroalimentare Made in Italy è alto, **serve però differenziare i mercati di sbocco considerando**, oltre ai mercati già consolidati, **anche mercati potenziali** che genereranno domanda nei prossimi anni. Oltre ad affrontare i vari vincoli strutturali che caratterizzano il settore, occorre quindi organizzarsi in termini di risorse umane, finanziarie, di gestione dei rischi, senza sottovalutare gli aspetti formativi e informativi.

Grazie