#### FONDAZIONE EDISON - UNIONE ITALIANA FOOD

**EDISON** 



L'importanza dei settori di Unione Italiana Food nell'economia italiana ed internazionale





# L'importanza dei settori di Unione Italiana Food nell'economia italiana ed internazionale Fondazione Edison - Unione Italiana Food (Unionfood)

La Fondazione Edison, nata a Milano nel 1999, ha lo scopo di sostenere e svolgere iniziative nel campo della cultura e della ricerca scientifica per favorire la conoscenza e lo studio degli aspetti socioeconomici, culturali e civili che riguardano i sistemi produttivi locali e distretti industriali. La Fondazione Edison si propone di catalizzare intorno ai suoi programmi soggetti differenti che possano quindi apportare diversi contributi di analisi: università, centri studi, enti e istituti di ricerca, associazioni e fondazioni.

Unione Italiana Food è la primaria associazione in Italia per rappresentanza diretta di categorie merceologiche alimentari e tra le prime in Europa. Una "casa" associativa che ha come mission la valorizzazione e la tutela di aziende, prodotti e settori che sono tra le eccellenze della nostra industria e che ogni giorno sono chiamati a nuove sfide sui mercati di tutto il mondo.

© Fondazione Edison, anno 2023

© Unione Italiana Food, anno 2023

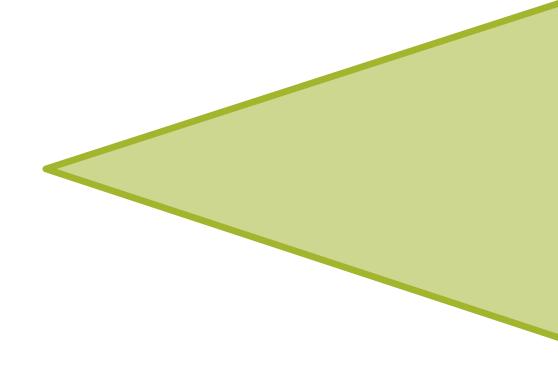
**56** 



### **Indice**

Sommario e conclusioni: I 20 numeri chiave di Unionfood da ricordare	6
La rilevanza mondiale dei prodotti delle industrie alimentari (di Mario Piccialuti)	8
Fondazione Edison e Unionfood: le ragioni di una collaborazione (di Marco Fortis)	10
Lo scenario macroeconomico internazionale, europeo e italiano dopo la pandemia	14
Le industrie alimentari italiane nella composita filie agro-alimentare del Made in Italy	era 36

Il rilievo dei settori Unionfood nell'economia italiana

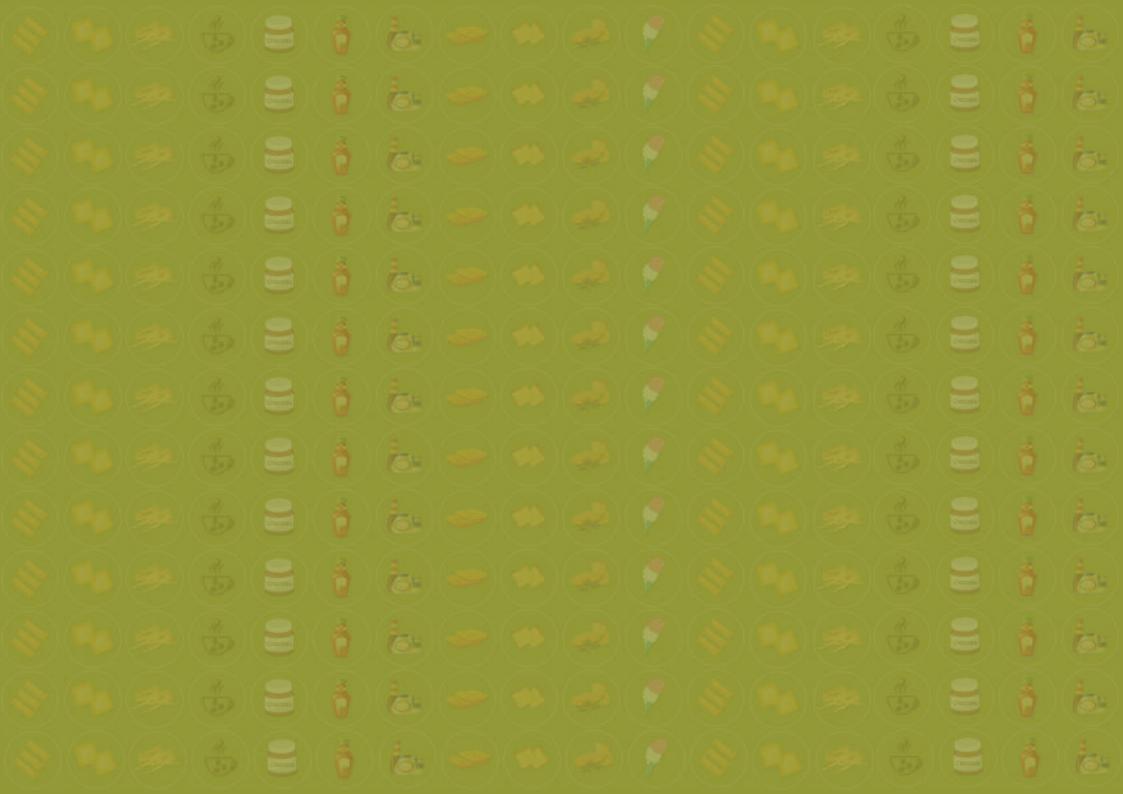




e internazionale









#### Sommario e conclusioni

#### I 20 numeri chiave di UNIONFOOD da ricordare

- ♦ 50,7 miliardi di euro è il **Fatturato totale** dei settori rappresentati da **Unionfood** nel 2022
- ♦ Oltre 100.000 è il numero di Occupati totali rappresentati dai settori Unionfood nel 2022
- ◆ Considerando i Principali settori di Unionfood (succhi di frutta e di ortaggi lavorati e conservati, gelati, fette biscottate e biscotti; prodotti di pasticceria conservati, paste alimentari, cuscus e prodotti farinacei simili, cacao, cioccolato, caramelle e confetterie, tè e caffè, preparati omogeneizzati e alimenti dietetici) l'Italia è al primo posto in Europa (davanti a Germania, Francia e Spagna), per valore della loro produzione, pari a 27,4 miliardi di euro e per numero di occupati, pari a 92.300 addetti nel 2019
- ◆ L'Export totale dei settori Unionfood è pari a 18,1 miliardi di euro nel 2022, pari a circa il 30% dell'export totale del settore agroalimentare italiano e al 47% del solo export dell'industria alimentare
- ◆ Vi sono 11 Prodotti "top" Unionfood, in cui l'Italia è prima o seconda al mondo per migliore bilancia commerciale con l'estero; in particolare, in 5 di essi è prima (pasta secca; cioccolato, escluse le tavolette, e creme spalmabili di cioccolato; pasta farcita; pasta all'uovo e gelati) e in 6 è seconda (caffè torrefatto; panetteria e pasticceria industriale; preparazioni per salse e condimenti; cialde e cialdine; salse di pomodoro e ketchup; fette biscottate)

- ➡ Il surplus con l'estero degli 11 prodotti top Unionfood del 2022 avrebbe pagato interamente l'Import di gas naturale dalla Russia del 2021 (ultimo anno prima dello scoppio della guerra russo-ucraina), pari a 10,2 miliardi di euro. Oppure paga oggi l'Import di gas naturale liquefatto (GNL) dai due principali Paesi fornitori dell'Italia, Qatar e Stati Uniti, pari a 9,4 miliardi di euro nel 2022. Oppure, ancora, paga abbondantemente l'intero Import italiano di smartphone, pari a 5,9 miliardi di euro nello stesso anno.
- ◆ I 6 prodotti top Unionfood dei comparti pasta e prodotti da forno, con il loro surplus pari 5,7 miliardi di euro nel 2022, pagano interamente l'Import italiano di autovetture diesel di grossa cilindrata dalla Germania, pari a 4,3 miliardi di euro nello stesso anno
- ♦ I 2 prodotti top Unionfood dei comparti caffè e cioccolato, con il loro surplus pari 3,3 miliardi di euro nel 2022, pagano interamente l'Import italiano di apparecchi tv e monitor, pari a 2,3 miliardi di euro nello stesso anno
- ↑ I 2 prodotti top Unionfood dei comparti salse e condimenti, con il loro surplus pari 1,2 miliardi di euro nel 2022, pagano interamente l'Import italiano di minerali di ferro, pari a 0,7 miliardi di euro nello stesso anno
- ♦ Nel 2022 il Surplus commerciale con l'estero degli 11 prodotti top Unionfood ha raggiunto un peso record storico del 13% sul totale del surplus commerciale complessivo dell'Italia esclusa l'energia













# La rilevanza mondiale dei prodotti delle industrie alimentari (di Mario Piccialuti)



Unione Italiana Food (Unionfood) è la più grande Associazione europea di categoria alimentare con la rappresentanza diretta di oltre 20 categorie merceologiche, 550 Aziende associate, più di 900 marchi, una copertura dei mercati di riferimento pari ad oltre l'80%, 50,7 miliardi di euro di fatturato di cui 18 derivanti dall'export nel 2022 (circa metà dell'export alimentare italiano), oltre 100.000 occupati tra addetti diretti e indiretti.

Si tratta di un'Associazione che rappresenta buona parte dei prodotti trasformati, confezionati ed a marchio, presenti per oltre la metà del totale dei prodotti in vendita nei supermercati ed in diverse tipologie di esercizi commerciali al dettaglio. In termini di fatturato, export e numero di addetti è pari circa ad un terzo di quello dell'industria alimentare nel suo complesso che, nelle graduatorie dei settori manifatturieri italiani è, a sua volta, al primo posto per fatturato e al secondo posto per numero di imprese, per addetti e anche per l'export in valore.

Il legame con la Fondazione Edison, che svolge un'opera di cultura e promozione della ricerca con il mondo dei sistemi locali, dei distretti industriali e delle grandi imprese italiane, nasce quindi, da un'attrazione quasi spontanea, di reciproco riconoscimento di un comune interesse di approfondire il rilievo economico e sociale del mondo Unionfood con tutti i suoi valori materiali ed immateriali che le sue produzioni sanno esprimere.

Il Rapporto racconta numeri più che sufficienti per considerare la nostra industria come parte essenziale patrimonio produttivo nazionale e che ha generato negli anni prodotti capaci di rispondere alle mutate esigenze dei bisogni e delle aspettative delle collettività e degli individui, condensatesi in quella qualità e stile di vita italiano, che è ormai divenuto un marchio globale, che tutto il mondo ci invidia e molto spesso imita.

La bilancia commerciale di alcune nostre eccellenze, l'anno scorso, è risultata in surplus tanto che avrebbe ripagato interamente l'import italiano di gas naturale dalla Russia (del 2021).

Un indicatore forte, che traduce la naturale propensione all'export dei nostri prodotti "alfieri del Made in Italy", capaci di operare una sintesi perfetta tra una tradizione alimentare forte, riconoscibile, con una radice localistica, espressione di una straordinaria biodiversità tipica del nostro Paese.

In un contesto nazionale in cui la domanda è stabile per via di una generalizzata saturazione dei consumi, è proprio l'apprezzamento di cui beneficiano i nostri prodotti sui mercati esteri a trainare le aziende, rinnovandone il vigore produttivo e la fiducia nella propria capacità espansiva.

La vocazione all'internazionalizzazione non è una rendita vitalizia ma un asset che non può prescindere







da un convinto sostegno delle nostre Istituzioni alle nostre imprese, anche sul mercato nazionale.

Troppo spesso la nostra industria è stata lasciata sola, subendo campagne denigratorie di stampo antindustriale anche alimentate da fake news tanto aggressive quanto inconsistenti. Situazioni queste peraltro sconfessate da una recente ricerca del Censis che ha evidenziato come l'industria alimentare goda di un'ottima reputazione e raccolga fiducia per oltre 87% dei consumatori italiani.

È giunto il momento di agire con tutti gli attori della filiera coinvolti per una crescita che sia sostenuta dal Sistema Paese come altri Stati fanno da tempo e sanno far bene.

Nutrizione, Sostenibilità e Internazionalizzazione sono sfide che possiamo vincere solo in un contesto nazionale favorevole e supportivo, che confermi la nostra identità e credibilità nei confini italiani e continui quindi a renderci fieri e riconoscibili anche al di fuori di essi.



(Direttore Generale Unione Italiana Food)









# Fondazione Edison e Unionfood: le ragioni di una collaborazione (di Marco Fortis)



In questa introduzione al rapporto si ritiene opportuno richiamare innanzitutto gli scopi della Fondazione Edison, poiché comprendendo gli stessi si può inquadrare adeguatamente la ratio della collaborazione con Unione Italiana Food e, di conseguenza, quella sottesa a questo rapporto.

Fin dalla sua istituzione, nel 1999, la Fondazione Edison approfondisce gli aspetti strutturali dei sistemi produttivi italiani con particolare riferimento alle sue eccellenze (e i prodotti delle industrie alimentari rientrano a pieno titolo in questa categoria)

La Fondazione Edison intende porsi anche come interfaccia di interconnessione tra vari soggetti dell'economia, della società e delle istituzioni. Come indicato chiaramente nel suo Statuto (Art. 2 – Scopi):

"La Fondazione ha lo scopo di sostenere, promuovere e svolgere iniziative nel campo della cultura e della ricerca scientifica che favoriscano l'interazione tra i valori delle comunità locali e quelli dell'innovazione, con particolare riferimento alle applicazioni del principio di sussidiarietà. La Fondazione porrà attenzione ai sistemi produttivi locali e ai distretti nella loro dinamica di interazione tra piccole-medie imprese e grandi imprese, anche in relazione ai fenomeni di internazionalizzazione. La Fondazione si occuperà inoltre dei rapporti tra università, centri di ricerca, grandi gruppi e piccole e medie aziende anche nel contesto locale, con particolare riguardo al ruolo propulsivo della ricerca

applicata per l'innovazione. [...].

In altri termini, gli obiettivi che si pone la Fondazione Edison si possono riassumere così: da un lato indagare a fondo il sistema produttivo italiano del made in Italy per verificare e dare evidenza dei suoi punti di forza (nonché individuare quelli di debolezza, per promuoverne un miglioramento); dall'altro valorizzare il ruolo delle associazioni produttive, che sono da intendersi primariamente come aggregazioni per il progresso economico. La loro utilità socio-economica è data anche dalla capacità di fare sistema per rappresentare unitamente le forze produttive italiane nelle interazioni tra economia, società ed istituzioni. Senza di esse, il principio della sussidiarietà verrebbe depotenziato.

Anche per queste ragioni la Fondazione Edison, concepita come un soggetto-interfaccia, intende valorizzare l'identità dei distretti italiani e dei sistemi d'impresa nelle loro relazioni con i soggetti istituzionali (Unione europea, Stato, regioni) e con i soggetti sociali (associazioni, università, enti di ricerca), anche e soprattutto attraverso la conoscenza di realtà produttive che o sono ignorate e trascurate o non sono valorizzate come meriterebbero, visti i benefici diretti e indiretti che portano allo sviluppo italiano.

In coerenza con questi intendimenti si collocano anche due ulteriori convinzioni. La prima è costituita dalla visione europeista con cui è nata la Fondazione











Edison. La seconda convinzione riguarda la natura stessa del sistema produttivo italiano, un unicum a livello mondiale, in cui le sinergie tra distretti, PMI, imprese più strutturate e imprese di grandi dimensioni alimentano la competitività del sistema manifatturiero italiano.

Dati questi presupposti, l'attività della Fondazione Edison si può considerare (non in via esaustiva) basata su diverse filiere di ricerca, tra cui ve ne sono alcune che rivestono un ruolo primario e si possono così rappresentare:

- 1. made in Italy, manifatturiero, imprese e distretti
- 2. agricoltura, agroindustria, industria alimentare
- 3. turismo, arte e cultura
- 4. altri filoni come tecno-scienza e piattaforme tecno-industriali:

Le 4 filiere elencate sono tra loro complementari ed è del tutto evidente che sono presenti relazioni e analogie tra le aree di analisi più generali così come all'interno di quelle più specifiche. La prima e soprattutto la seconda filiera sono le più affini alla tematica di questo rapporto; si è voluto elencarle per richiamare il metodo su cui si basano le attività della Fondazione Edison.

Le industrie alimentari rivestono un ruolo fondamentale e rappresentativo all'interno del sistema manifatturiero italiano: per molti versi sono un chiaro esempio settoriale di ciò che si verifica anche a livello più generale.

Difatti, il paradigma della Fondazione Edison "distretti-colonne-pilastri" si fonda sulla convinzione che ciò che rende attivo, vitale e competitivo il

sistema manifatturiero italiano sia la sua particolare architettura: le specializzazioni produttive (e i loro eccellenti prodotti) sono il risultato del contributo complessivo – spesso organizzato in distretti – di tante piccole medie imprese che operano in maniera integrata con le medie imprese più strutturate (colonne) e il sistema delle grandi imprese (pilastri). La forza trainante è data sovente dalle imprese del cosiddetto "quarto capitalismo", che hanno conseguito un notevole e acclarato successo in termini di crescita delle esportazioni e di capacità competitiva sui mercati internazionali.

Il modello italiano si è caratterizzato da specializzazioni diffuse ed esportazioni differenziate. Vi è un particolare bilanciamento tra un'ampia varietà nella produzione e nell'offerta di beni anche sui mercati internazionali. I prodotti italiani risultano spesso non fungibili e, anzi, sono molto ricercati per le loro qualità, identità e/o personalizzazione. E anziché essere concentrato su pochi mega-settori industriali il modello italiano è capace di esprimere molte leadership di nicchia. Inoltre, l'Italia ha avuto la capacità di mantenere sul proprio territorio tante attività produttive rispetto ad altre economie che nel deali anni hanno delocalizzato corso massicciamente.

Nell'ultimo decennio, si è assistito ad una sorta di rivincita del modello produttivo italiano, che oggi tutti riscoprono anche e soprattutto per la sua straordinaria differenziazione, che spazia ormai dai vini alla meccanica, dagli yacht alla farmaceutica, fino alla moda, alle piastrelle ceramiche, ai mobili e ai prodotti alimentari appunto.

Al tempo stesso, la filiera agroalimentare – che va dall'agricoltura all'agroindustria fino alle industrie alimentari – nel contesto dell'economia italiana si configura come una filiera verticalmente integrata







che, per certi versi, tutto il mondo ci invidia in ragione della qualità delle produzioni e delle eccellenze alimentari che è in grado di esprimere.

In recenti studi, la Fondazione Edison ha messo in risalto la forza e l'importanza della filiera agroalimentare italiana considerata nel suo insieme, evidenziando altresì i primati congiunti dell'agricoltura e dell'industria alimentare, delle bevande e dei tabacchi. Tra i settori dell'economia produttori di beni, l'agroalimentare (così inteso) è il più importante in Italia per numero di occupati, valore della produzione e valore aggiunto.

In questa filiera, l'industria alimentare, che vanta primati importanti (ma poco conosciuti) riveste un ruolo fondamentale se non essenziale, date le caratteristiche stesse del sistema manifatturiero italiano.

Le industrie dei prodotti alimentari e le loro eccellenze che fanno riferimento al perimetro di settori rappresentato da Unione Italiana Food – approfondimento di questo rapporto – sono una porzione insostituibile del Made in Italy: non solo perché i prodotti alimentari italiani sono la storia e la tradizione del nostro sistema produttivo, ma anche perché le stesse industrie alimentari hanno dimostrato di sapersi innovare. Oltre a produrre gli alimenti che consumano gli italiani quotidianamente, si sono anche orientate verso le eccellenze enogastronomiche e i prodotti di nicchia, che sono sempre più ricercati tanto nel nostro Paese quanto in Europa e più in generale sui mercati internazionali.

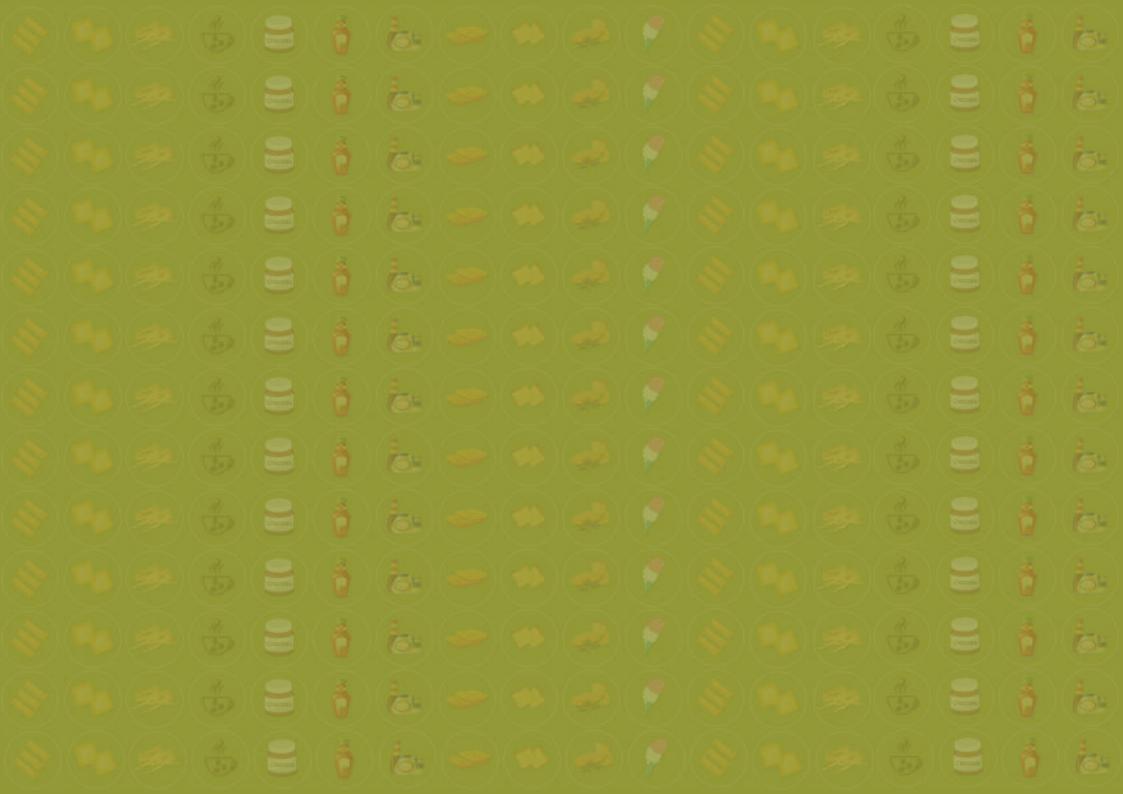
#### Marco Fortis

(Vicepresidente Fondazione Edison)











Lo scenario macroeconomico internazionale, europeo e italiano dopo la pandemia







#### 1. Il contesto economico internazionale

Superata la fase più acuta della pandemia, nel 2022 l'economia mondiale si è trovata a fare i conti con livelli di inflazione che, quanto meno nelle economie avanzate, non si pensava si sarebbero più rivisti dopo i picchi degli anni '70 e '80; livelli impensabili anche solo a fine 2021 quando hanno iniziato a manifestarsi le prime turbolenze nei prezzi, sospinti, dapprima, dalle strozzature nelle catene di fornitura globali di componenti e semilavorati conseguenti alle restrizioni poste in essere per arginare la diffusione del Covid-19 (e che in Cina sono state reintrodotte anche durante il 2022 per fronteggiare una nuova recrudescenza del virus); poi dall'esplosione nel febbraio 2022 del conflitto russo-ucraino, che ha pesantemente influito sui prezzi delle materie prime energetiche e di numerose commodity innescando, soprattutto in Europa, una preoccupante inflazione da offerta; mentre negli Stati Uniti gli squilibri nel mercato del lavoro (con circa 4milioni i posti di lavoro vacanti in più rispetto al numero di disoccupati e gli aumenti salariali che ne sono derivati) hanno contribuito ad alimentare ulteriormente un'inflazione da eccesso di domanda.

Tutto ciò ha fatto sì che nel 2022 l'economia mondiale crescesse di un più modesto +3,4%, rispetto al +6,3% registrato nel 2021 (dopo la contrazione del -3,2% del 2020). In tale contesto, nel 2022 la dinamica economica dell'Uem è tuttavia stata migliore delle attese, che scontavano gli effetti dell'invasione russa dell'Ucraina, la crisi energetica e la normalizzazione della politica monetaria dopo le misure espansive adottate per contrastare gli effetti economici della pandemia, superando ampiamente le stime di crescita formulate in primavera (in seguito all'invasione russa dell'Ucraina) da tutti i principali istituti di previsione. Al contrario di Stati Uniti e Cina che invece hanno performato meno brillantemente rispetto a quanto previsto a inizio anno, i primi a causa della forte e inattesa restrizione monetaria operata dalla Fed; la seconda per via delle stringenti misure di contenimento introdotte dalle autorità cinesi in funzione anti-Covid. In particolare, nel 2022 la crescita del Pil è stata del +3,5% nell'Uem (a fronte di una previsione del +2,8% formulata dal Fmi nel World Economic Outlook di aprile); del +2,1% negli Stati Uniti (il Fmi a gennaio prevedeva un +4.0%); del +3.0% in Cina (contro la previsione del +4,8% di gennaio, sempre ad opera del Fmi).

Ora, a poco più di un anno dall'esplosione del conflitto russo-ucraino e in un quadro di persistente elevata inflazione, le previsioni per il 2023 sono di un ulteriore rallentamento dell'economia mondiale rispetto al 2022. Il sopraggiungere della crisi delle banche californiane, innescata dal fallimento nel mese di marzo 2023 della Silicon Valley Bank e della Signature Bank (cui hanno fatto seguito in Europa le difficoltà di Credit Suisse e di Deutsche Bank), non ha tuttavia avuto gli effetti inizialmente paventati, dal momento che la crisi di liquidità è rimasta limitata alle banche coinvolte. Pertanto, i timori di una recessione mondiale nel 2023, con fulcro negli Stati Uniti, sono andati via via scemando.

In questo contesto, gli Stati Uniti sono previsti in rallentamento rispetto al 2022 (con stime che vanno da +0.7% a +1.6% a seconda degli istituti di previsione), con ripercussioni nel resto del mondo sia in termini di Pil che di commercio internazionale, entrambi attesi in decelerazione nel 2023. Più intenso il rallentamento previsto per l'Eurozona (in un range compreso tra +0,7% e +0,8%), altra economia che per dimensione – come gli Stati Uniti – può far da traino (o da zavorra) al Pil mondiale. Tra i Paesi dell'euro vi è tuttavia una forte eterogeneità in termini di crescita: tra le maggiori economie dell'area, la Germania si conferma la più fragile, l'unica per la quale si contempla la possibilità di chiudere il 2023 con una flessione del Pil (il range previsto va infatti dal -0,1% al +0,3%); la sua industria manifatturiera, molto più dipendente di quella italiana dalle catene internazionali di fornitura, soffre ancora di una insufficiente disponibilità di prodotti intermedi e rimane relativamente più esposta a possibili carenze di energia, timore che continua a frenare la produzione soprattutto dei settori energy intensive come quello della chimica. La Spagna è invece prevista in crescita del +1,3-1,7%; la Francia del +0,5-0,7%; l'Italia del +0,6-0,8%. Infine, quanto alla Cina, altra area economica che può influire in maniera determinante sulla dinamica del Pil mondiale, le previsioni sono di una crescita compresa nel range +5,1-5,8%, quindi sostanzialmente in linea o lievemente al di sotto degli obiettivi governativi del +5,5%. Occorre tuttavia considerare che una forte ripresa dell'attività economica cinese potrebbe tradursi in una interruzione del recente allentamento delle tensioni sui prezzi internazionali di molte materie prime industriali ed energetiche (incluso il gas liquido, cruciale per l'Europa), se non addirittura in una inversione di tendenza, penalizzando quindi a sua volta l'intera economia mondiale.







Il mercato delle commodity si trova così sotto l'azione di due forze di segno opposto: da una parte, il rallentamento economico di Stati Uniti e Uem spinge i prezzi internazionali delle materie prime verso il basso; dall'altra, la possibile accelerazione della domanda cinese, trainata dalla ripesa del settore delle costruzioni, li spinge invece verso l'alto. Al momento, ciò che si osserva è una loro riduzione sia per quanto riguarda le materie prime alimentari che quelle industriali, con una intensità maggiore per le commodity energetiche, pur rimanendo i loro prezzi al di sopra dei valori pre-crisi.

L'inflazione è pertanto prevista in generale rallentamento nel 2023, per quanto ancora al di sopra degli obiettivi delle autorità monetarie.

Nel complesso, per il 2023 si attende un rallentamento dell'attività economica mondiale (+2,8% secondo il Fmi, a fronte del +3,4% del 2022) che si riflette nell'andamento del commercio internazionale, che Prometeia prevede in frenata al +2,2% rispetto al precedente +4,5%. Le sanzioni decise dall'occidente a inizio 2022 per isolare commercialmente la Russia hanno in realtà penalizzato soprattutto le esportazioni dei Paesi occidentali, talvolta sostituite da quelle dei Paesi emergenti che non hanno sottoscritto le sanzioni. Come nel caso di Turchia, Egitto e Cina che hanno visto le proprie esportazioni in Russia crescere a ritmo sostenuto nel 2022, mentre per i Paesi europei e gli Stati Uniti si sono registrate contrazioni nell'ordine del 40%. Si sta assistendo così ad una ricomposizione del commercio mondiale, con i Paesi emergenti che stanno in parte subentrando ai Paesi avanzati, e i Paesi occidentali che hanno avviato processi per ridurre la dipendenza dai prodotti provenienti da Paesi ritenuti meno affidabili.

#### 2. L'economia italiana

#### Dopo il biennio d'oro 2021-2022...

In un contesto internazionale che negli ultimi tre anni ha messo su un piatto della bilancia una sequenza impressionante di "cigni neri", dalla pandemia alla guerra russo-ucraina, dal "caro-energia" all'impennata dell'inflazione, dalle interruzioni nelle catene globali delle forniture di

componenti e semilavorati alla pesante ricaduta cinese nel coronavirus, l'economia italiana ha messo sull'altro piatto dei contrappesi importanti, che le hanno permesso di reagire meglio di molte altre economie alla drammatica successione degli eventi. Si tratta non solo della elevata differenziazione produttiva che caratterizza il modello industriale italiano, meno vulnerabile alle crisi dei grandi settori degli altri paesi grazie alle sue filiere corte e ai distretti, ma anche del rafforzamento della competitività e produttività già messi a segno dall'Italia negli anni precedenti la pandemia e che hanno consentito all'Italia di conseguire negli ultimi due anni successi straordinari.

Gli ultimi dati sul PIL diffusi dall'Istat offrono un quadro plastico della robusta crescita economica che ha interessato l'Italia nel biennio 2021-2022: in due anni il Pil italiano è aumentato di quasi l'11%, registrando un +7,0% nel 2021 e un +3,7% nel 2022. E il rapporto debito pubblico/Pil è diminuito di 10,2 punti percentuali rispetto al 2020.

Secondo i dati del Fondo Monetario Internazionale diffusi nell'ultimo World Economic Outlook dell'11 aprile 2023, in entrambi il 2021 e 2022 l'economia italiana è cresciuta di più di quella mondiale nel suo complesso (+6,3% e +3,4%, rispettivamente) e di quella dell'Euro-area (+5,3% e +3,5%), nonché della media dei paesi avanzati (+5,4% e +2,7%), mentre è progredita di più del tasso medio dei Paesi emergenti nel 2021 (+6,9%) e solo di tre decimali in meno nel 2022 (+4,0%).

Nel 2022 quasi tutte le maggiori economie del mondo sono cresciute di meno di quella italiana: Stati Uniti (+2,1%), Canada (+3,4%), Cina (+3%), Giappone (+1,1%), Germania (+1,8%), Francia (+2,6%), Brasile (+2,9%), Messico (+3,1%), Sud Africa (+2,0%), Nigeria (+3,3%) e Russia (-2,1%). A livello mondiale soltanto due grandi Paesi emergenti a rapida crescita come l'Arabia Saudita (+8,7%) e l'India (+6,8%) hanno superato l'Italia. Mentre tra le maggiori nazioni europee hanno fatto meglio di noi solo la attardata Spagna (+5,5%), che ha tuttora recuperato molto meno dell'Italia la caduta del Covid-19 avvenuta nel 2020, e il Regno Unito (+4,0%), che tuttavia era in forte ritardo dopo la pandemia ed è ora per di più avviato verso un 2023 in recessione (-0,3% nelle previsioni del Fmi per l'anno in corso).







Sul fronte dei conti pubblici è bene ricordare che il nostro rapporto debito pubblico/PIL, oltre ad essersi ridotto di 10,2 punti percentuali rispetto al picco del 2020, è anche tra quelli che, in Europa, è in misura minore in mano adli stranieri: nel 2021 (ultimo dato disponibile) è stato infatti finanziato da investitori esteri per meno del 30% del totale, cioè «solo» per circa 780 miliardi di euro, mentre il debito pubblico francese lo è stato per il 46% (1.300 miliardi), quello tedesco per il 42% (1.028 miliardi), quello spagnolo per il 43% (616 miliardi), quello portoghese per il 45% (125 miliardi) e quello austriaco addirittura per il 61% (202 miliardi). E l'Italia, tra i 10 Paesi più indebitati d'Europa dopo la Grecia, presenta inoltre soltanto il settimo rapporto debito pubblico finanziato dall'estero rispetto al Pil (pari al 44% nel 2021), preceduta, tra gli altri, da Francia, Spagna e Austria. L'Italia vanta, in aggiunta, anche uno dei più bassi rapporti tra debito privato e Pil a livello mondiale (113% nel 2021) ed è l'unico dei Paesi mediterranei dell'euro ad avere una posizione finanziaria netta sull'estero positiva (+8,1% del Pil, sempre nel 2021, rispetto, per un confronto, al -32,1% della Francia, al -59,4% della Spagna, al -86,3% del Portogallo e al -148,6% della Grecia).

Sul piano della produttività e della competitività, l'industria manifatturiera, dopo aver contribuito con una crescita del 14,1% del suo valore aggiunto alla forte ripresa dell'economia italiana del 2021, è aumentata ancora dello 0,3% nel 2022, nonostante il difficile contesto internazionale e gli alti costi dell'energia e delle materie prime. Per un confronto, nel 2021 soltanto la manifattura irlandese (i cui dati sono però poco rappresentativi per le operazioni delle multinazionali che vi investono per ragioni fiscali) era cresciuta di più di quella italiana nella Unione Europea. Il che dimostra quanto si sia rafforzata la nostra industria negli ultimi anni. Lo dimostrano anche i dati dell'export manifatturiero che nel 2022 ha raggiunto i 594 miliardi di euro su un export totale di 625 miliardi. Dal 2015 al 2022, grazie alla spinta decisiva della manifattura, le nostre esportazioni complessive sono cresciute a valori correnti del 51% mentre quelle tedesche e francesi sono aumentate entrambe soltanto del 29%.

Tutti i previsori hanno dunque clamorosamente sbagliato in merito all'Italia. Il Fmi, ad esempio, a inizio 2021 prevedeva per l'Italia una crescita del +3,0%, che invece è stata del 7%; a inizio 2022 pronosticava

un +2,3%, che poi a fine anno si è rivelato essere un +3,7%. Chi due anni fa pensava che l'Italia avrebbe faticato molto ad uscire dalla fase più acuta del Covid-19, attribuendo maggiori chances di recupero alle altre economie, è stato quindi completamente smentito dagli eventi.

#### ...il buon avvio del 2023

Dopo aver sottostimato le previsioni di crescita del nostro Paese nel 2021 e 2022, i principali previsori sembrano riservare la stessa sorte anche per il 2023.

Nel primo trimestre del 2023, secondo la stima preliminare dell'Istat, il PIL dell'Italia è cresciuto dello 0,5% rispetto all'ultimo trimestre del 2022. Un aumento a cui hanno contribuito positivamente industria, servizi e domanda estera netta, mentre l'agricoltura è rimasta stazionaria. Ciò permette al nostro Paese di accumulare dopo solo tre mesi una crescita già acquisita per quest'anno dello 0,9%. Siamo dunque già oltre, per il 2023, alle stime di molti istituti di previsione (tra cui Fmi e Oecd) e vicini all'obiettivo del +1% fissato dal governo Meloni nel Documento di economia e finanza (Def). La Commissione europea e Prometeia sembrano aver preso coscienza delle potenzialità di crescita dell'Italia: la prima, nell'European Economic Forecast di primavera, indica infatti una crescita del +1,2%, addirittura superiore di due punti decimali alle stime del governo; la seconda, nel Prometeia Brief di maggio dedicato all'Italia nell'economia globale, prevede una crescita del +1,0%, in linea con l'obiettivo di crescita del Pil dell'1% indicato nel Def. Se si confermasse la crescita dell'1%, il nostro Paese in tre anni metterebbe a segno il progresso record del 12%.

Tra i grandi Paesi d'Europa nel primo trimestre dell'anno solo la Spagna è cresciuta come l'Italia. Infatti, l'aumento medio del Pil della UE nel primo trimestre 2023 è stato dello 0,3% e quello dell'Euro-area soltanto dello 0,1%. La Francia è progredita dello 0,2% mentre la Germania è rimasta addirittura ferma a zero. Rispetto al primo trimestre del 2022 la nostra crescita tendenziale è stata dell'1,8%, cioè 1 punto percentuale in più della Francia (+0,8%), mentre la Germania in un anno è arretrata dello 0,1%.







Rispetto ai livelli di PIL del quarto trimestre 2019, antecedente la pandemia, l'Italia si trova già oggi sopra del 2,4%, nettamente davanti alla Francia (+1,3%), mentre Germania (-0,1%) e Spagna (-0,2%), come anche il Regno Unito, non hanno ancora recuperato in termini reali i valori pre-Covid19. L'Italia è inoltre il Paese che dall'esplosione della pandemia ha subito il minor aumento del debito pubblico: nel primo trimestre del 2023 il debito pubblico risulta superiore del 14,4% al livello del quarto trimestre del 2019, contro il +24,2% della Francia, il 23,9% della Germania e il +22,8% della Spagna.

E il clima di fiducia di imprese e consumatori in Italia è migliorato anche ad aprile. Inoltre, il nostro export continua a crescere (+13% in valore nel bimestre gennaio-febbraio 2023 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno), davanti a quelli degli altri maggiori Paesi dell'Euro-area: Francia (+10%) e Germania (+9%).

#### Gli investimenti e il PNRR

Con il Piano Industria 4.0, avviato nel 2016, le nostre imprese hanno investito molto e sono diventate strutturalmente più competitive: il nostro Paese è infatti, oggi, tra i primi cinque al mondo per migliore bilancia commerciale con l'estero in ben 1.500 prodotti circa e ha un surplus complessivo, esclusa l'energia, di oltre 81 miliardi di dollari nel 2022.

Gli investimenti in macchinari e attrezzature, grazie ai vari Piani Industria 4.0 che si sono succeduti negli ultimi anni, sono aumentati a tassi record, sia prima sia dopo la pandemia. Questa tipologia di investimenti è da sempre alta nel nostro Paese. Ma dal 2015 in avanti l'Italia ha accelerato e nel 2022 la quota di investimenti tecnici sul Pil è risultata decisamente la più alta tra le tre maggiori economie dell'Euro-area, pari al 7,4%, contro il 6,6% della Germania e il 5,2% della Francia. Dal 2015 al 2022 gli investimenti in macchinari, impianti, ICT e mezzi di trasporto dell'Italia sono cresciuti a valori correnti di circa 42 miliardi di euro, contro gli incrementi di 36 miliardi e di 48 miliardi, rispettivamente, di Francia e Germania, che però sono economie di dimensioni nettamente maggiori

della nostra. In questo tipo di investimenti siamo sempre stati sopra la Francia in rapporto al Pil, ma nel 2022 lo siamo addirittura diventati di 2,2 punti percentuali. Mentre abbiamo raggiunto la Germania nel 2019 ed oggi la superiamo di 8 decimali secchi di distacco.

Il fatto che l'Italia, secondo i dati Eurostat di contabilità nazionale, nel 2022 abbia complessivamente speso per investimenti 457 miliardi di euro di meno della Germania e 240 miliardi in meno della Francia riflette semplicemente, in parte, le diverse dimensioni delle economie, nonché peculiarità nazionali nelle strutture delle economie stesse. Ma va anche detto che l'Italia ha molto migliorato i suoi rapporti relativi con la Germania e la Francia rispetto al 2015, quando stava appena uscendo dal lungo tunnel della doppia crisi dei mutui subprime e dei debiti sovrani.

Infatti, il divario della quota degli investimenti totali sul PIL tra Italia e Germania si è ridotto dai 3,1 punti percentuali del 2015 a un modesto 0,8% nel 2022 e il divario con la Francia è sceso da 4,6 a 3 punti percentuali. Si potrebbe obiettare che questo secondo divario è ancora alto ma occorre sapere che dei 240 miliardi che la Francia investe in più rispetto a noi ben 110 dipendono da investimenti in proprietà intellettuale, che in Francia sono strutturalmente elevati per la presenza di grandissimi gruppi nell'energia, nell'aeronautica, nei trasporti, nella chimica-farmaceutica, nell'elettronica, nonché nel lusso. Gruppi la cui presenza comunque non impedisce alla Francia di avere nel complesso una industria manifatturiera che è largamente dietro quella italiana, che è più forte e dinamica di quella transalpina per valore aggiunto ed export grazie al nostro modello vincente di piccole, medie e medio-grandi imprese diffuse, distretti e filiere corte.

Nella buona sostanza, escludendo gli investimenti in proprietà intellettuale, la quota degli investimenti sul PIL dell'Italia è infatti sostanzialmente la stessa di Francia e Germania, a conferma dell'infondatezza della tesi per cui l'Italia sarebbe un'economia "arretrata".







L'attuazione del PNRR è ora cruciale per completare il ciclo di riforme e investimenti di cui l'Italia abbisogna e per dare continuità al nuovo passo di crescita che sembra aver preso la nostra economia. Con le risorse messe a disposizione dall'Unione europea attraverso il PNRR l'Italia può infatti fare un ulteriore salto di qualità, utilizzando i fondi per aggredire

quei divari strutturali di efficienza (pubblica amministrazione, digitalizzazione) e territoriali (Nord-Sud) che ancora impediscono alla nostra economia, che è una splendida economia con una grande manifattura, per di più in fase di pieno rilancio, di dispiegare tutto il suo potenziale.









# PREVISIONI DI CRESCITA DEL PIL, ANNO 2023 (variazioni % rispetto all'anno precedente)

	Commissione europea (15 maggio 2023)	FMI (11 aprile 2023)	OECD (17 marzo 2023)	Consensus Forecasts (9 maggio 2023)	The Economist (4 maggio 2023)	Prometeia (31 marzo 2023)
Stati Uniti	1,4%	1,6%	1,5%	1,1%	0,7%	0,7%
Giappone	1,1%	1,3%	1,4%	1,0%	1,1%	1,1%
Cina		5.2%	5,3%	5,8%	5,7%	5,1%
Regno Unito	-0,2%	-0,3%	-0,2%	-0,1%	-0,2%	-0,8%
Euro area	1,1%	0.8%	0,8%	0,7%	0,8%	0,7%
Germania	0,2%	-0,1%	0,3%	0,1%	-0,1%	-0,1%
Italia	1,2%	0,7%	0,6%	0,8%	0,8%	1,0% (¹)
Francia	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%
Spagna	1,9%	1,5%	1,7%	1,6%	1,4%	1,3%

<sup>(1)</sup> Prometia Brief, maggio 2023

### PREVISIONI DI CRESCITA DELL'INFLAZIONE, ANNO 2023 (variazioni % rispetto all'anno precedente)

	Commissione europea (15 maggio 2023)	FMI (11 aprile 2023)	OECD (17 marzo 2023)	Consensus Forecasts (9 maggio 2023)	The Economist (4 maggio 2023)	Prometeia (31 marzo 2023
Stati Uniti	4,3%	4,6%	3,7%	4,2%	4,2%	4,3%
Giappone	3,2%	2,7%	2,5%	2,6%	2,2%	1,9%
Cina		2,0%	2,2%	1,8%	1,7%	3,6%
Regno Unito	6,7%	6,8%	6,7%	6,7%	6,0%	8,6%
Euro area	5,8%	5,3%	6,2%	5,5%	5,8%	5,3%
Germania	6,8%	6,2%	6,7%	6,2%	6,2%	5,3%
Italia	6,1%	4,5%	6,7%	6,1%	6,8%	5,1% (¹)
Francia	5,5%	5,0%	5,5%	5,4%	5,5%	5,3%
Spagna	4,0%	4,3%	4,2%	4,1%	4,3%	4,7%

(¹) Prometia Brief maggio 2023



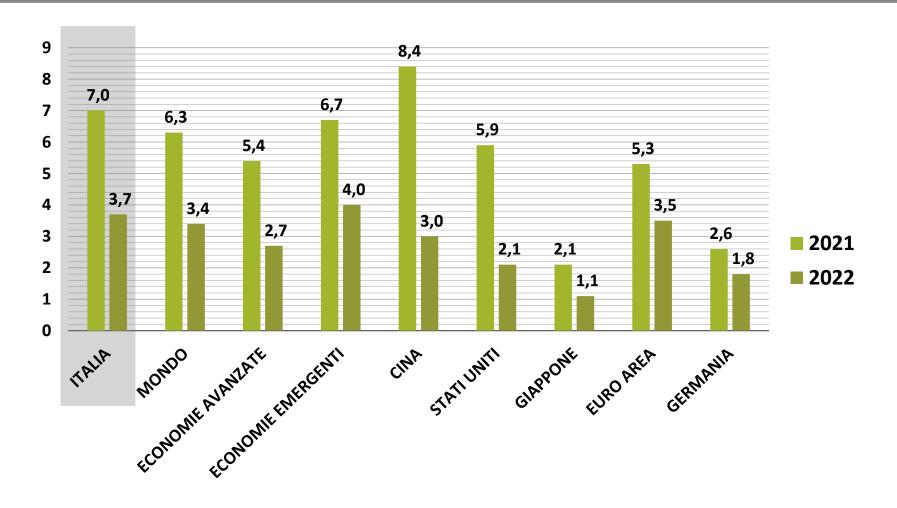




#### **CRESCITA DEL PIL NEL 2021 E NEL 2022**

(variazioni % rispetto all'anno precedente)

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati FMI, Istat e Eurostat



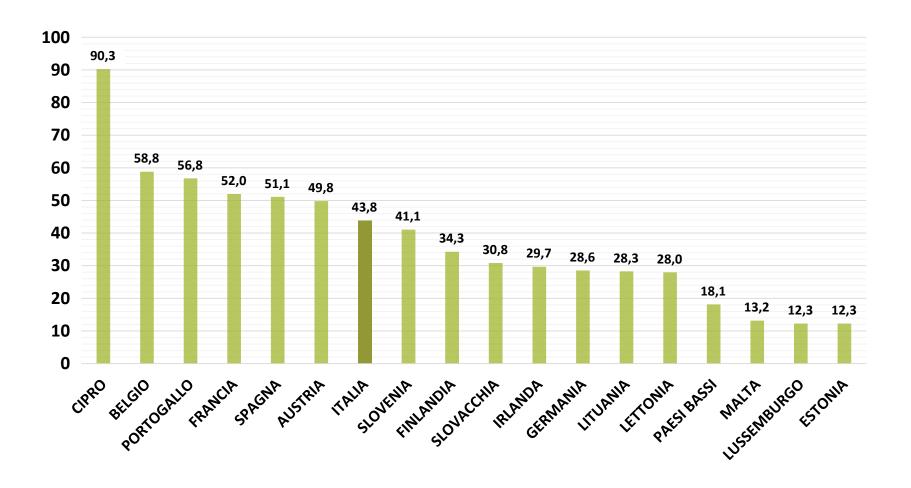






#### DEBITO PUBBLICO DETENUTO DA INVESTITORI ESTERI/PIL: ANNO 2021

(in %)



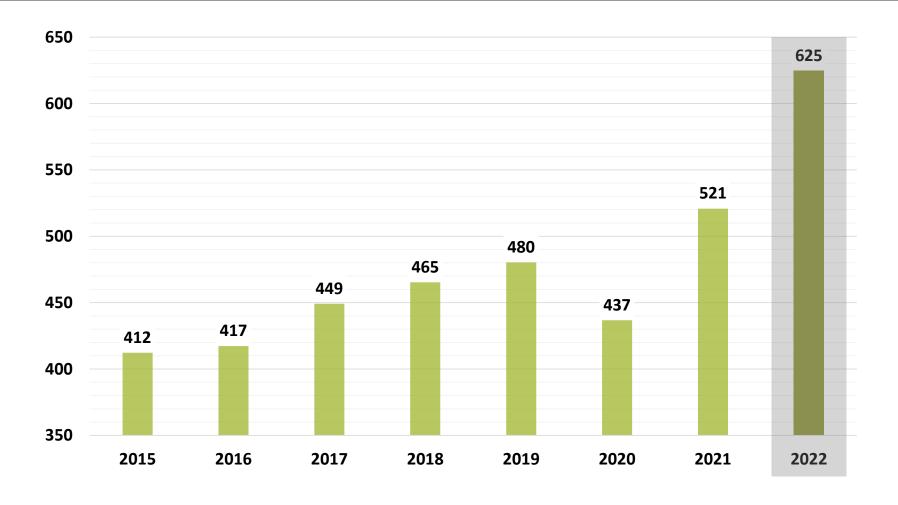






#### **ESPORTAZIONI ITALIANE IN VALORE: 2015-2022**

(miliardi di euro)



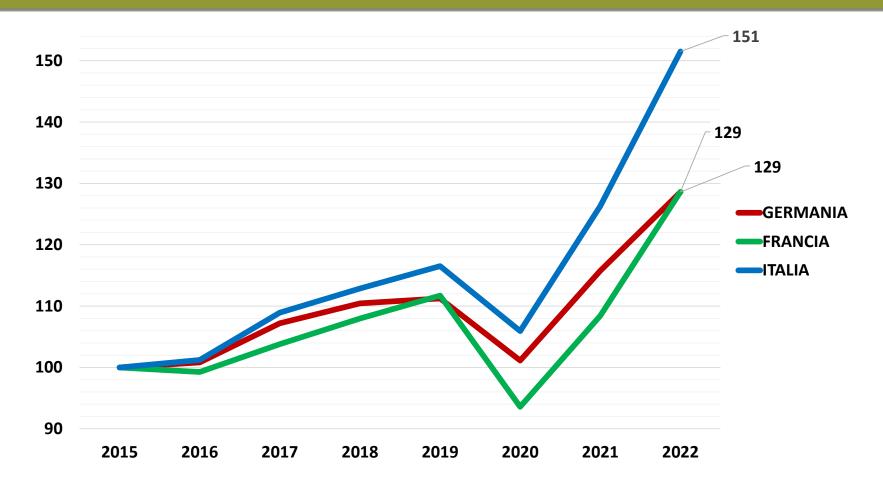






#### ESPORTAZIONI DEI 3 PRINCIPALI PAESI EUROPEI: 2015-2022

(Export in valore, indici base 2015=100)









#### INDICE DI DIFFERENZIAZIONE DEI PRODOTTI ESPORTATI: ANNO 2021

#### Alcuni Paesi del G20 e Spagna

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati UNCTAD



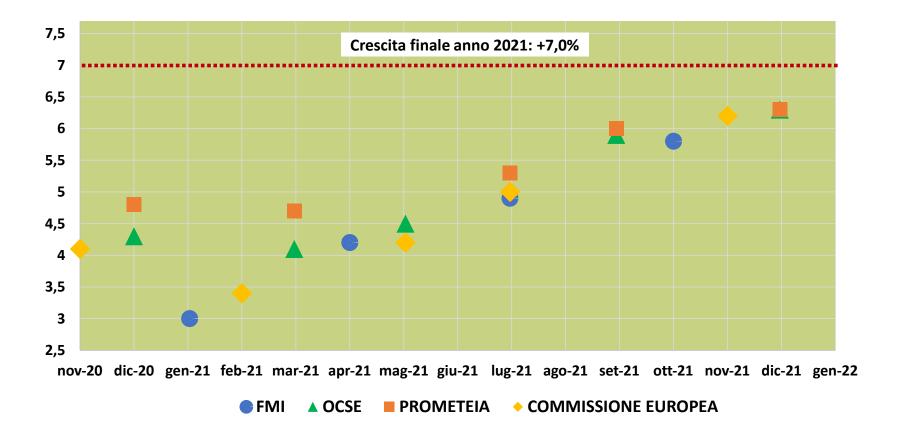






## EVOLUZIONE DELLE STIME PREVISIONALI DEL PIL ITALIANO DEI PRINCIPALI ISTITUTI DI PREVISIONE: ANNO 2021

(variazioni % su anno precedente; le date indicano il mese in cui è stata fatta la previsione) Fonte: elaborazione Fondazione Edison



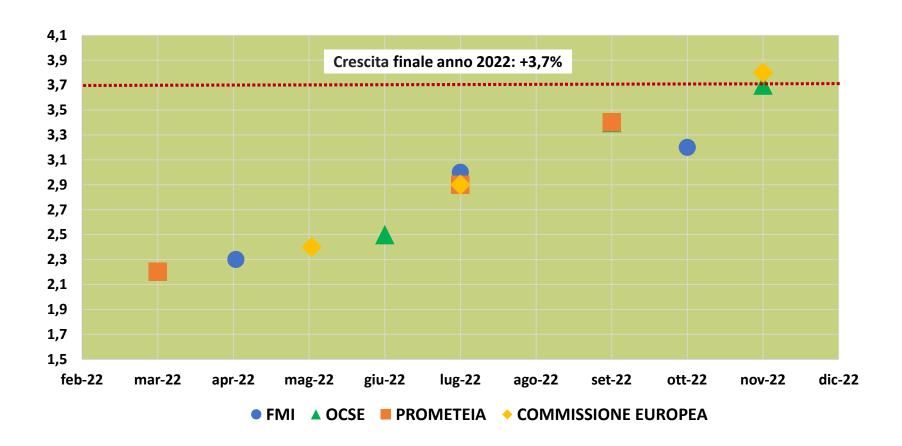






### EVOLUZIONE DELLE STIME PREVISIONALI DEL PIL ITALIANO DEI PRINCIPALI ISTITUTI DI PREVISIONE: ANNO 2022

(variazioni % su anno precedente; le date indicano il mese in cui è stata fatta la previsione) Fonte: elaborazione Fondazione Edison



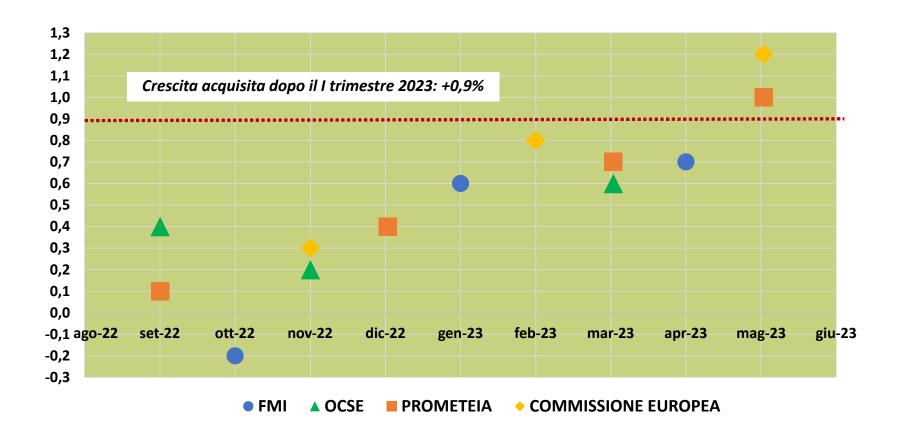






### EVOLUZIONE DELLE STIME PREVISIONALI DEL PIL ITALIANO DEI PRINCIPALI ISTITUTI DI PREVISIONE: ANNO 2023

(variazioni % su anno precedente; le date indicano il mese in cui è stata fatta la previsione) Fonte: elaborazione Fondazione Edison



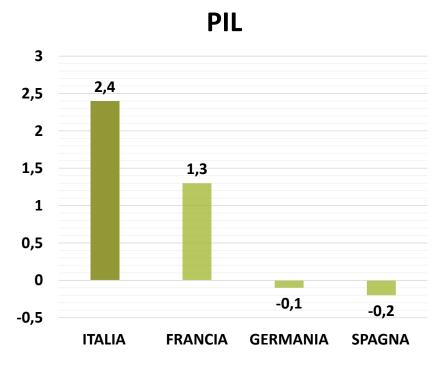


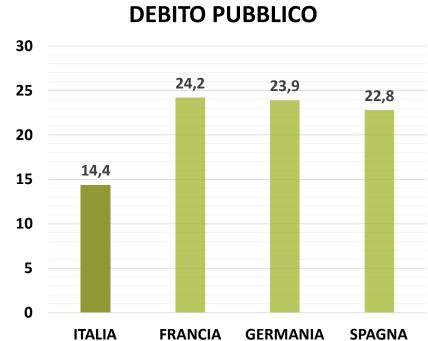




#### VARIAZIONE DEL PIL E DEL DEBITO PUBBLICO RISPETTO AI LIVELLI PRE-PANDEMIA

(PIL, dati destagionalizzati, variazione % del 1° trimestre 2023 rispetto al 4° trimestre 2019, grafico a sinistra; variazione % debito pubblico in valore 2022 su 2019, grafico a destra)





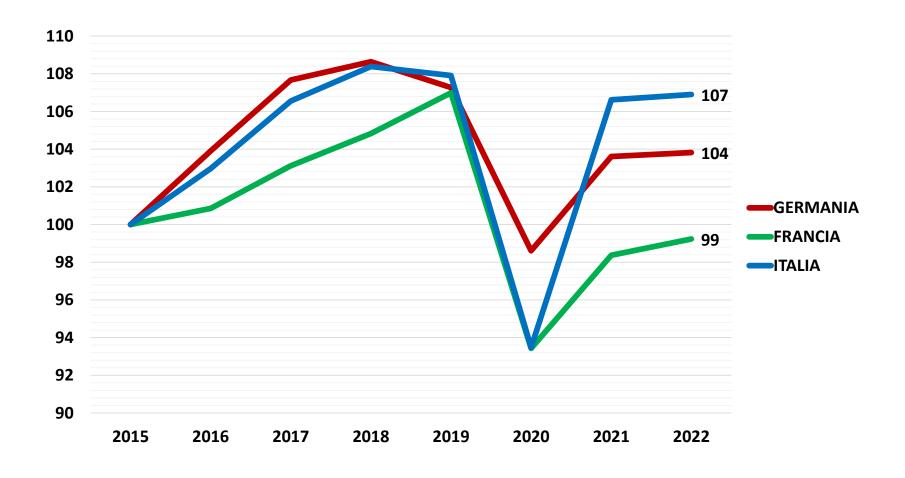






#### INDUSTRIA MANIFATTURIERA VALORE AGGIUNTO: 2015-2022

(Indici a valori concatenati, base 2015=100)

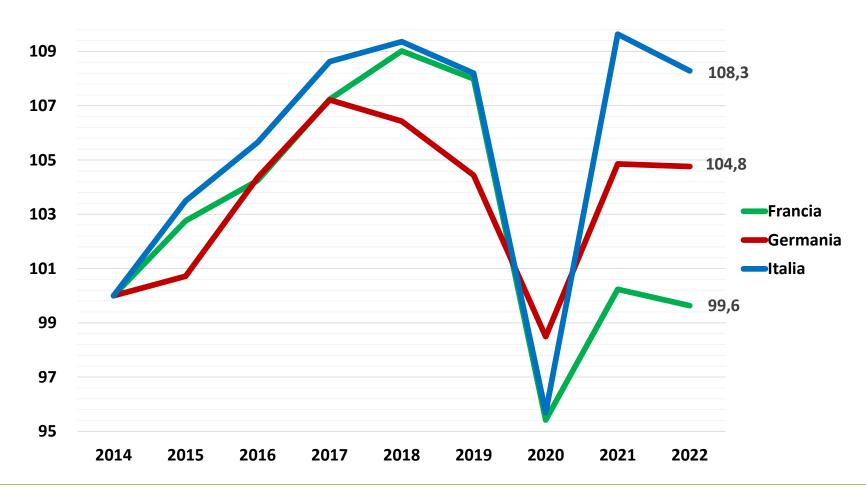








# PRODUTTIVITA' DEL LAVORO NELL'INDUSTRIA MANIFATTURIERA (valore aggiunto per occupato a prezzi costanti, indici base 2014=100) Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati OCSE

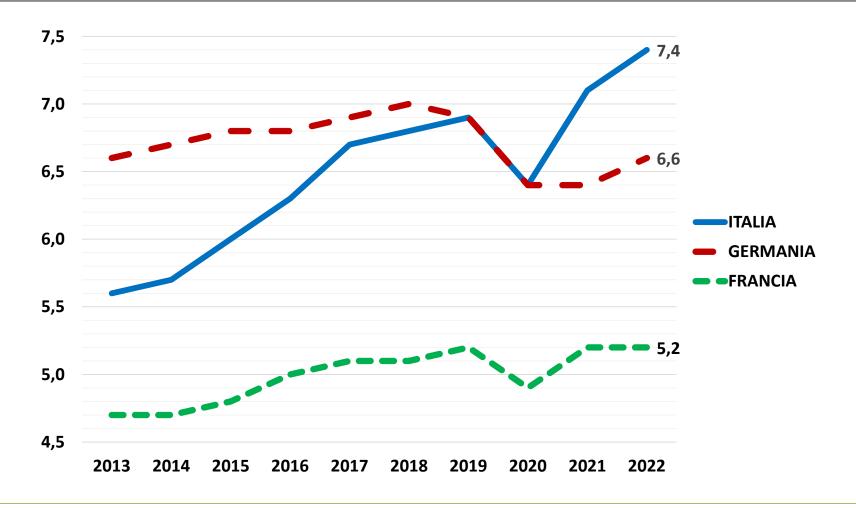








# INVESTIMENTI IN MACCHINARI, IMPIANTI, ICT E MEZZI DI TRASPORTO (Quota % sul PIL)









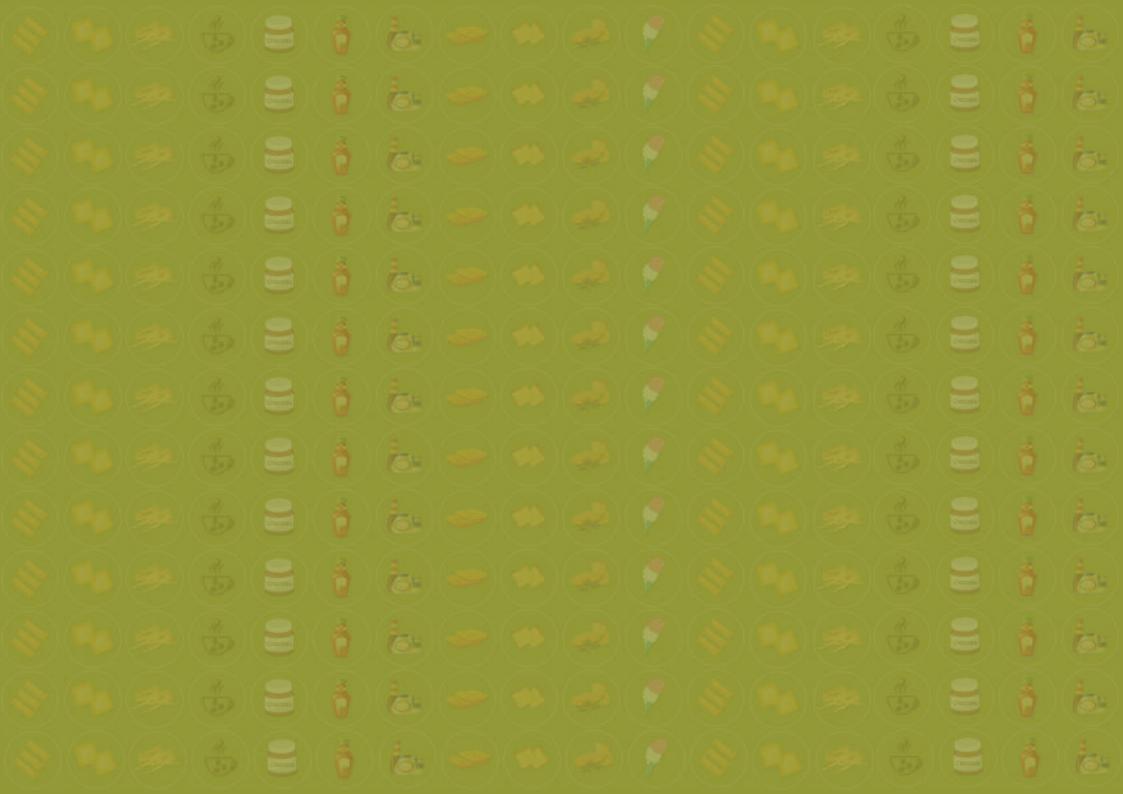
# QUOTA DEGLI INVESTIMENTI SUL PIL: ANNO 2022 (valori percentuali) GERMANIA

	GERMANIA	FRANCIA	ITALIA
INVESTIMENTI FISSI LORDI TOTALI	22,6	24,8	21,8
di cui: edilizia residenziale	7,6	6,8	5,8
edilizia non residenziale	4,7	6,3	5,4
macchinari, impianti, ICT, mezzi di trasporto	6,6	5,2	7,4
proprietà intellettuale	3,7	6,4	3,2
INVESTIMENTI ESCLUSA PROPRIETA' INTELLETTUALE	18,9	18,4	18,6











Le industrie alimentari italiane nella composita filiera agro-alimentare del Made in Italy







#### 1. La rilevanza della filiera agroalimentare italiana

La filiera agroalimentare italiana – verticalmente integrata – va dall'agricoltura all'agroindustria fino alle industrie manifatturiere alimentari, dei vini e altre bevande, del tabacco. In Italia, l'agroalimentare (così inteso) è, tra i settori dell'economia produttori di beni, il più importante per numero di occupati, valore della produzione e valore aggiunto.

La sua rilevanza è ancora maggiore data la sua evidente competitività nel commercio internazionale. Le esportazioni della filiera agroalimentare hanno superato la soglia dei 60 miliardi, raggiungendo precisamente i 60,7 miliardi di euro nel 2022. Un risultato davvero notevole e che innalza l'asticella degli anni precedenti: 52,9 nel 2021 (+15% rispetto all'anno precedente) e 46,8 miliardi nel 2020 (+13%).

Storicamente, la filiera agroalimentare italiana è risultata sempre in passivo dal punto di vista del saldo commerciale. La ragione è imputabile ai deficit soprattutto nelle materie prime, nella mangimistica, nei prodotti per il consumo umano a debole trasformazione (come la carne, il pesce, il latte, gli oli e i grassi). La domanda domestica di tali prodotti è superiore alla produzione interna e di conseguenza il nostro Paese è costretto a rifornirsi all'estero.

Ma negli ultimi anni la posizione della filiera, dal punto di vista della bilancia commerciale, è cambiata. La crescita dei flussi commerciali è stata caratterizzata da un incremento delle esportazioni superiore a quello delle importazioni, tanto che si sono registrati un pareggio del saldo commerciale nel 2019 e poi dei surplus nel 2020 e nel 2021 (rispettivamente di 3,4 e 3,9 miliardi). Nel 2022 il saldo è tornato negativo, soprattutto a causa l'impennata del prezzo di molte materie prime alimentari che ha fatto lievitare il valore delle nostre importazioni (nel solo settore primario l'aumento è stato pari a circa 5 miliardi). Su questo fenomeno hanno indubbiamente influito diversi fattori esogeni o estemporanei, come il boom dei prezzi delle commodities (alimentari e conseguenze le conflitto non) del russo-ucraino sull'approvvigionamento di molti prodotti di base (come il frumento, il mais, la soia...).

### 2. Il contributo delle industrie alimentari italiane nel commercio con l'estero

Le esportazioni delle industrie alimentari contano circa per due terzi (64%) della filiera, essendo pari a 38,9 miliardi nel 2022. Nella serie storica di lungo periodo (si ha disponibilità dei dati dal 1991), inoltre, la quota delle industrie alimentari è aumentata pressoché costantemente nel corso degli anni (era pari al 55% nel 1991).

Questa semplice considerazione mette in luce almeno due elementi di forza strutturale delle industrie alimentari all'interno della filiera agroalimentare: non solo la maggior parte delle esportazioni della filiera è costituita dai prodotti alimentari delle industrie manifatturiere ma il loro peso continua a crescere significativamente nel corso del tempo.

Nel 2022, le esportazioni sono risultate pari a 38,9 miliardi (+20%) e hanno proseguito nello slancio del 2021, in cui le esportazioni ammontavano a 32,5 miliardi (+13%). Ed è pur vero che in questi incrementi è da considerarsi la dinamica inflattiva che tanto ha impattato su tutto il sistema economico mondiale. Ma è altrettanto vero che nell'ultimo trentennio il tasso di crescita annualizzato è stato superiore al 7%, ben al di sopra dell'tasso di inflazione medio del periodo. Questo trend fa ipotizzare (con tutte le cautele del caso) un 2023 con esportazioni sopra la soglia dei 40 miliardi.

Questo è anche il segno di un'evoluzione sostanziale delle industrie stesse: hanno saputo innovarsi non solo internamente ma anche nella loro propensione all'internazionalizzazioni, accrescendo non solo la loro offerta globale ma anche la loro capacità di penetrazione sui mercati internazionali.

Le esportazioni delle categorie merceologiche rappresentate da Unione Italiana Food sono risultate pari a oltre 18 miliardi nel 2022 (+20% rispetto







all'anno precedente) e corrispondono quindi a circa la metà delle esportazioni delle industrie alimentari nel loro complesso.

Sotto il profilo del saldo commerciale, alla performance negli ultimi anni della filiera agroalimentare italiana hanno contribuito grandemente le industrie alimentari, che risultano strutturalmente in surplus da ormai 4 anni: 0,9 miliardi nel 2019, 3,5 nel 2020, 3,9 nel 2021 e 2,3 nel 2022.

Segnatamente, i prodotti che rientrano nel perimetro di Unione Italiana Food hanno generato un surplus davvero consistente: 11,6 miliardi nel 2022.

Risulta evidente quindi che la specializzazione produttiva italiana, in questa filiera, è sempre più alimentata dai prodotti delle industrie alimentari, che si sono orientate verso prodotti sempre a più alto valore aggiunto.

### 3. I molteplici primati della filiera sono una ricchezza per le industrie alimentari

A questi primati si aggiungono innanzitutto quelli della parte a monte della filiera: quella agricola e in specie delle produzioni vegetali. Dalle analisi della Fondazione Edison e Confagricoltura, l'Italia è leader in Europa (spesso alternandosi a Spagna e Francia) in una moltitudine di eccellenze per quantità prodotte (su 40 coltivazioni esaminate è, nel 2021, prima in 14 prodotti, seconda in 21 e terza in 5). Limitandoci ai primi posti, l'Italia è il principale produttore dell'UE di molte coltivazioni vegetali tipiche della dieta mediterranea, tra cui pomodori, finocchi, carciofi, melanzane, cime di rapa e indivie. Per quanto la frutta, l'Italia eccelle anche nell'uva, kiwi, albicocche, nocciole e bergamotto. L'Italia è anche il principale produttore dell'UE di riso e grano duro.

Una tale patrimonio è anche un presupposto (insieme ad altri) di molti successi delle industrie manifatturiere alimentari nonché quelle dei vini e altre bevande.

Il posizionamento di queste industrie italiane in Europa è di tutto rispetto.

Dalle analisi di Fondazione Edison (con Fondazione Argentina Altobelli) è emerso che (nel 2019, ultimo dato disponibile e attendibile), in moltissime produzioni di primaria importanza.

L'Italia è prima tra tutti i Paesi europei, ad esempio, per la: lavorazione e conservazione di frutta e di ortaggi (esclusi i succhi e le patate) con 9,6 miliardi di euro; produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili con 8,1 miliardi; lavorazione delle granaglie con 6,2 miliardi; produzione di fette biscottate e di biscotti, produzione di prodotti di pasticceria conservati con 4,2 miliardi; produzione di gelati con 1,2 miliardi.

Inoltre, il nostro Paese è secondo, tra l'altro, nella: produzione di vini da uve con 11,4 miliardi; produzione di oli e grassi con 6,1 miliardi; produzione di cacao, cioccolato, caramelle e confetterie con 5,9 miliardi; lavorazione del tè e del caffè con 5,0 miliardi.

Infine, ottiene il terzo posto per quanto riguarda altre produzioni, tra cui la: produzione di pane, prodotti di pasticceria freschi con 7,5 miliardi; produzione di mangimi per l'alimentazione degli animali da allevamento con 4,5 miliardi; produzione di succhi di frutta e di ortaggi con 1,7 miliardi; produzione di preparati omogeneizzati e di alimenti dietetici con 1,3 miliardi.

Concentrando ora l'attenzione sul perimetro più circoscritto delle vere e proprie industrie manifatturiere alimentari, emergono delle evidenze che confermano la centralità di tali industrie non solo per il nostro Paese ma anche per tutta l'Unione Europea, il nostro aggregato istituzionale-politico di riferimento.

Una misura della specializzazione (in alcuni casi ultra-specializzazione) è data dalla quota percentuale della produzione italiana di una determinata industria italiana sul totale della produzione dell'Unione Europea (per il totale delle industrie alimentari italiane è pari al 14 %).

Maggiore è la quota, più specializzato è il nostro Paese nel contesto europeo e maggiore è il suo contributo relativo all'industria alimentare







europea tutta. Ebbene, i dati (anno 2019) disponibili (alcuni sono confidenziali) descrivono la seguente situazione: la produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili raggiunge il 74% (vale a dire i tre quarti); lavorazione e conservazione di frutta e di ortaggi (esclusi i succhi di frutta e di ortaggi) il 23%; la lavorazione delle granaglie il 23%; la lavorazione del tè e del caffè il 20%; la produzione di gelati il 19% (vale a dire un quinto). Ma quote rilevanti si registrano anche per la: produzione di cacao, cioccolato, caramelle e confetterie (15%); la produzione di oli e grassi (15%) e la produzione di succhi di frutta e di ortaggi (14%). Appare evidente che molti di questi comparti sono proprio quelli appartenenti ad Unione Italiana Food.

Da ciò si può trarre una duplice conclusione: da un lato i prodotti del perimetro Unione Italiana Food rappresentano una porzione abbondante delle specializzazioni delle industrie alimentari italiane e, dall'altro, sono quelli che contribuiscono in misura maggiore anche all'industria alimentare europea.

#### 4. Distretti, colonne, pilastri

Questi risultati sono possibili grazie all'intero sistema delle industrie alimentari manifatturiere. È questo un esempio, reale e virtuoso, di ciò che è stilizzato nel paradigma della Fondazione Edison chiamato "distretti-colonne-pilastri" sul sistema manifatturiero italiano.

La peculiarità di questa "architettura" è che essa si basa sul fertile substrato dei distretti alimentari italiani – che costituiscono un unicum al mondo per eccellenza e varietà – ma si erge grazie alle colonne e i pilastri delle industrie alimentari italiane. Detto in altri termini, il successo del modello produttivo dell'alimentare italiano è "alimentato" dai distretti industriali, cioè dai sistemi locali composti da soprattutto piccole e piccolo-medie imprese, ma trova il suo slancio nelle imprese mediograndi e grandi in termini sia di capacità produttiva sia di propensione alle esportazioni.

All'interno della tradizionale specializzazione produttiva del made in Italy,

ci sono alcune imprese che hanno successo grazie alla reputazione di elevata qualità di cui godono i loro prodotti sui mercati internazionali e sono state capaci di collocarsi in settori di nicchia orientandosi al tempo stesso alle preferenze dei consumatori. Per certi versi, sono caratteristiche che richiamano quelle del cosiddetto "quarto capitalismo": si coniugano la flessibilità e l'inventiva tipiche delle imprese di dimensioni più contenute con la proiezione tecnologica e internazionale di quelle di dimensioni maggiori.

### 5. Una breve analisi strutturale delle industrie alimentari per classi di occupati

L'eccellenza dei prodotti alimentari italiani molto deve all'integrazione dei poli distrettuali (composti sovente da tante piccole e medie imprese) con le imprese più strutturate di dimensioni maggiori. In diversi casi, queste sono nate come aziende familiari e poi hanno mutato nel corso del tempo i loro modelli organizzativi (e non solo) e accresciuto le loro dimensioni, senza mai però perdere il radicamento con la cultura e la tradizione alimentare italiana. Molto spesso, le stesse imprese di dimensioni maggiori scelgono di rifornirsi da piccole e medie imprese radicate sul territorio e si instaurano collaborazioni di sistema reciprocamente vantaggiose.

Le specializzazioni produttive alimentari sono quindi il risultato del contributo complessivo dato dall'integrazione operativa di distretti, di medie imprese più strutturate (colonne) e le grandi imprese (pilastri). La peculiarità è che ogni tipologia di prodotto (soprattutto quelli nel perimetro Unione Italia Food) è potenzialmente destinata tanto al mercato interno quanto a quello estero. Le imprese più strutturate (ma non solo) hanno ottenuto già notevoli successi negli ultimi decenni e puntano ad accrescere la presenza dei prodotti del Made in Italy.

La ricchezza di questo comparto risiede forse proprio nel bilanciamento tra tradizione e innovazione, tra promozione della cultura alimentare italiana e la propensione ad esportala con forme e modalità sempre più moderne.







Una breve analisi dei dati sulle imprese alimentari italiane per classi di occupati offre spunti di particolare interesse per farne emergere le caratteristiche strutturali (nel periodo 2008-2020, di cui si ha la disponibilità dei dati). Per semplicità si possono suddividere le imprese in base al numero di occupati e stabilendo come soglia i 50 occupati. Si considerino imprese "micro e piccole" quelle come meno di 50 occupati ed imprese "medie e grandi" quelle con almeno 50 occupati.

Le imprese industrie alimentari italiane sono all'incirca 50mila. Le imprese medie e grandi (con almeno 50 occupati) sono poco più 900, in crescita costante nell'arco del periodo considerato, e rappresentano quindi meno del 2% di tutte le imprese delle industrie alimentari.

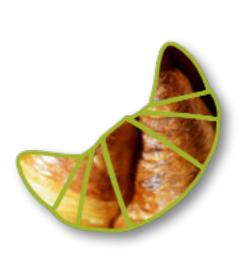
Eppure, le imprese medie e grandi impiegavano circa 140mila (circa un terzo del totale) nel 2008 e ora danno occupazione ad oltre 180mila persone. Dato che gli occupati complessivi sono circa 424mila, significa che le imprese medie e grandi danno lavoro ad almeno il 40% degli occupati nelle industrie alimentari.

Il valore della produzione delle imprese alimentari è costantemente aumentato nel corso degli anni, passando da 98miliardi a oltre 117 miliardi. Di questi, dalle imprese medie e grandi sono attualmente generati circa 80 miliardi (quasi il 70%, con un'incidenza crescente negli anni).

Ma i dati che forse impressionano di più riguardano il valore aggiunto: quello complessivo è passato, con un andamento pur altalenante, da 17 miliardi nel 2008 a circa 23 miliardi nel 2020; inoltre, alla fine degli anni 2000 le imprese medie e grandi generavano una metà abbondante (circa 55%) del valore aggiunto complessivo del comparto, mentre negli ultimi anni la quota ha supera i due terzi (circa 64% nel 2019 e 68% nel 2020), con una notevole progressione negli anni delle imprese con più di 250 occupati.

Considerazioni analoghe valgono anche in termini di gross operating surplus.





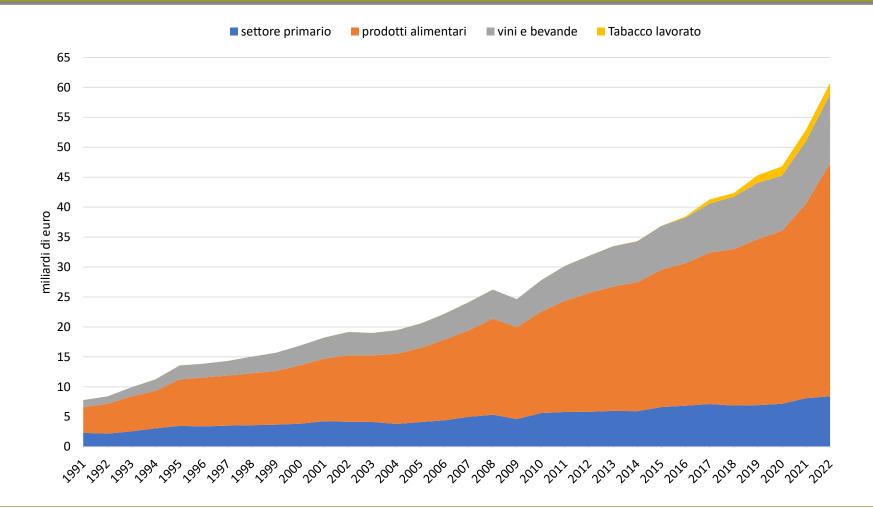








#### **ESPORTAZIONI DELLA FILIERA AGROALIMENTARE ITALIANA**

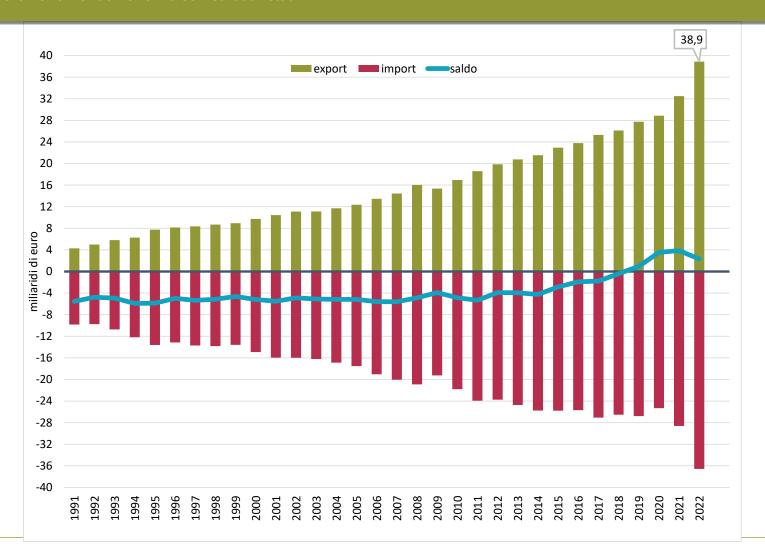








#### FLUSSI COMMERCIALI DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI ITALIANE









## L'ITALIA E' IL PRIMO PRODUTTORE UE DI ..... (ANNO 2021)

Fonte: elaborazione Fondazione Edison e Confagricoltura su dati Eurostat















## L'ITALIA E' IL SECONDO PRODUTTORE UE DI ..... (ANNO 2021)

Fonte: elaborazione Fondazione Edison e Confagricoltura su dati Eurostat





OLIVE DA OLIO



**ANGURIE** 



**MELONI** 



**MANDORLE** 



**CASTAGNE** 









## L'ITALIA E' IL TERZO PRODUTTORE UE DI ..... (ANNO 2021)

Fonte: elaborazione Fondazione Edison e Confagricoltura su dati Eurostat



**ASPARAGI** 



**AGLIO** 



**PRUGNE** 



CECI, LENTICCHIE E ALTRI LEGUMI



**OLIVE DA TAVOLA** 









#### PER VALORE DELLA PRODUZIONE L'ITALIA È PRIMA NELLA UE IN 7 SOTTO-SETTORI CON UN VALORE DI 30 MILIARDI DI EURO

#### POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA NELLA UE: SOTTO-SETTORI DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI, DELLE BEVANDE E DEL TABACCO IN CUI L'ITALIA RISULTA PRIMA PER VALORE DELLA PRODUZIONE, ANNO 2019



SOTTO-SETTORI	PRODUZIONE (mld di €)	QUOTA SUL TOTALE UE
altra lavorazione e conservazione di frutta e di ortaggi	9,6	24%
produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili	8,1	75%
lavorazione delle granaglie	6,2	39%
produzione di fette biscottate e di biscotti, produzione di prodotti di pasticceria conservati	4,2	24%
produzione di gelati	1,2	20%
produzione di margarina e di grassi commestibili simili	0,8	51%
produzione di altre bevande fermentate non distillate	0,1	89%







#### PER VALORE DELLA PRODUZIONE L'ITALIA È SECONDA NELLA UE IN 6 SOTTO-SETTORI CON UN VALORE DI 32 MILIARDI DI EURO

# POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA NELLA UE: SOTTO-SETTORI DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI, DELLE BEVANDE E DEL TABACCO IN CUI L'ITALIA RISULTA SECONDA PER VALORE DELLA PRODUZIONE, ANNO 2019



SOTTO-SETTORI	PRODUZIONE (mld di €)	QUOTA SUL TOTALE UE
produzione di vini da uve	11,4	29%
produzione di oli e grassi	6,1	27%
produzione di cacao, cioccolato, caramelle e confetterie	5,9	15%
lavorazione del tè e del caffè	5	22%
distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici	3	19%
produzione di amidi e di prodotti amidacei	1	22%







#### PER VALORE DELLA PRODUZIONE L'ITALIA È TERZA NELLA UE IN 9 SOTTO-SETTORI CON UN VALORE DI 57 MILIARDI DI EURO

#### POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA NELLA UE: SOTTO-SETTORI DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI, DELLE BEVANDE E DEL TABACCO IN CUI L'ITALIA RISULTA TERZA PER VALORE DELLA PRODUZIONE, ANNO 2019

SOTTO-SETTORI	PRODUZIONE (mld di €)	QUOTA SUL TOTALE UE
industria lattiero-casearia, trattamento igienico, conservazione del latte	18,9	15%
produzione di prodotti a base di carne, inclusa la carne di volatili	10,7	12%
produzione di pane, prodotti di pasticceria freschi	7,5	9%
industria delle bibite analcoliche, delle acque minerali e di altre acque in bottiglia	5,8	13%
produzione di altri prodotti alimentari nca	5,7	18%
produzione di mangimi per l'alimentazione degli animali da allevamento	4,5	11%
produzione di succhi di frutta e di ortaggi	1,7	15%
industria del tabacco	1,3	5%
produzione di preparati omogeneizzati e di alimenti dietetici	1,3	19%









### SELEZIONE DELLE PRINCIPALI SPECIALIZZAZIONI PRODUTTIVE DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI ITALIANE: ANNO 2019

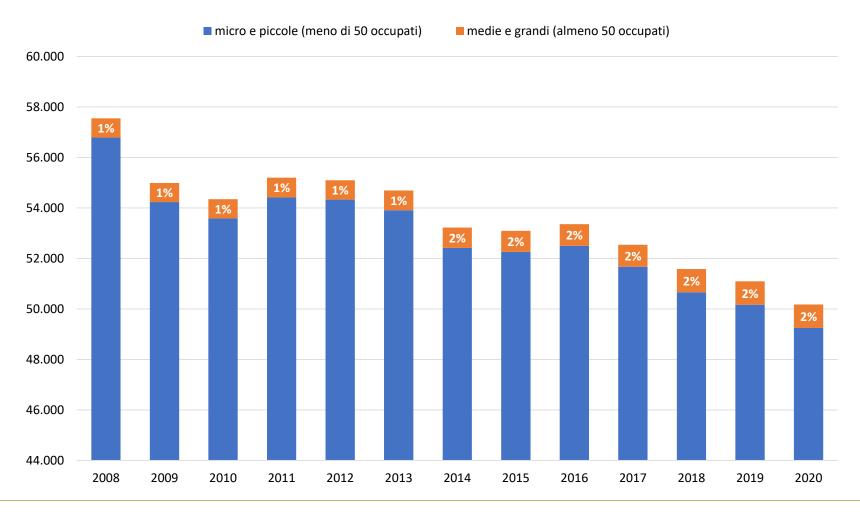
Industrie alimentari	quota % sulla produzione UE		
Produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili	74%		
Lavorazione e conservazione di frutta e di ortaggi (esclusi i succhi di frutta e di ortaggi)	23%		
Lavorazione delle granaglie	23%		
Lavorazione del tè e del caffè	20%		
Produzione di gelati	19%		
Produzione di cacao, cioccolato, caramelle e confetterie	15%		
Produzione di oli e grassi	15%		
Produzione di succhi di frutta e di ortaggi	14%		
Totale industrie alimentari	14%		







#### IMPRESE DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI ITALIANE

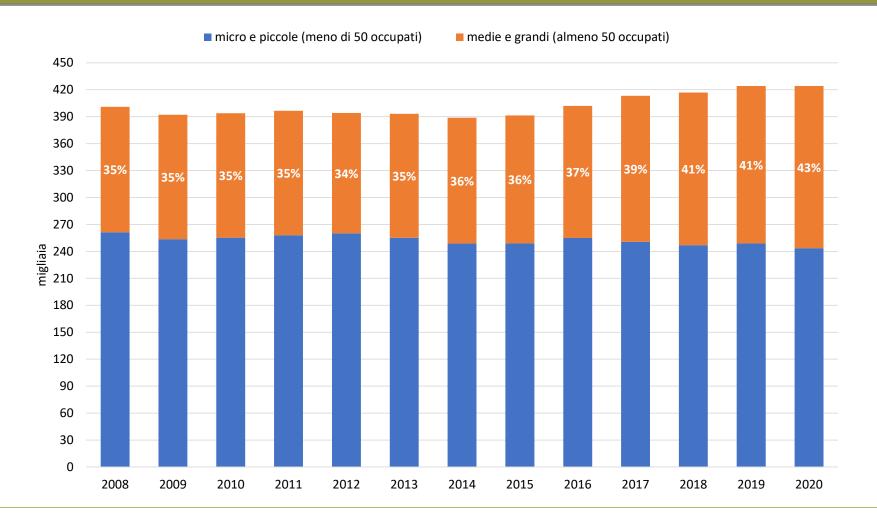








#### PERSONE OCCUPATE NELLE INDUSTRIE ALIMENTARI ITALIANE

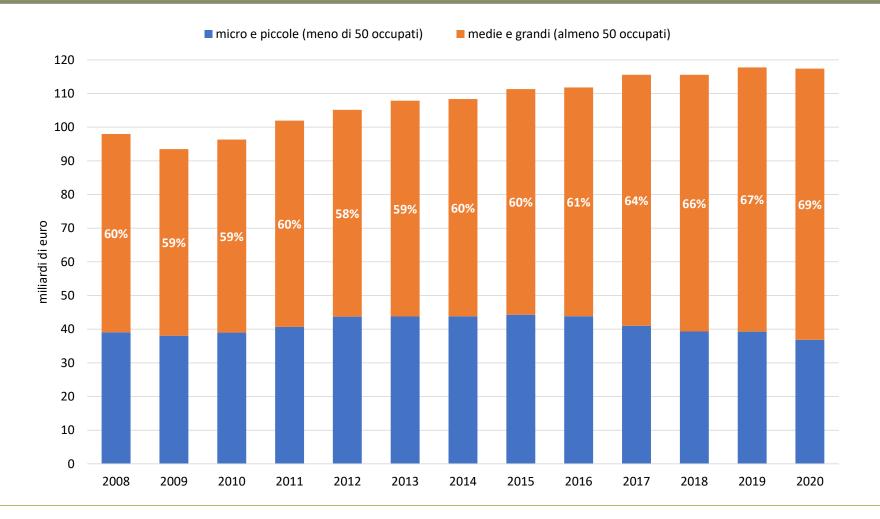








#### VALORE DELLA PRODUZIONE DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI ITALIANE

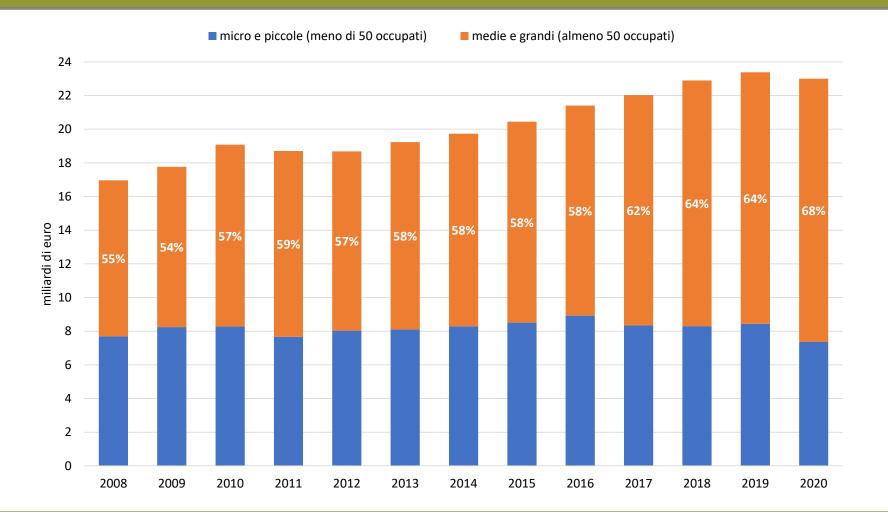








#### VALORE AGGIUNTO AL COSTO DEI FATTORI DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI ITALIANE

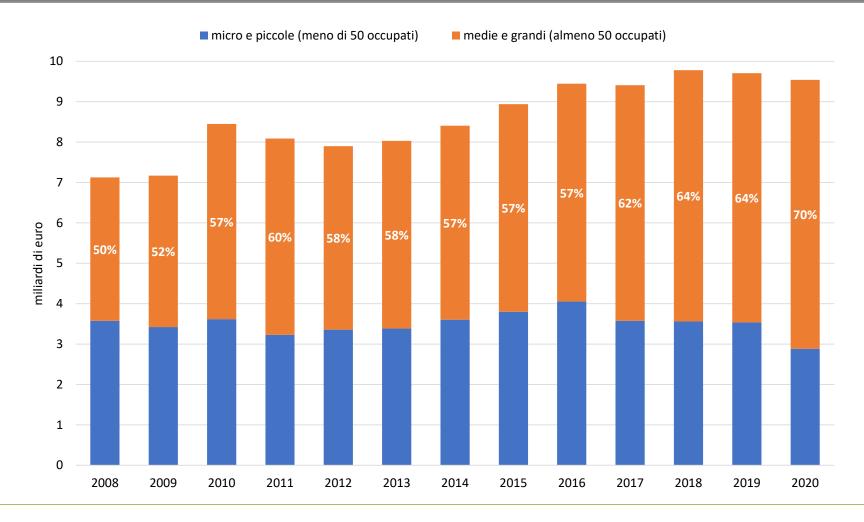






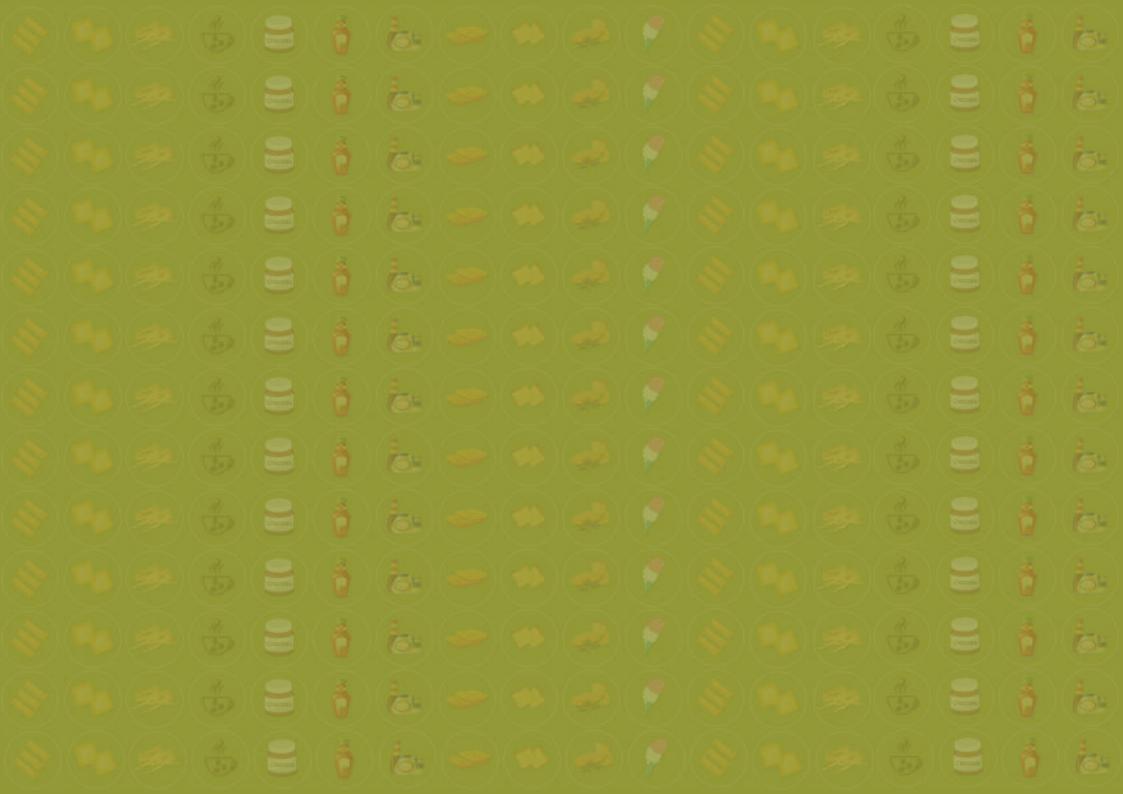


#### **GROSS OPERATING SURPLUS DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI**











Il rilievo dei settori di Unione Italiana Food nell'economia italiana e internazionale







### 1. Le dimensioni economiche dei settori rappresentati da Unionfood

Il settore agroalimentare italiano, con la sua filiera verticalmente integrata che tutto il mondo ci invidia per la qualità delle produzioni e le eccellenze alimentari che è in grado di esprimere, è un autentico pilastro dell'economia reale italiana.

Al suo interno, per ciò che attiene al segmento dell'industria manifatturiera alimentare, un ruolo determinante è ricoperto dai prodotti rappresentati dall'associazione Unionfood, che elenchiamo qui di seguito:

- caffè
- cereali (fiocchi, cereali soffiati, cereali estrusi, barrette di cereali)
- confetteria (caramelle dure, ripiene, mou, gommose, antiche pastiglie, liquirizie morbide e dure, liquirizia, gomme da masticare, marroni canditi, gelatine di frutta, torrone, confetti)
- cioccolato (tavolette, cioccolatini, crema da spalmare, uova di cioccolata, snack al cioccolato, altri prodotti al cacao, semilavorati)
- gelati (da passeggio, da asporto, sfusi)
- integratori e salute (vitamine, minerali, aminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre, probiotici/prebiotici, piante ed estratti di origine vegetale)
- nutrizione specializzata (alimenti per la prima infanzia, alimenti a fini medici speciali, alimenti per persone intolleranti al glutine/celiaci, alimenti per la perdita ed il controllo del peso, sostituti del pasto per il controllo del peso, alimenti per sportivi)
- pasta
- preparazioni alimentari (brodi, minestre, salse e sughi; prodotti per gelato; prodotti di gastronomia; preparati per torte, pizze, dessert, bevande e affini; lieviti; prodotti della panificazione e affini)

- prodotti alimentari (tè, spezie, erbe infusionali e aromatiche; chips e snacks; miele; involucri naturali per salumi)
- prodotti da forno (biscotti, crackers, fette biscottate, lievitati di ricorrenza, merendine, torte, brioche e torte a temperatura controllata)
- prodotti surgelati
- prodotti vegetali (confetture, marmellate e conserve di frutta; vegetali in aceto, salamoia, olio e funghi diversamente conservati; succhi e nettari di frutta e ortaggi; prodotti ortofrutticoli quarta gamma)

Nel 2022 il fatturato dei settori rappresentati da Unionfood è stato pari a 50,7 miliardi di euro; gli occupati nei medesimi settori sono oltre 100.000; l'export totale ha raggiunto i 18,1 miliardi di euro.

### 2. Il peso dei prodotti Unionfood a livello europeo in termini di valore della produzione e occupazione

Non per tutti i singoli prodotti che rientrano nel perimetro dell'associazione Unionfood sono disponibili statistiche ufficiali, trattandosi di prodotti individuati con un elevato livello di dettaglio: il confronto sul piano europeo in termini di valore della produzione e di occupazione è infatti possibile solo fino alla disaggregazione a 4 cifre della classificazione NACE, che si ferma ad aggregati produttivi più ampi. In particolare, i prodotti rappresentati dall'associazione Unionfood sono riconducibili alle 7 seguenti voci NACE:

- > succhi di frutta e di ortaggi lavorati e conservati

- > paste alimentari, cuscus e prodotti farinacei simili

- > preparati omogeneizzati e alimenti dietetici





Infine, è bene chiarire che si è mantenuto il 2019 come anno di riferimento dell'analisi (anche se già disponibile il 2020) perché non inficiato dagli effetti della pandemia che hanno reso il 2020 un anno estremamente anomalo.

Detto ciò, la prima evidenza è che a livello europeo l'Italia è il primo Paese sia per valore della produzione che per numero di addetti nell'aggregato delle 7 voci che comprendono i prodotti rappresentati da Unionfood.

In particolare, l'Italia è il primo Paese a livello europeo con un valore della produzione stimato in 27,4 miliardi di euro nel 2019, seguita da Germania (22,8 miliardi), Francia (16,3 miliardi) e Spagna (13,2 miliardi).

Quanto al peso dei singoli comparti, i principali prodotti in termini di valore della produzione sono, per l'Italia, le "paste alimentari, cuscus e prodotti farinacei simili" (30% circa dell'aggregato), seguiti dal "cacao, cioccolato, caramelle e confetterie" (21,5% dell'aggregato), dal "tè e caffè" (18,2%) e dalle "fette biscottate e biscotti; prodotti di pasticceria conservati" (15,3%).

L'Italia è altresì il primo Paese in Europa per numero di occupati, pari a oltre 92mila unità. Coerentemente con il valore della produzione, i settori con il maggior numero di addetti sono le "paste alimentari, cuscus e prodotti farinacei simili" (30% dell'aggregato) e, a seguire, il "cacao, cioccolato, caramelle e confetterie" (21,2% dell'aggregato), il "tè e caffè" (18,2%) e le "fette biscottate e biscotti; prodotti di pasticceria conservati" (17,5%). In Europa, seguono la Germania (con quasi 90mila addetti), la Francia (oltre 66mila) e la Spagna (quasi 59mila).

### 3. Le principali specializzazioni dell'Italia nei prodotti Unionfood: il rilievo degli "11 prodotti TOP" nel commercio mondiale

Le statistiche di commercio estero, disponibili per tutti i Paesi del mondo e con un elevato livello di dettaglio, consentono di realizzare confronti più ampi e di entrare nella specificità dei singoli prodotti.

L'aspetto più qualificante che è emerso dall'analisi dei prodotti Unionfood nel commercio internazionale è l'esistenza di 11 prodotti, che definiremo «top», nei quali l'Italia detiene nel mondo importanti primati in termini di export e di bilancia commerciale. Tali prodotti, individuati all'interno del perimetro delle attività rappresentate da Unionfood sulla base del sistema armonizzato a 6 cifre, sono i seguenti:

- paste alimentari, non cotte, né farcite né altrimenti preparate, non contenenti uova (pasta secca)
- paste alimentari, non cotte, né farcite né altrimenti preparate, contenenti uova (pasta all'uovo)
- paste alimentari farcite con carne o altre sostanze, anche cotte o altrimenti preparate (pasta ripiena)
- prodotti della panetteria, pasticceria e biscotteria, anche con aggiunta di cacao (escluso pane croccante, pane con spezie, biscotti dolcificati, cialde, cialdine, fette biscottate, pane tostato e prodotti simili tostati)
- caffè torrefatto (non decaffeinizzato)
- cioccolata e altre preparazioni alimentari contenenti cacao, in recipienti di contenuto =< 2 Kg (escluse tavolette, barre o bastoncini, nonché cacao in polvere)
- preparazioni per salse e condimenti
- ♦ ketchup e salse di pomodoro
- ♦ gelati
- ♦ fette biscottate, pane tostato e prodotti simili tostati

Nell'aggregato di questi 11 prodotti «top» Unionfood l'Italia è prima al mondo sia per export che per avanzo commerciale. Se invece si considera singolarmente ciascuno di questi 11 prodotti TOP Unionfood l'Italia è comunque sempre ai vertici mondiali, apparendo prima o seconda sia per export che per surplus commerciale con l'estero.







In termini aggregati, nel 2022 l'export complessivo dell'Italia degli 11 prodotti «top» Unionfood è stato pari a 12,8 miliardi di dollari, nettamente più alto di quello di Germania (9,9 miliardi di dollari), Stati Uniti (6,5 miliardi), Canada (6 miliardi) e Belgio (5,7 miliardi) nell'export dei medesimi prodotti. Il surplus commerciale complessivo con l'estero è invece stato pari a 11 miliardi di dollari, precedendo nettamente Germania (3,2 miliardi di dollari), Polonia (3 miliardi), Belgio (2,9 miliardi) e Svizzera (2,5 miliardi).

Entrando nel merito dei singoli prodotti, sono 5 i prodotti «top» in cui l'Italia detiene la migliore bilancia commerciale al mondo; essi sono: la pasta secca (2,9 miliardi di dollari); il cioccolato, escluse le tavolette, e creme spalmabili di cioccolato (1,5 miliardi); la pasta ripiena (0,7 miliardi); la pasta all'uovo (0,2 miliardi) e i gelati (0,2 miliardi), per un totale di 5,6 miliardi di surplus commerciale.

Nei rimanenti 6 prodotti «top» l'Italia è invece seconda al mondo per surplus commerciale con l'estero: caffè torrefatto (2 miliardi di dollari); panetteria e pasticceria industriale (1,5 miliardi); preparazioni per salse e condimenti (1 miliardo); cialde e cialdine (0,6 miliardi); salse di pomodoro e ketchup (0,3 miliardi); fette biscottate (0,1 miliardi), per un totale di 5,4 miliardi di avanzo commerciale.

### 4. Le principali specializzazioni dell'Italia nei prodotti Unionfood: il rilievo degli 11 prodotti «top» nel commercio estero italiano

L'export complessivo degli 11 prodotti «top» Unionfood nell'ultimo decennio è più che raddoppiato, passando da 5,8 miliardi di euro del 2012 a 12,2 miliardi del 2022, crescendo dunque in valore assoluto di ben 6,4 miliardi di euro a prezzi correnti.

Ad oggi, i 12,2 miliardi di euro di export degli 11 prodotti «top» Unionfood sono così ripartiti: ai vertici della classifica per valore di esportazioni si posizionano le paste alimentari non contenenti uova (con 2,8 miliardi di euro di export), il caffè torrefatto non decaffeinizzato (con 2,1 miliardi di euro), i prodotti della panetteria, pasticceria e biscotteria, escluse cialde

e fette biscottate (anch'essi con 2,1 miliardi di euro di export). Con un export superiore al miliardo di euro vi sono anche il cioccolato (non in tavolette) e creme spalmabili al cacao (1,7 miliardi) e le salse e condimenti (1,1 miliardi). Completano la classifica le cialde e cialdine (700 milioni), la pasta ripiena (678 milioni), i gelati (357 milioni), la salsa "ketchup" e altre salse al pomodoro (344 milioni), la pasta all'uovo (223 milioni), le fette biscottate e il pane tostato e prodotti simili tostati (108 milioni).

Nel decennio 2012-2022, i maggiori incrementi in valore assoluto sono stati registrati dall'export di pasta non all'uovo (+1.328 milioni di euro); caffè torrefatto (+1.171 milioni); prodotti della panetteria, della pasticceria o della biscotteria (+1.146 milioni); salse e condimenti (+788 milioni); cioccolato (non in tavolette) e creme spalmabili di cioccolato (+708 milioni).

I più forti aumenti in percentuale hanno invece riguardato le esportazioni di salse e condimenti (+245%); cialde e cialdine (+199%); salse di pomodoro e ketchup (+156%); caffè torrefatto (+124%); pasta ripiena (+121%); prodotti della panetteria, della pasticceria o della biscotteria escluse cialde e fette biscottate (+119%).

I forti incrementi di export registrati nell'ultimo decennio dagli 11 prodotti «top» del perimetro Unionfood hanno consentito di generare un surplus tale da coprire importanti voci di import.

Il surplus commerciale con l'estero di tali prodotti, che espresso in euro è stato pari a 10,5 miliardi nel 2022, avrebbe infatti permesso di pagare interamente l'import italiano di gas naturale dalla Russia del 2021 (ultimo anno prima dello scoppio della guerra russo-ucraina), che era stato pari a 10,2 miliardi di euro; permette oggi di pagare l'import di gas naturale liquefatto (GNL) dai due principali Paesi fornitori dell'Italia, Qatar e Stati Uniti (che ha in gran parte sostituito l'import di gas naturale dalla Russia), pari a 9,4 miliardi di euro nel 2022; oppure, ancora, di pagare abbondantemente l'intero import italiano di smartphone, risultato pari a 5,9 miliardi di euro nel 2022.





Il surplus dei soli 6 prodotti «top» Unionfood dei comparti pasta e prodotti da forno, pari a 5,7 miliardi di euro nel 2022, ha invece più che pagato l'import italiano di autovetture diesel di grossa cilindrata (> 1.500 cc) dalla Germania, pari a 4,3 miliardi di euro nello stesso anno.

Mentre il surplus dei due prodotti top Unionfood dei comparti caffè e cioccolato (3,3 miliardi di euro) ha più che pagato l'intero import italiano di apparecchi TV e monitor, pari a 2,3 miliardi. E quello dei due comparti delle salse e condimenti e del ketchup e salse al pomodoro (1,2 miliardi di euro) l'import di minerali di ferro (0,7 miliardi).

### 5. I principali mercati di destinazione degli "11 prodotti top Unionfood"

Infine, un ulteriore punto di forza degli 11 prodotti «top» Unionfood, è la forte diversificazione dei mercati di destinazione, altro elemento importante per valutare appieno la competitività di un Paese e/o di un settore, oltre alla quota di export detenuta nel mercato mondiale. Una eccessiva concentrazione dell'export su pochi mercati di destinazione (o su pochi prodotti) può infatti rappresentare un elemento di debolezza che, tuttavia, non riguarda i prodotti Unionfood.

Nel 2022 i principali mercati di destinazione dei prodotti «top» Unionfood esportati dall'Italia sono stati, nell'ordine: Germania, Francia, Stati Uniti, Regno Unito, Spagna, Paesi Bassi, Polonia e Svizzera. Questi primi 8 mercati, complessivamente, hanno assorbito circa il 61% dell'export totale degli 11 prodotti «top», pari a 7,4 miliardi di euro. In valore assoluto si va dagli 1,8 miliardi esportati in Germania (primo mercato) ai 302 milioni esportati in Svizzera (ottavo mercato). In termini percentuali, verso la Germania si è diretto il 14,4% dell'export italiano degli 11 prodotti qui considerati; verso la Francia si è diretto il 13,1%; l'11,9% si è diretto negli Stati Uniti; l'8,5% nel Regno Unito; il 4,3% in Spagna; il 2,9% nei Paesi Bassi e in Polonia; il 2,5% in Svizzera. Non vi è dunque un singolo mercato predominante: le prime 3 destinazioni dell'export ricoprono all'incirca lo stesso peso, senza arrivare a superare nel complesso il 40% delle esportazioni degli 11 prodotti "top" Unionfood; le altre 5 principali destinazioni si suddividono il rimanente 21%.

Il restante 39% dell'export, pari a 4,8 miliardi di euro, è estremamente diversificato, con ben 30 Paesi in cui l'Italia esporta gli 11 prodotti «top» Unionfood per valori compresi da 50 a 300 milioni di euro. E altri 31 Paesi verso i quali il valore dell'export è compreso tra 10 e 49 milioni.

Entrando nel merito di ogni singolo prodotto, la pasta alimentare non contenente uova (che rappresenta il 22,9% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») è venduta principalmente in Germania, Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Giappone: verso tali Paesi è diretto il 57,5% dell'export italiano di paste alimentari non all'uovo (che, in euro, si traduce in ben 1,6 miliardi su un export totale di 2,8). In particolare, le quote di mercato detenute da ciascuno di questi 5 Paesi sono rispettivamente il 17,1%, il 15,9%, l'11,8%, il 9,5% e il 3,2%.

Il caffè torrefatto (17,3% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») viene esportato soprattutto in Germania, Francia, Polonia, Stati Uniti e Grecia: questi 5 Paesi assorbono il 43% dell'export complessivo italiano di caffè torrefatto (910 milioni, su un export totale di 2,1 miliardi di euro nel 2022); le quote di mercato detenute da ciascuno di questi 5 Paesi sono, nell'ordine: 16,0%, 9,9%, 7,6%, 5,2% e 4,4%.

I prodotti della panetteria, pasticceria e biscotteria (che coprono un ulteriore 17,3% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») sono venduti soprattutto in Germania, Francia, Stati Uniti, Regno Unito e Spagna: questi 5 Paesi intercettano il 56,5% dell'export italiano dei prodotti di panetteria, pasticceria e biscotteria (1,2 miliardi su un export totale italiano di 2,1 miliardi), nelle seguenti e rispettive misure: 16,4%; 15,8%; 10,0%; 8,3%; 5,9%.

La cioccolata e le altre preparazioni alimentari contenenti cacao (13,8% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») sono vendute soprattutto in Francia, Germania, Regno Unito, Spagna e Canada, che nel complesso assorbono una quota complessiva di export del 43,6% (733 milioni, su un export italiano di 1,7 miliardi di euro); le quote di mercato detenute da ciascuno di questi 5 Paesi sono rispettivamente il 16,8%, l'8,5%, il 7,7%, il 6,7% e il 3,8%.







Le salse e i condimenti (9,1% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») vengono esportati soprattutto negli Stati Uniti, in Germania, Francia, Regno Unito e Svizzera per una quota complessiva del 67,5% (750 milioni, su un export italiano di 1,1 miliardi di euro); le quote di mercato detenute da ciascuno di questi 5 Paesi sono rispettivamente il 31,9%, il 14,7%, il 9,4%, l'8,6% e il 2,9%. Dunque, fatta eccezione per gli Stati Uniti, che coprono da soli quasi un terzo del mercato estero italiano di salse e condimenti, il resto dell'export italiano è ampiamente diversificato in termini di destinazione geografica.

Quanto agli altri prodotti, caratterizzati da valori di export più contenuti, le cialde e cialdine (5,7% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») sono vendute principalmente in Francia (15,2%), Stati Uniti (13,4%), Arabia Saudita (9,8%), Germania (5,8%) e Spagna (3,7%), per una quota complessiva del 47,9%. Tradotto in euro, si tratta di un export di 336 milioni, su un totale italiano di 700 milioni.

La pasta ripiena (5,5% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») è venduta prevalentemente in Francia (21,4%), Regno Unito (15,6%), Germania (12,4%), Stati Uniti (11,3%) e Spagna (9,6%); complessivamente questi 5 Paesi intercettano il 70,4% dell'export italiano di pasta ripiena che, tradotto in euro, corrisponde a un export di 477 milioni su un totale italiano di 678 milioni.

I gelati (che rappresentano il 2,9% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») sono esportati soprattutto negli Stati Uniti (13,2%), Germania (12,4%), Regno Unito (12,3%), Spagna (11,9%) e Francia (11,6%), per una quota complessiva del 61,5%. In valore, l'export di gelati verso i 5 principali Paesi di destinazione è pari a 219 milioni, su un export totale del settore pari a 357 milioni.

Il "ketchup" e le altre salse al pomodoro (2,8% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») sono vendute primariamente in Germania (28,1%), Francia (18,2%), Svizzera (6,4%), Stati Uniti (5,4%) e Regno Unito (4,7%), per una quota complessiva del 62,9%. In euro, si tratta di 216 milioni di euro di export, su un totale di 344 milioni.

La pasta all'uovo (1,8% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») è esportata soprattutto in Francia (16,8%), Stati Uniti (15,4%), Regno Unito (12,7%), Germania (9,7%) e Spagna (5,5%), Paesi che nel loro complesso assorbono il 60,1% dell'export italiano del settore; tale quota si traduce, in valore, in un export di 134 milioni su un totale di 223 milioni.

Infine, il comparto di nicchia delle fette biscottate e del pane tostato e prodotti simili tostati (0,9% dell'export complessivo degli 11 prodotti «top») esporta soprattutto nei Paesi Bassi (13,9%), Francia (10,6%), Spagna (10,2%), Regno Unito (9,7%) e Stati Uniti (8,0%), per una quota complessiva del 52,3%. In euro, si tratta di 56 milioni su un export totale italiano del settore pari a 108 milioni.







#### VALORE DELLA PRODUZIONE DI ALCUNI DEI PRINCIPALI PRODOTTI DEI SETTORI UNIONFOOD NEI 4 MAGGIORI PAESI DELLA UE: ANNO 2019 (miliardi di euro)

	Italia	Germania	Francia	Spagna
Succhi di frutta e di ortaggi lavorati e conservati	1,7	3,0	0,6	2,7
Gelati	1,2	0,7	0,7	0,8
Fette biscottate e biscotti; prodotti di pasticceria e conservati	4,2	2,9	2,0	2,7
Paste alimentari, cuscus e prodotti farinacei simili	8,1	0,4	1,0	0,3
Cacao, cioccolato, caramelle e confetterie	5,9	10,8	3,1	2,8
Tè e caffè	5,0	3,6	6,6	3,2
Preparati omogenizzati e alimenti dietetici	1,3	1,3	2,2	0,9
Totale	27,4	22,8	16,3	13,2
Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat				



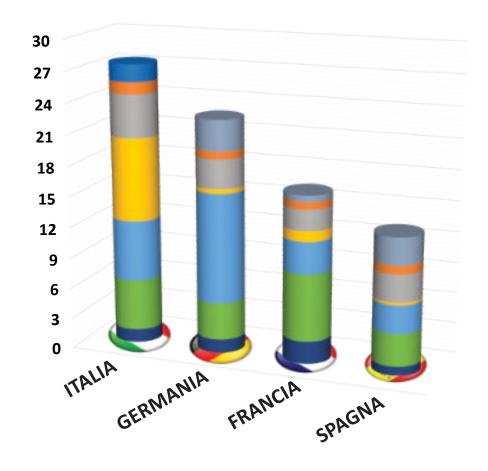




### PRIMI 4 PAESI UE PER VALORE DELLA PRODUZIONE DI ALCUNI DEI PRINCIPALI PRODOTTI DEI SETTORI UNIONFOOD: ANNO 2019 (miliardi di euro)



- Gelati
- Fette biscottate e biscotti; prodotti di pasticceria conservati
- Paste alimentari, cuscus e prodotti farinacei simili
- Cacao, cioccolato, caramelle e confetterie
- Tè e caffè
- Preparati omogenizzati e alimenti dietetici









## OCCUPATI NELLA PRODUZIONE DI ALCUNI DEI PRINCIPALI PRODOTTI DEI SETTORI UNIONFOOD NEI 4 MAGGIORI PAESI DELLA UE: ANNO 2019 (migliaia)

	Italia	Germania	Francia	Spagna
Succhi di frutta e di ortaggi lavorati e conservati	3,8	8,5	1,9	5,9
Gelati	4,5	3,9	3,2	5,7
Fette biscottate e biscotti; prodotti di pasticceria e conservati	16,2	15,5	11,2	15,6
Paste alimentari, cuscus e prodotti farinacei simili	27,6	2,8	3,9	1,2
Cacao, cioccolato, caramelle e confetterie	19,6	42,4	18	14,9
Tè e caffè	16,8	12	21,4	10,5
Preparati omogenizzati e alimenti dietetici	3,7	4,7	6,8	5,1
Totale	92,3	89,7	66,3	58,9
Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat				

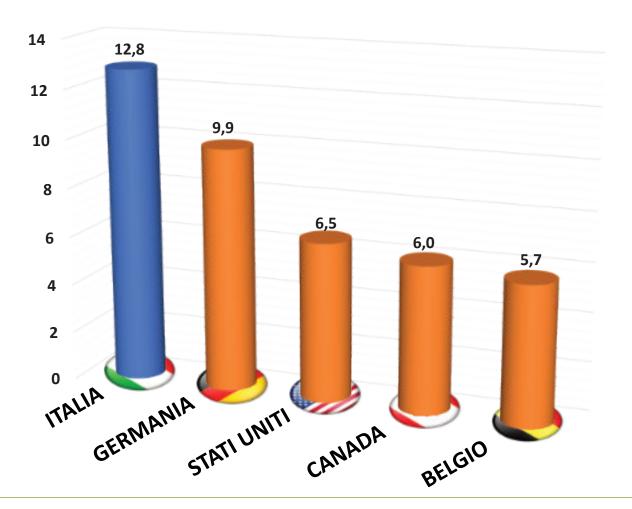






## PRIMI 5 PAESI ESPORTATORI DEGLI 11 PRODOTTI "TOP" UNIONFOOD: ANNO 2022 (miliardi di dollari)

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati ITC e ONU



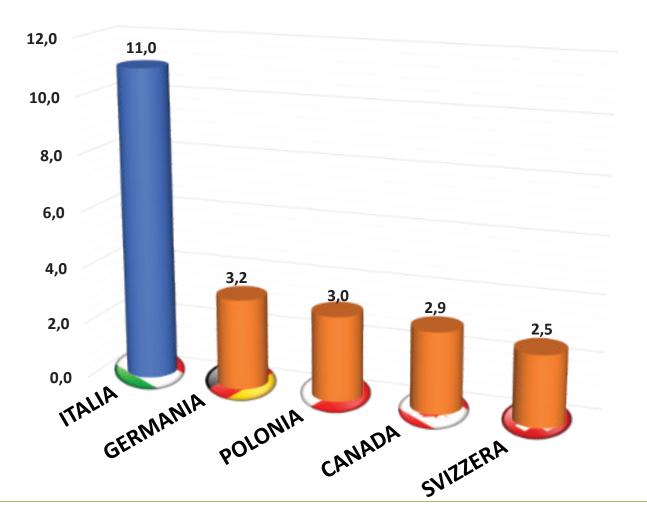






## PRIMI 5 PAESI PER MIGLIORE BILANCIA COMMERCIALE NEGLI 11 PRODOTTI "TOP" UNIONFOOD: ANNO 2022 (miliardi di dollari)

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati ITC e ONU

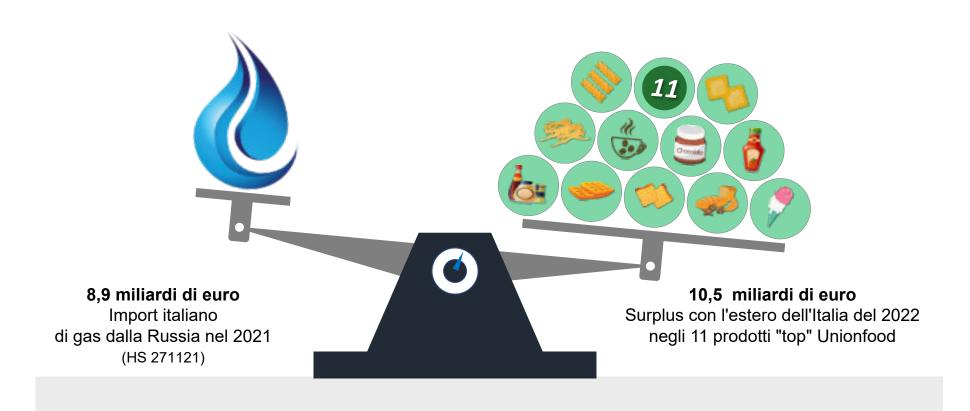








## IL SURPLUS COMMERCIALE CON L'ESTERO DEGLI 11 PRODOTTI "TOP" UNIONFOOD PAGA INTERAMENTE L'IMPORT ITALIANO DI GAS NATURALE DALLA RUSSIA

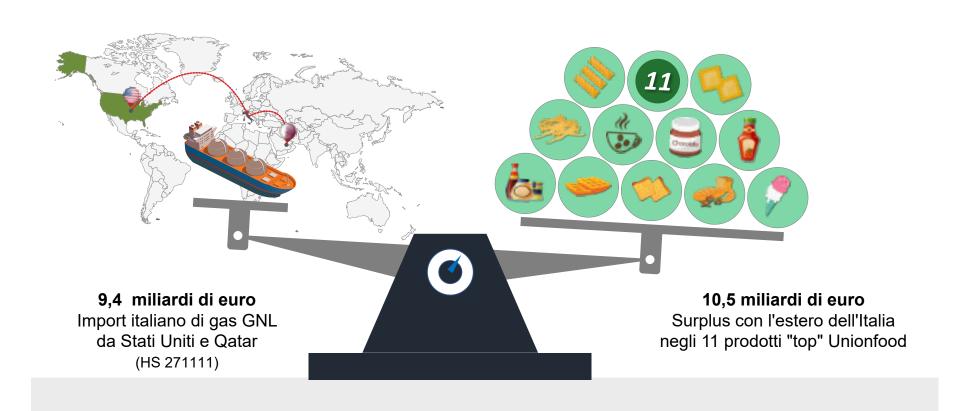








NEL 2022 IL SURPLUS COMMERCIALE CON L'ESTERO DEGLI 11 PRODOTTI " TOP" UNIONFOOD HA PAGATO INTERAMENTE L'IMPORT ITALIANO DI GAS NATURALE LIQUEFATTO (GNL) DAI DUE PRINCIPALI PAESI FORNITORI STATI UNITI E QATAR

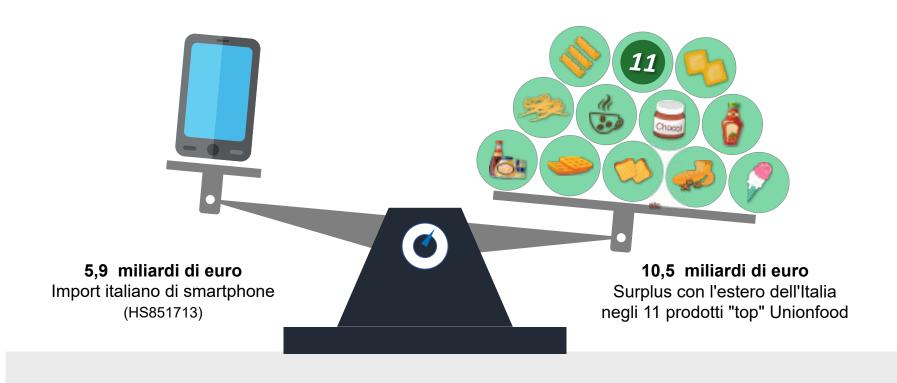








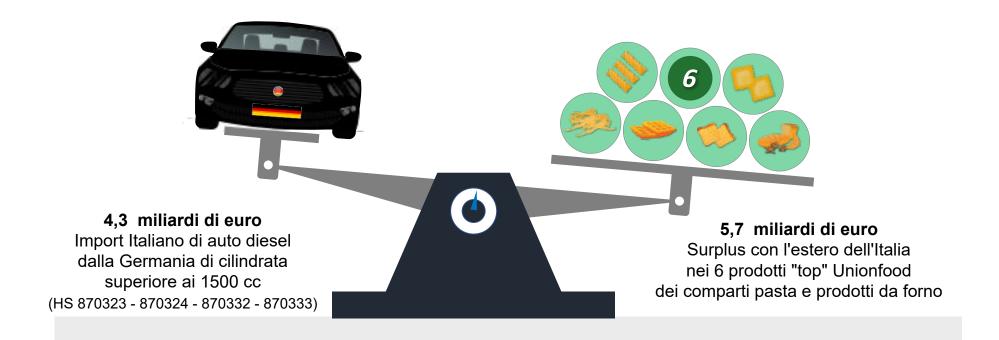
## NEL 2022 IL SURPLUS COMMERCIALE CON L'ESTERO DEGLI 11 PRODOTTI "TOP" UNIONFOOD HA PAGATO ABBONDANTEMENTE L'IMPORT ITALIANO DI SMARTPHONE







NEL 2022 IL SURPLUS COMMERCIALE CON L'ESTERO DEI 6 PRODOTTI "TOP" UNIONFOOD DEL COMPARTO PASTA E PRODOTTI DA FORNO HA PAGATO ABBONDANDEMENTE L'IMPORT ITALIANO DALLA GERMANIA DI AUTO DI GROSSA CILINDRATA

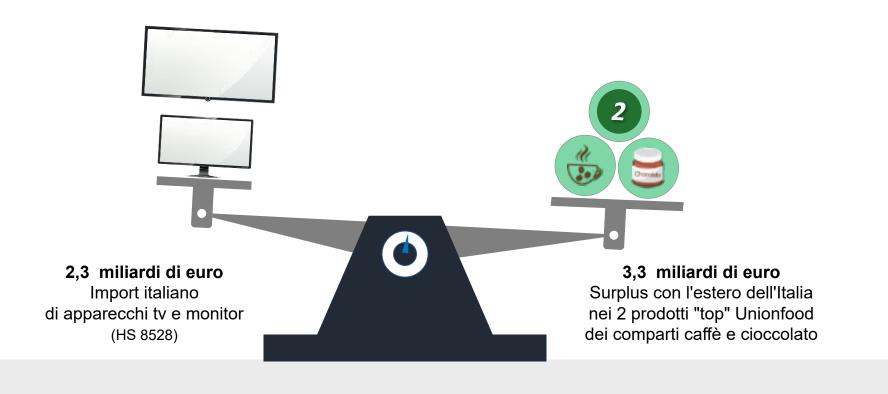








NEL 2022 IL SURPLUS COMMERCIALE CON L'ESTERO DEI 2 PRODOTTI "TOP" UNIONFOOD DEL COMPARTO CAFFE' E CIOCCOLATO HA PAGATO ABBONDANTEMENTE L'IMPORT ITALIANO DI APPARECCHI TV E MONITOR

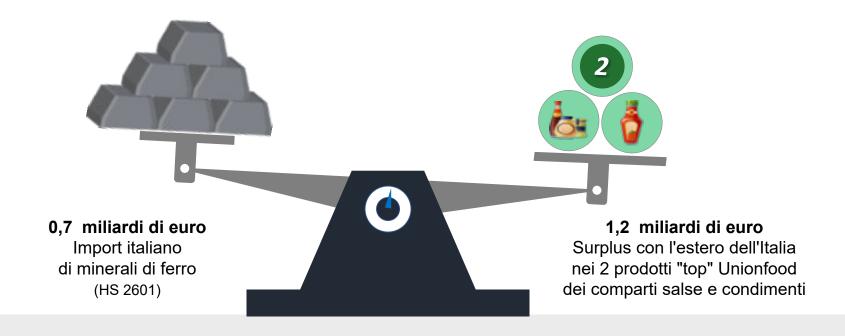








NEL 2022 IL SURPLUS COMMERCIALE CON L'ESTERO DEI 2 PRODOTTI "TOP" UNIONFOOD DEL COMPARTO SALSE E CONDIMENTI HA PAGATO ABBONDANTEMENTE L'IMPORT ITALIANO DI MINERALI DI FERRO

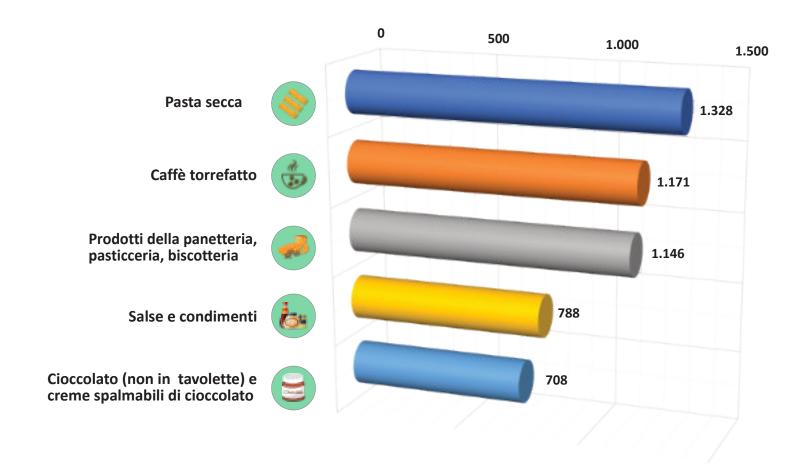








# PRODOTTI "TOP UNIONFOOD" CON I MAGGIORI INCREMENTI DI EXPORT IN VALORE NEL PERIODO 2012-2022 (milioni di euro)

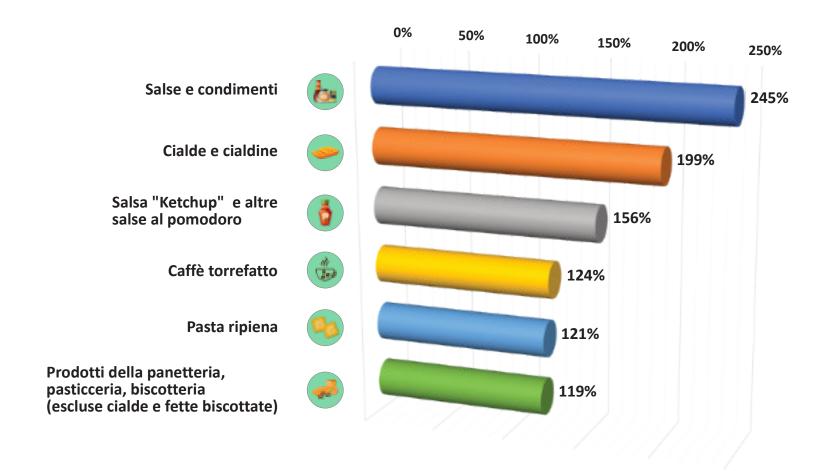








#### PRODOTTI "TOP UNIONFOOD" CON I MAGGIORI INCREMENTI DI EXPORT IN PERCENTUALE NEL PERIODO 2012-2022

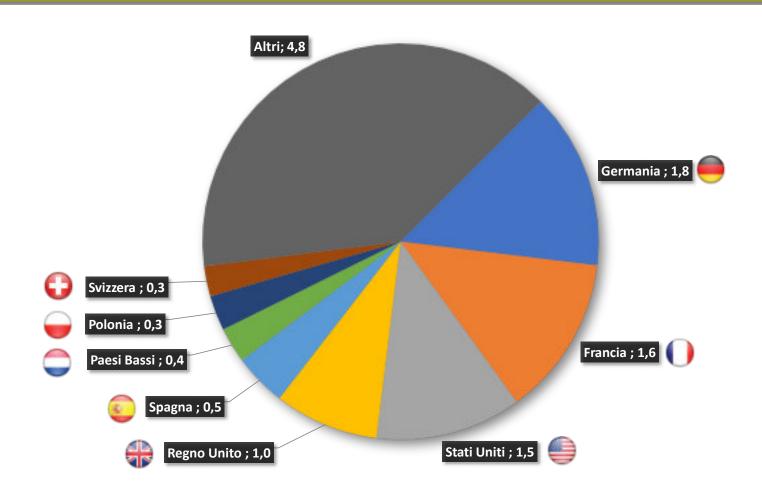








# PRINCIPALI MERCATI DI ESPORTAZIONE DEI PRODOTTI "TOP UNIONFOOD" NEL 2022 (miliardi di euro)















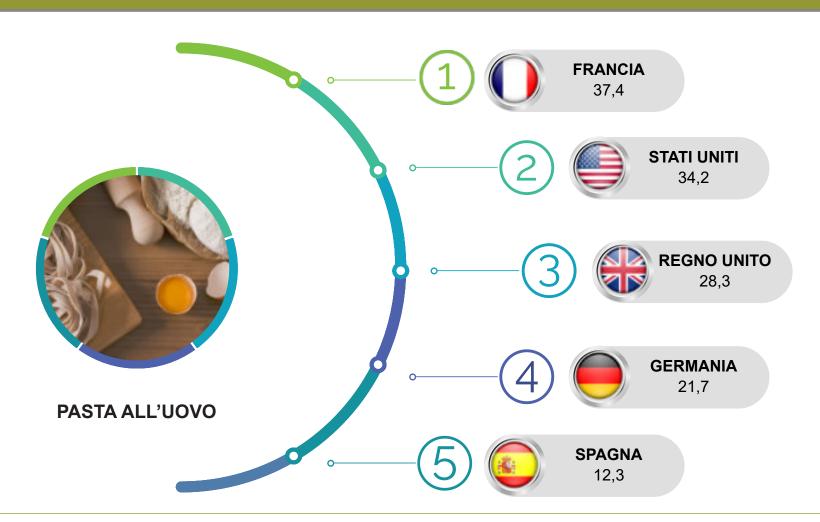








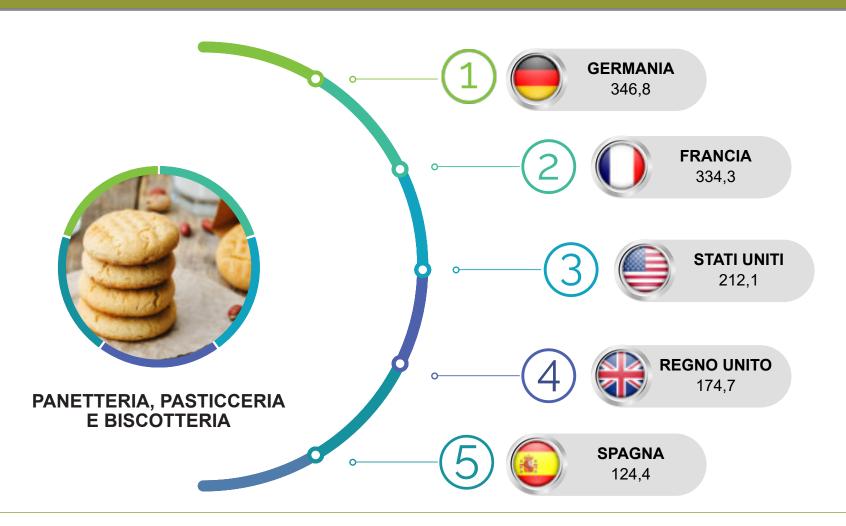








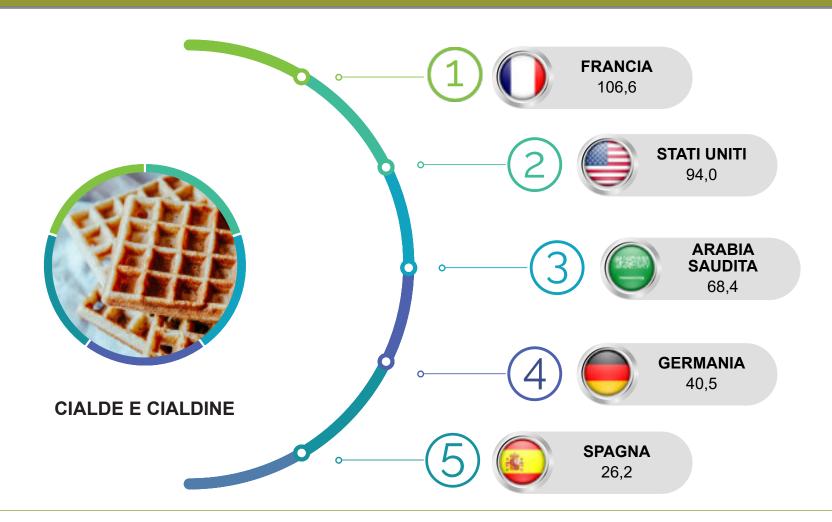








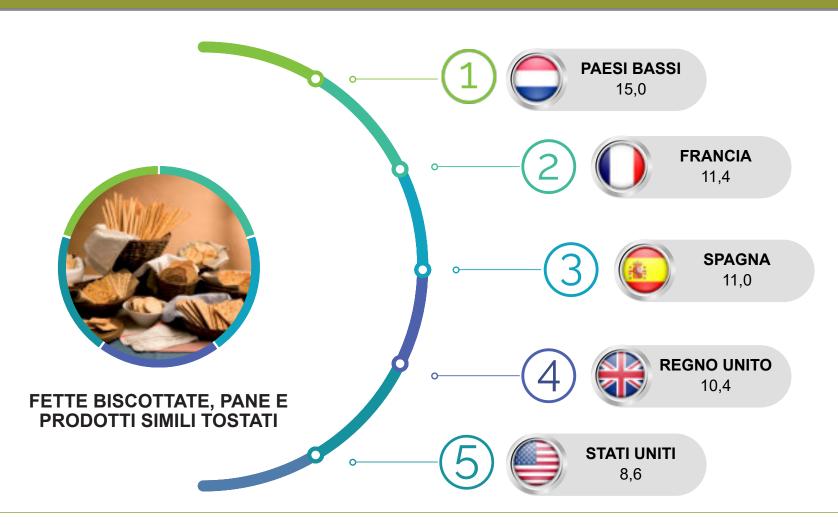








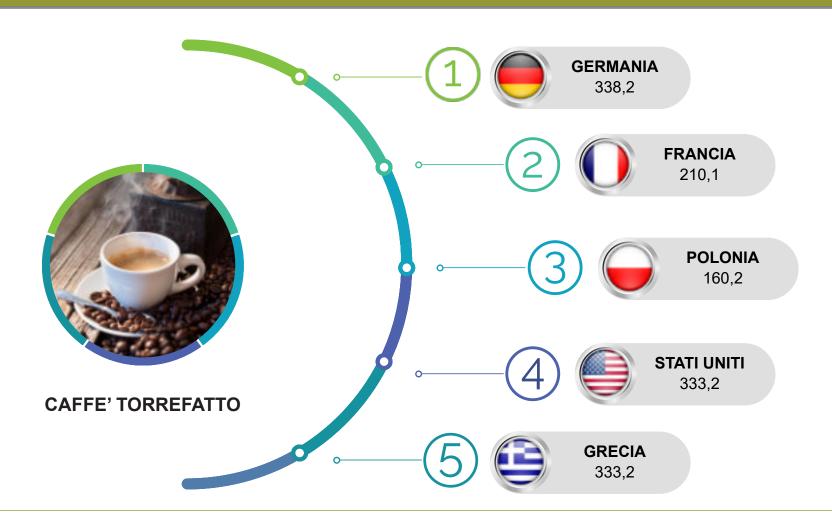








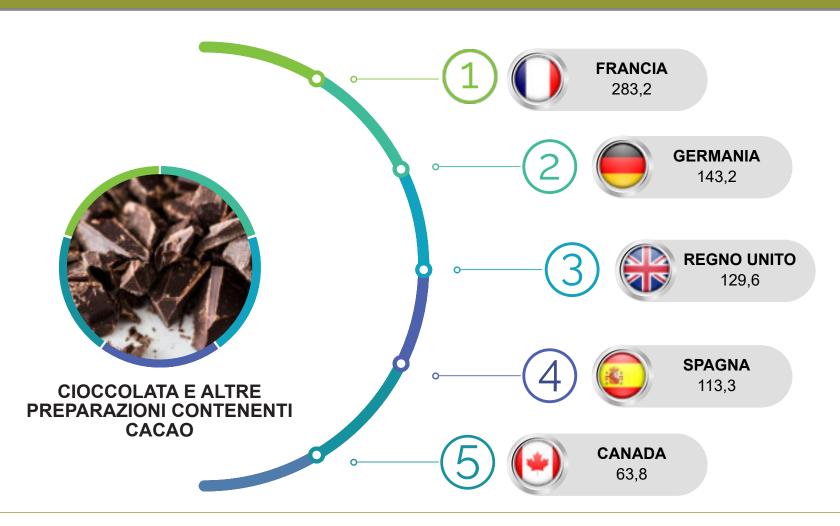








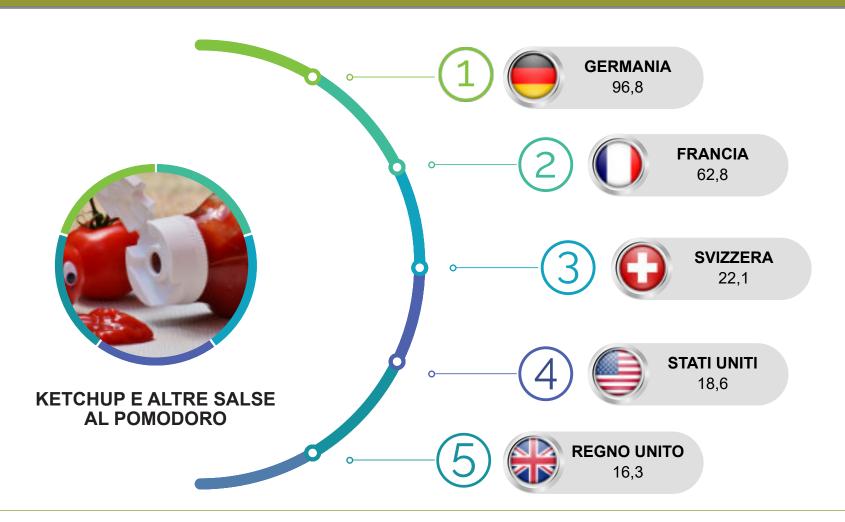








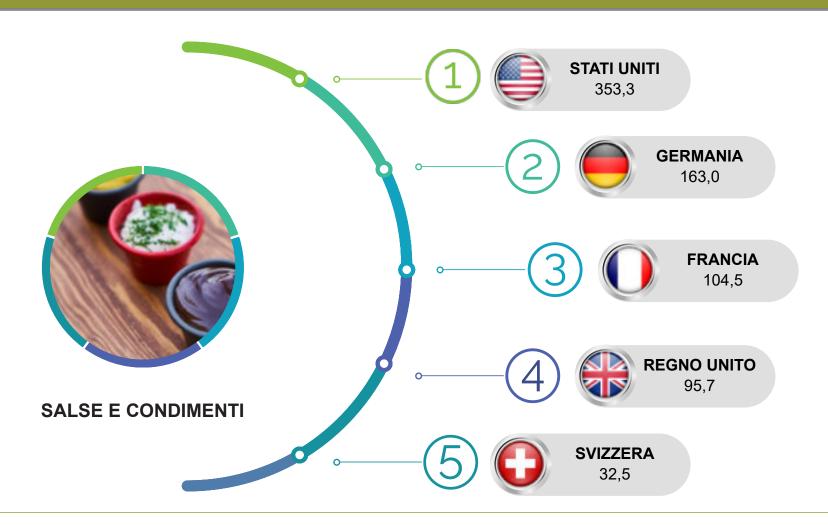








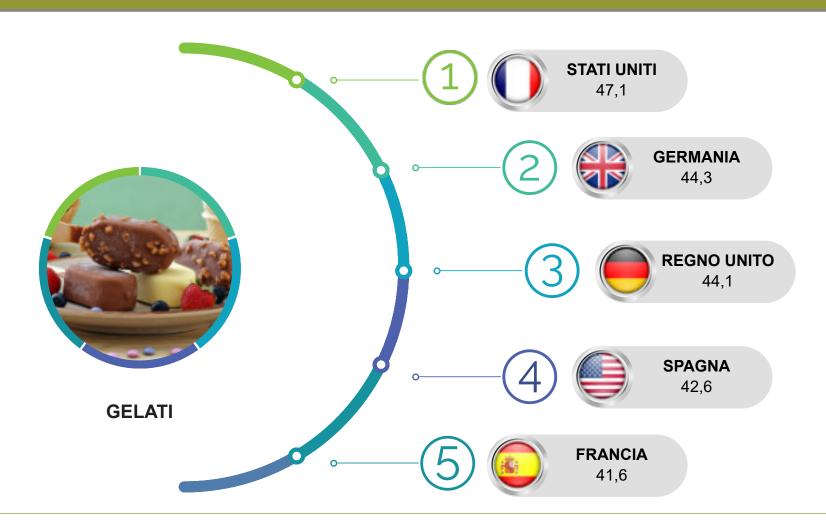
















#### L'importanza dei settori di Unione Italiana Food nell'economia italiana e internazionale

Fondazione Edison - Unione Italiana Food

Questo rapporto è elaborato da Marco Fortis, Monica Carminati, Andrea Sartori, e Stefano Corradini









Fondazione Edison Foro Buonaparte, 31 20121 Milano (Italia) Tel. +39 02.6222.7455 info@fondazioneedison.it

https://www.youtube.com/user/FONDAZIONEEDISON

www.fondazioneedison.it



Unione Italiana Food Sede di Roma Viale del Poggio Fiorito, 61 00144 Roma (Italia) Tel. +39 06.8091071 Sede di Milano Corso di Porta Nuova, 34 20121 Milano (italia) Tel. +39 02.654184 unionfood@unionfood.it https://www.unioneitalianafood.it



Questo rapporto – che nasce dalla collaborazione tra Unione Italiana Food e Fondazione Edison – esamina il rilievo delle industrie manifatturiere dei prodotti alimentari nel contesto italiano, europeo e internazionale.

I prodotti alimentari italiani sono una porzione insostituibile del Made in Italy: non solo perché sono la storia e la tradizione del nostro sistema produttivo ma anche perché le stesse industrie alimentari hanno dimostrato di sapersi innovare, orientandosi verso prodotti di alta qualità nonché di nicchia, che sono sempre più ricercati sui mercati internazionali.

Il rapporto è composto da 3 sezioni principali: la prima delinea lo scenario macroeconomico internazionale, europeo e italiano dopo la pandemia; la seconda analizza il ruolo preminente delle industrie alimentari italiane nella composita filiera agro-alimentare; la terza illustra l'importanza dei settori rappresentati da Unione Italiana Food nell'economia italiana e internazionale.

