

Faenza, 12 settembre 2019

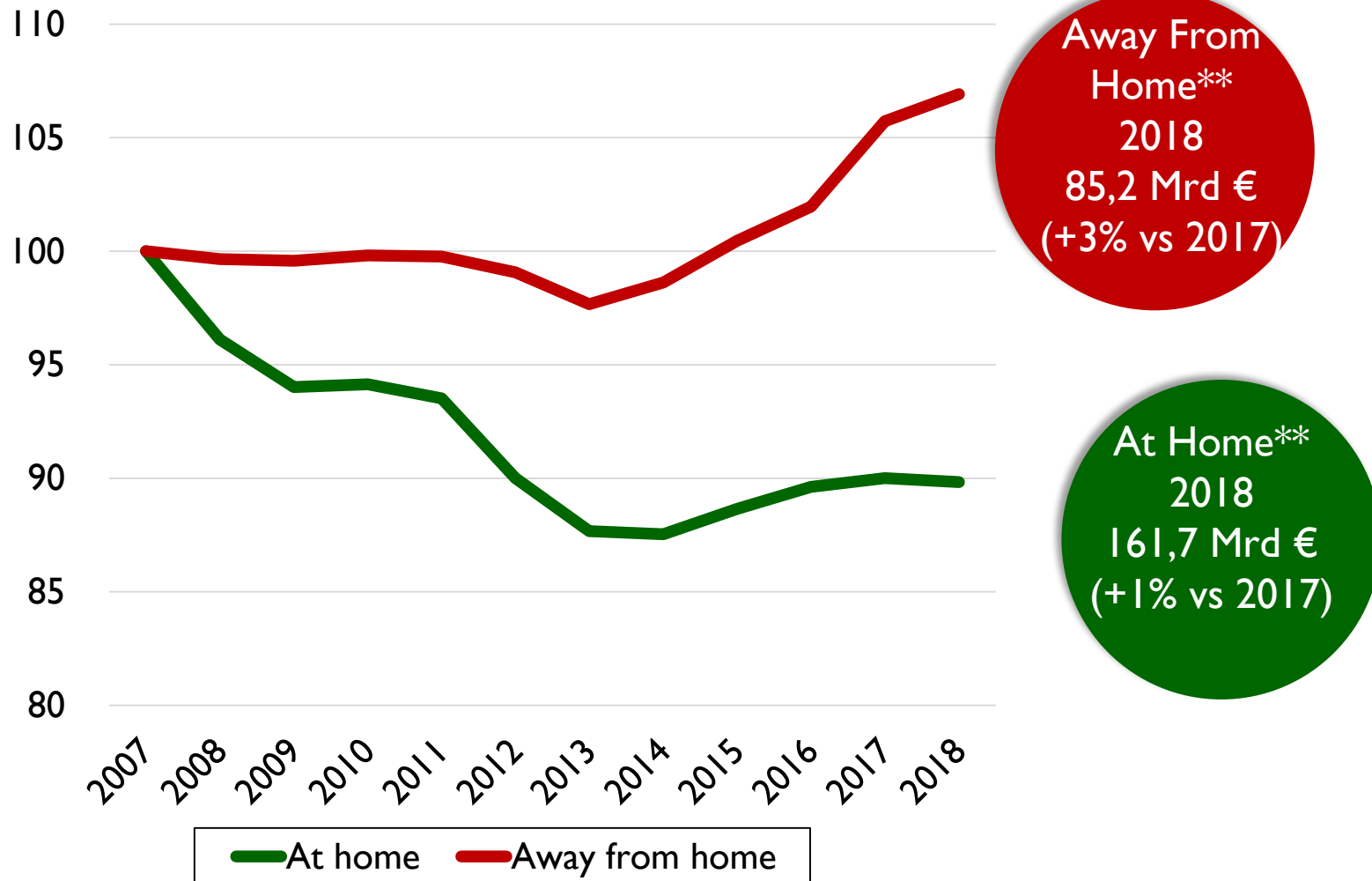


# Competitività dell'ortofrutta italiana e prospettive di mercato

- Cambiamenti nei consumi di prodotti agroalimentari in Italia e sviluppi negli scambi internazionali
- Focus vino e frutta: competitività e trend evolutivi per le produzioni nazionali
- Il ruolo dell'Italia tra i top exporter agroalimentari mondiali: posizionamento, punti di forza e ritardi competitivi
- Alcune considerazioni di sintesi

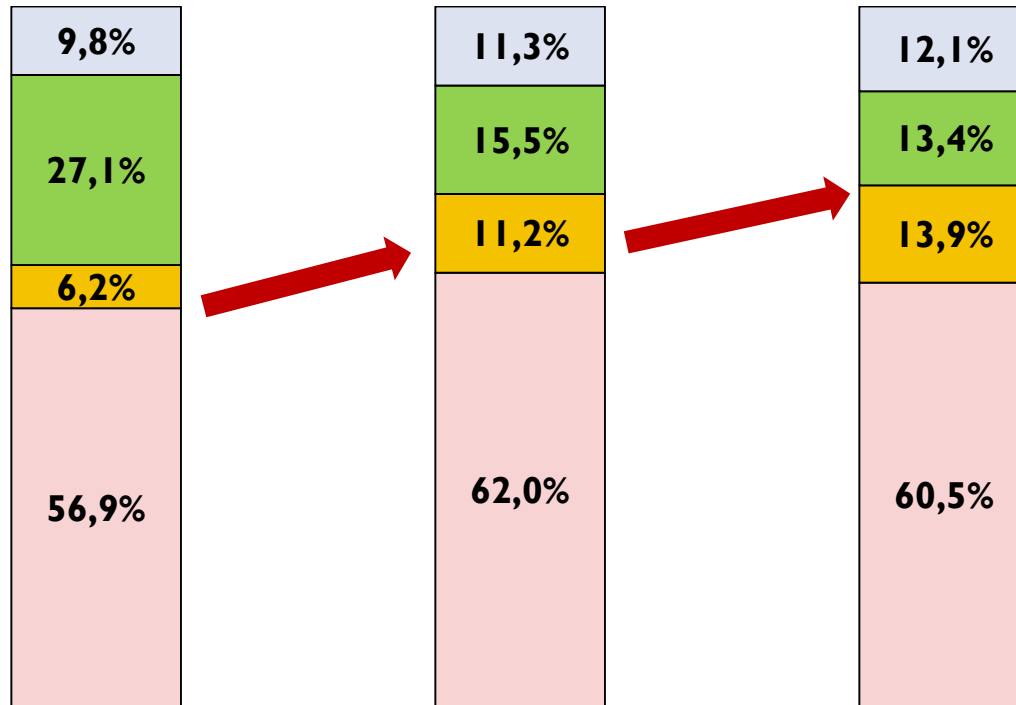
# ITALIA: CONSUMI ALIMENTARI IN RIPRESA, MA SOLO NEL FUORI CASA

TREND DEI CONSUMI ALIMENTARI\* IN ITALIA  
(NUMERI INDICE, 2007=100; VALORI COSTANTI)



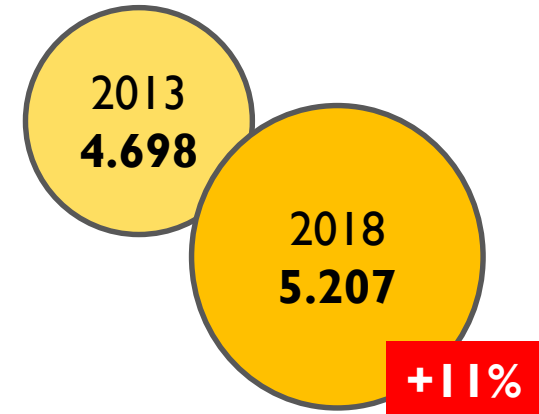
# LA CRESCITA DEI DISCOUNT IN ITALIA NON E' UN BEL SEGNALE...

(Quote di mercato sul totale delle vendite di prodotti alimentari)



- Altro (ambulanti, e-commerce, vendita diretta,...)
- Dettaglio tradizionale
- Discount
- Iper+Super+LSP

Punti vendita Discount in Italia (nr.)



Prezzi medi vendita vino confezionato €/litro\* gen-giu 2019

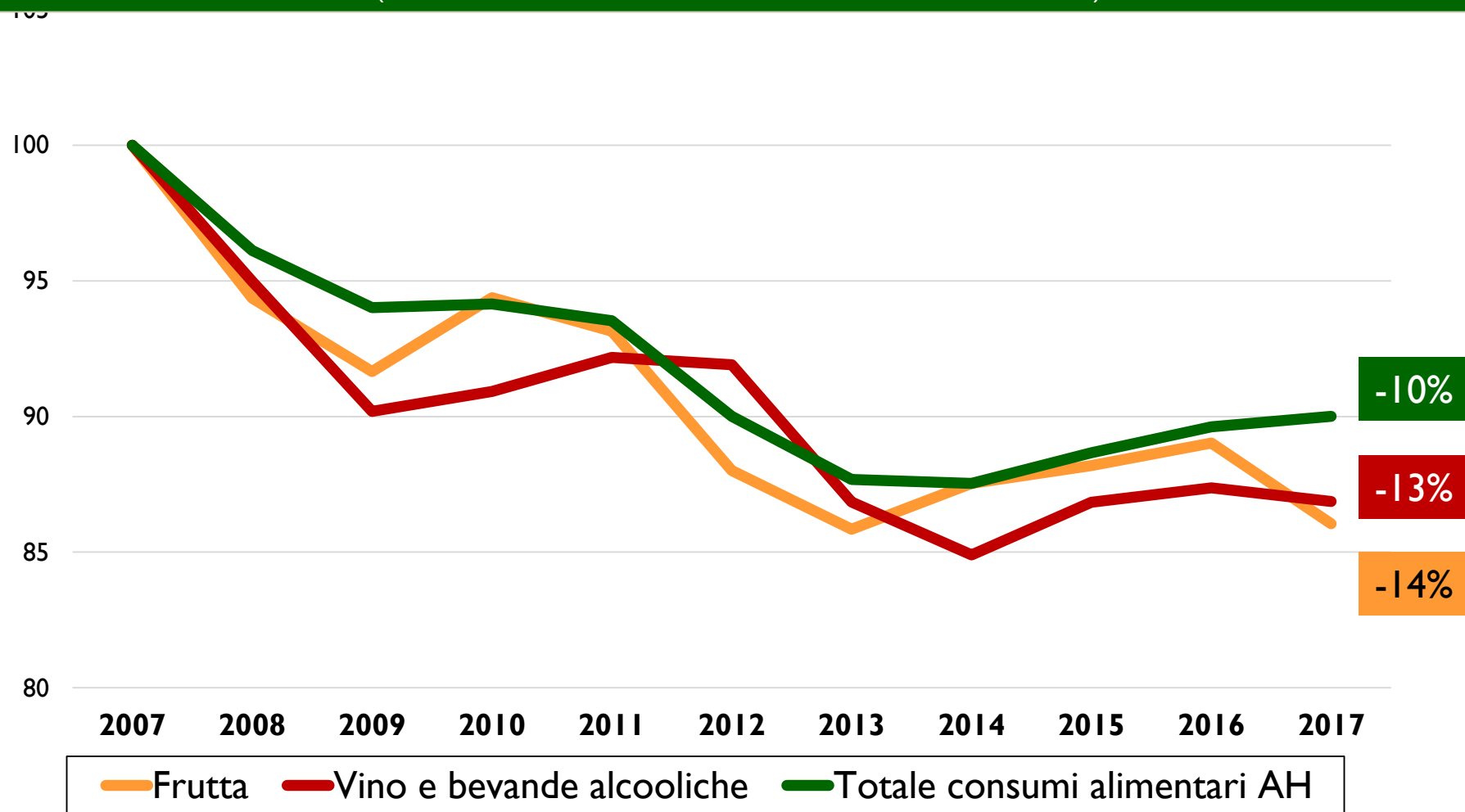
**Iper/Super/Lsp** **3,36**

**Discount** **1,92**

**Differenza** **-43%**

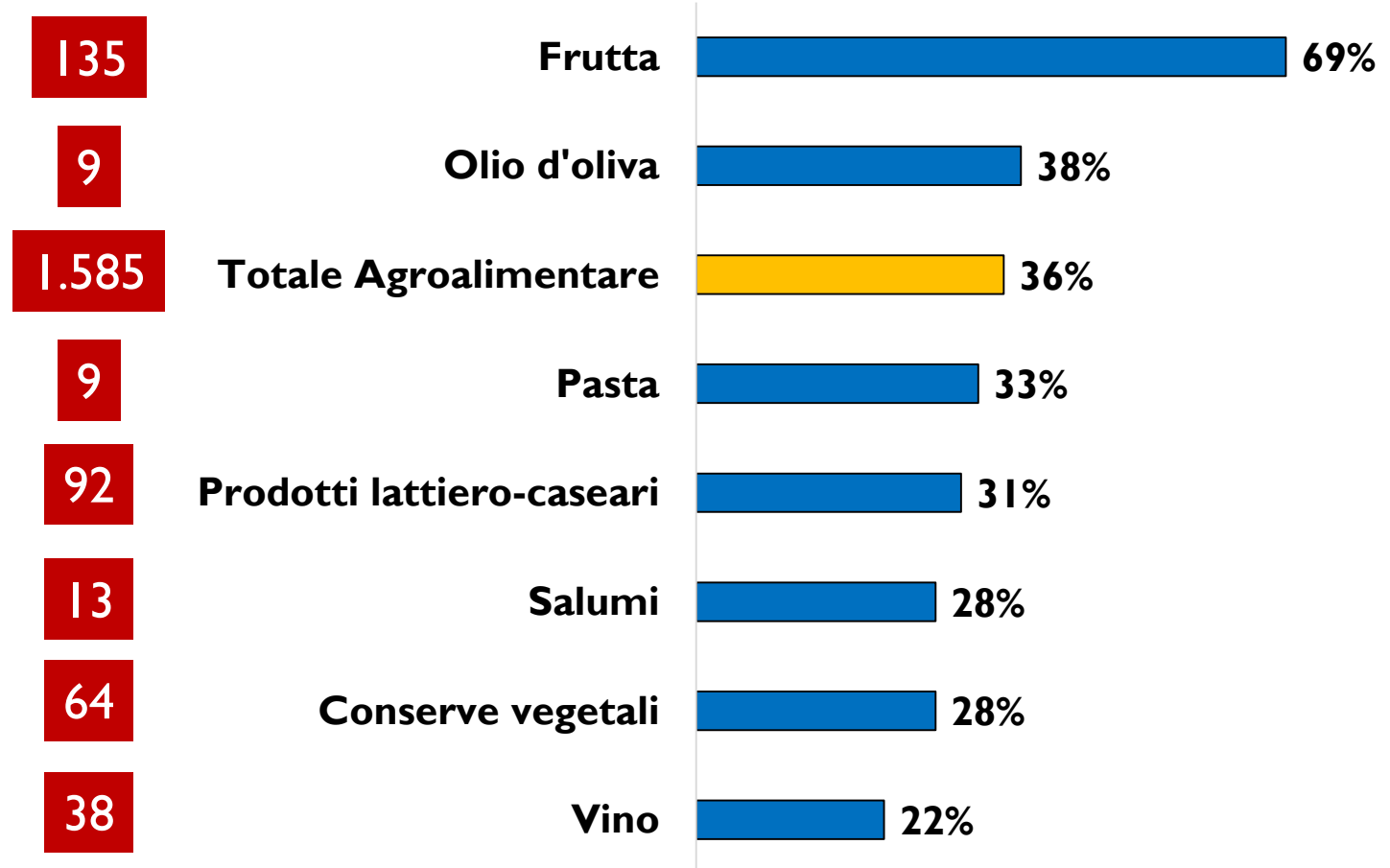
# MA IN ITALIA I CONSUMI TOTALI DI FRUTTA E VINO CALANO (in quantità) PIU' DELLA MEDIA...

TREND DEI CONSUMI ALIMENTARI\* IN ITALIA  
(NUMERI INDICE, 2007=100; VALORI COSTANTI)



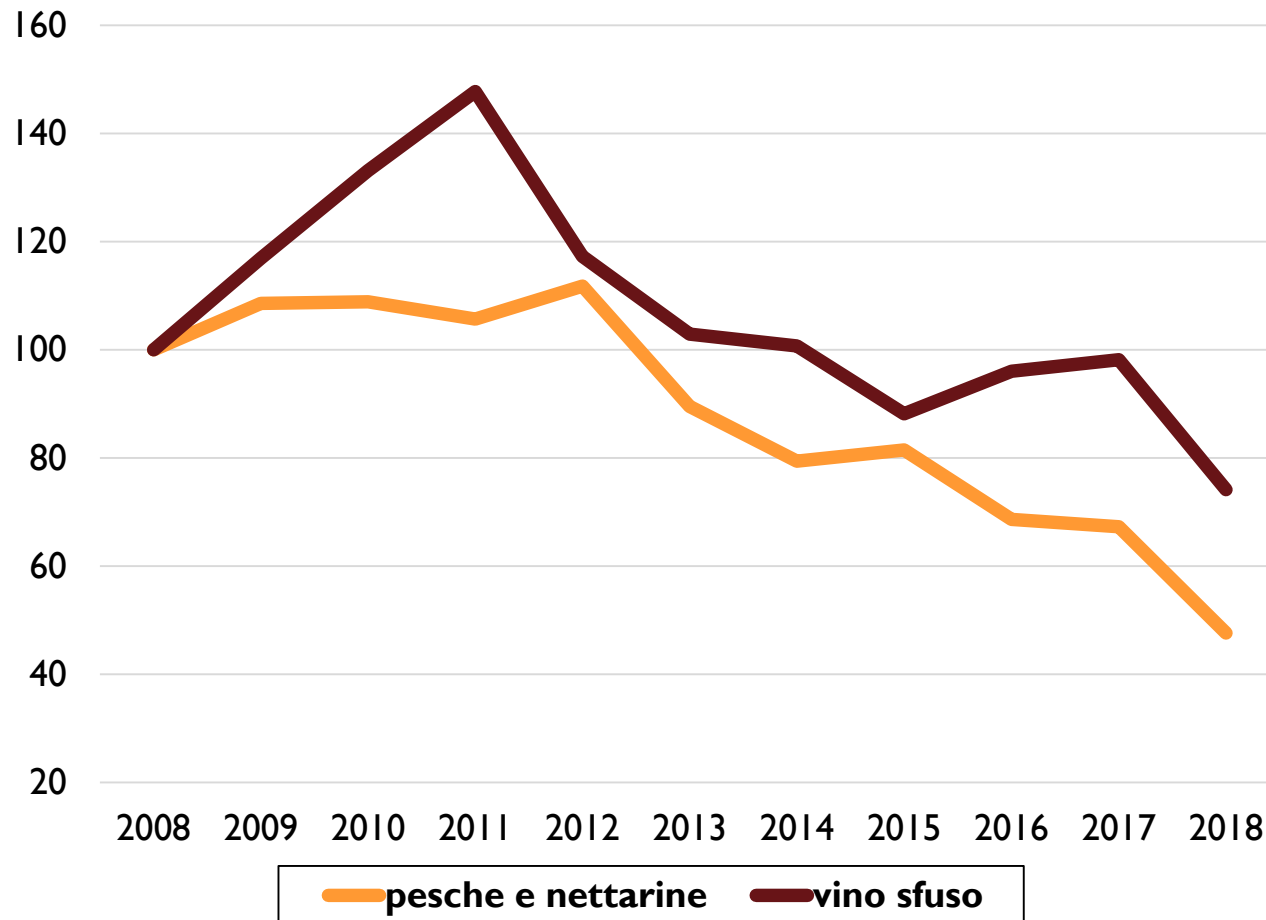
# AL CONTRARIO DI QUANTO ACCADE IN GIRO PER IL MONDO...

IMPORT MONDIALE DI PRODOTTI AGROALIMENTARI  
(MILIARDI DI DOLLARI 2018 E VARIAZIONE VS 2008)



# LA FLESSIONE NELL'EXPORT PER PRODOTTI «TRAINANTI» DEL MADE IN ITALY SEMBRA ESSERE UN «MALE COMUNE» (per alcune categorie!)

## Italia: trend export pesche/nectarine e vino sfuso (volumi 2008= 100)



### Vino sfuso

#### Quota export mondo

	2008	2018
Spagna	29%	31%
<b>Italia</b>	<b>18%</b>	<b>11%</b>
Australia	6%	13%

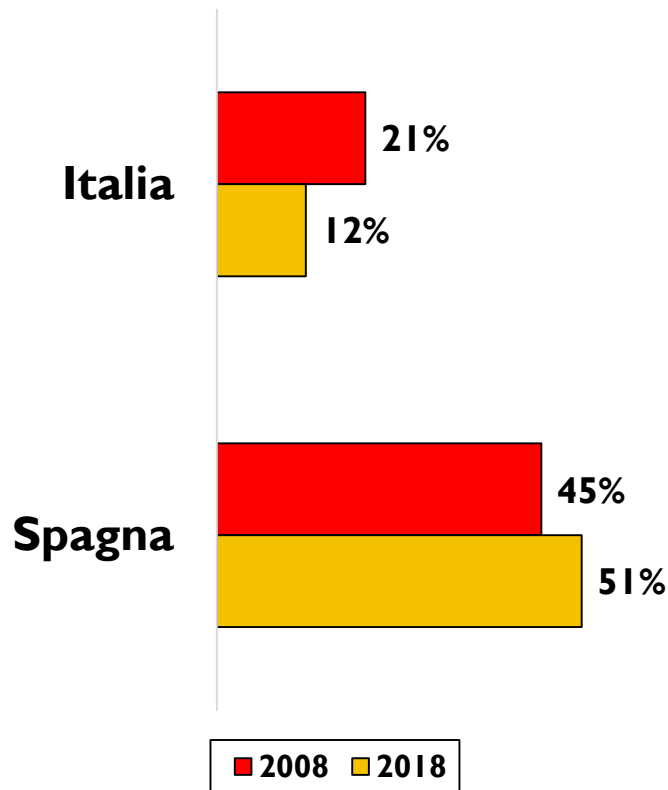
### Pesche e nectarine

#### Quota export mondo

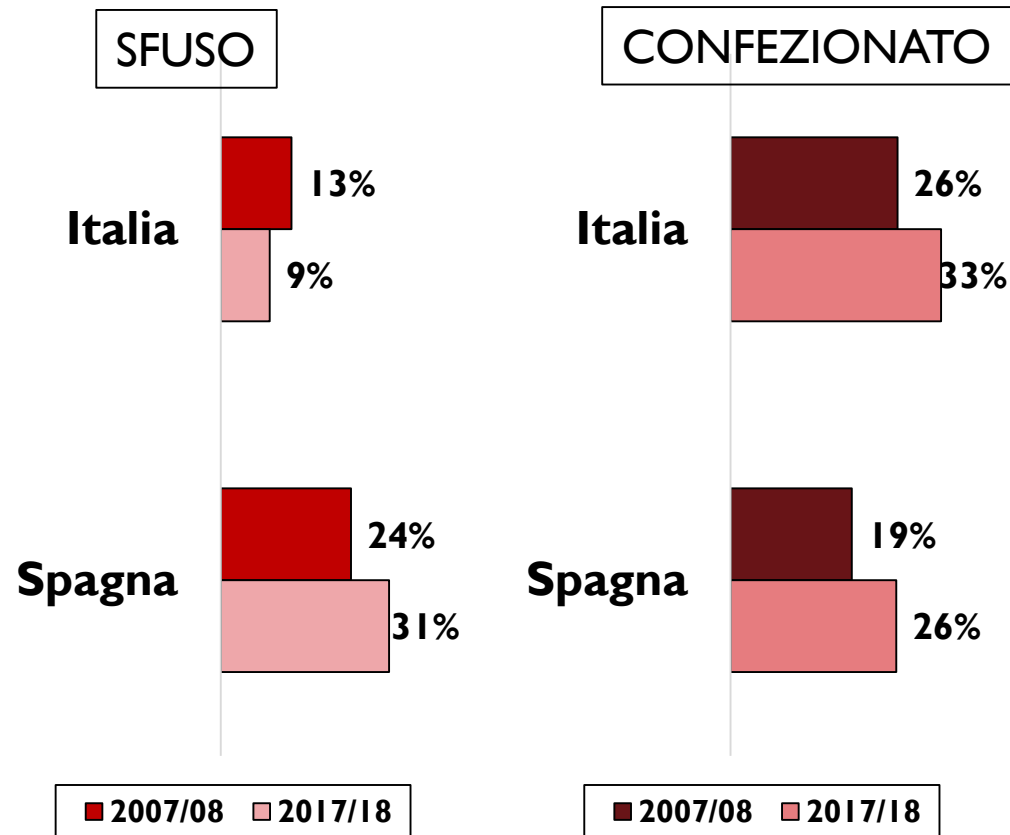
	2008	2018
Spagna	36%	42%
<b>Italia</b>	<b>21%</b>	<b>9%</b>
Turchia	3%	7%

# A DIFFERENZA DELLA SPAGNA, PER L'ITALIA IL MERCATO INTERNO E' MOLTO IMPORTANTE...

## Trend Propensione all'export pesche e nettarine (volumi esportati/produzione)



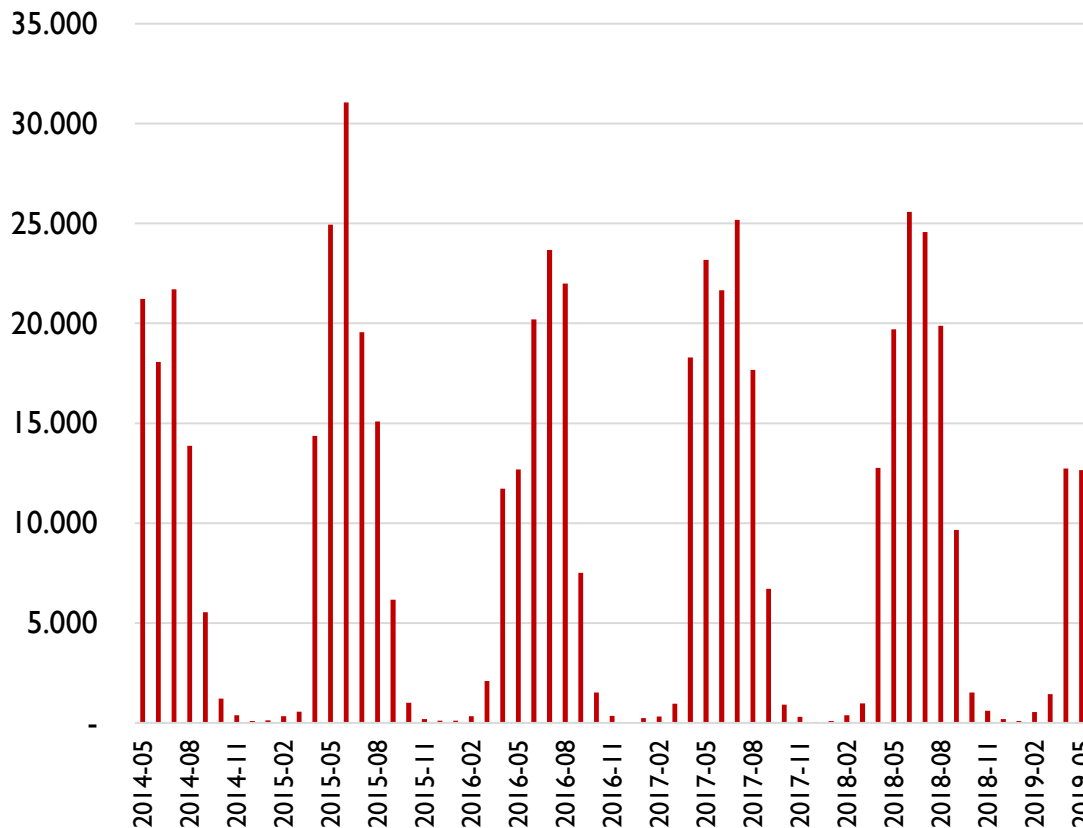
## Trend Propensione all'export vino (volumi esportati/totale produzione)





# ANCHE SE (NEL CASO DELLE NETTARINE) IL «MADE IN ITALY» NON SEMPRE VINCE SUGLI STRANIERI...NEMMENO IN ITALIA!

## Italia: trend import mensile pesche&nettarine (tonnellate)



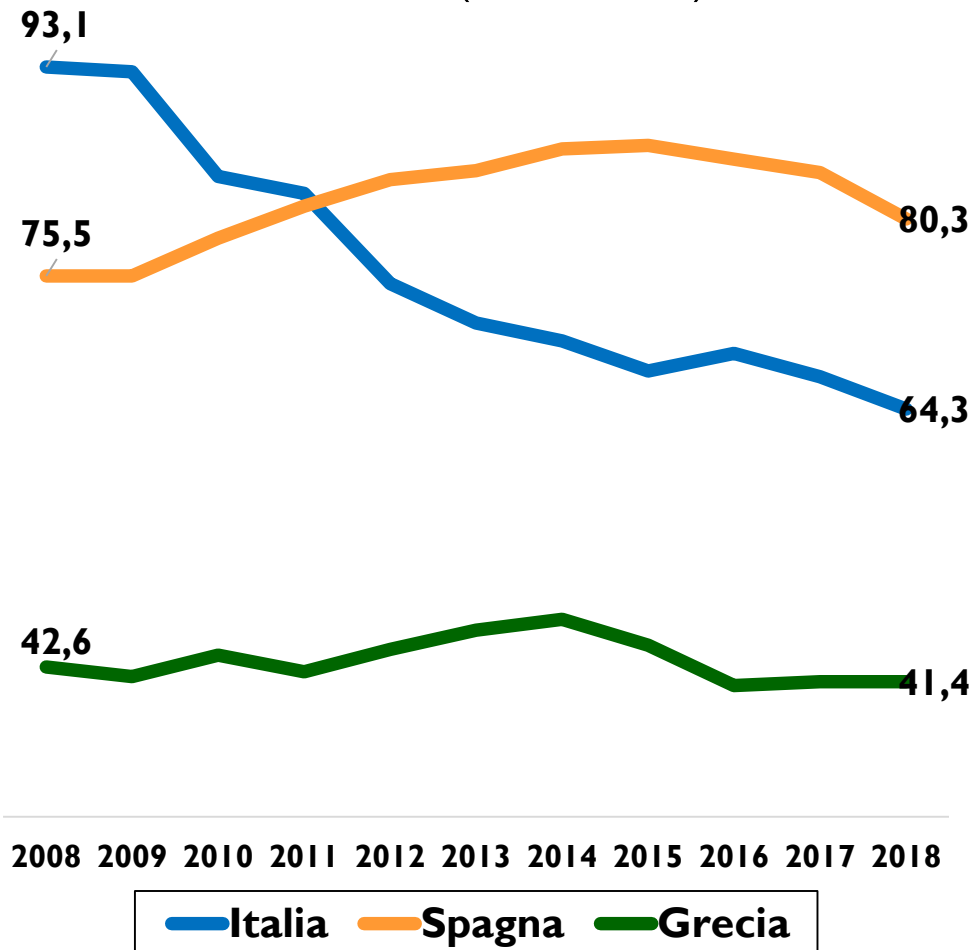
Import p&n  
2018  
116 mila t  
+ 71% vs 2008

Import p&n  
2018 da ESP  
103 mila t  
+ 83% vs 2008

Import Nettarine  
giugno-luglio 2018  
da Spagna  
Prezzo medio  
1,03 €/kg

# SI RIDUCONO LE SUPERFICI A PESCHE E NETTARINE A FRONTE DI UN AUMENTO DELLE RESE

**Trend SAU pesche & nettarine**  
(.000 ettari)



## Pesche

	SAU	Produzione*
ITALIA	-26%	-29%
Romagna	-54%	-49%
Campania	-6%	-33%
Sicilia	+8%	+18%

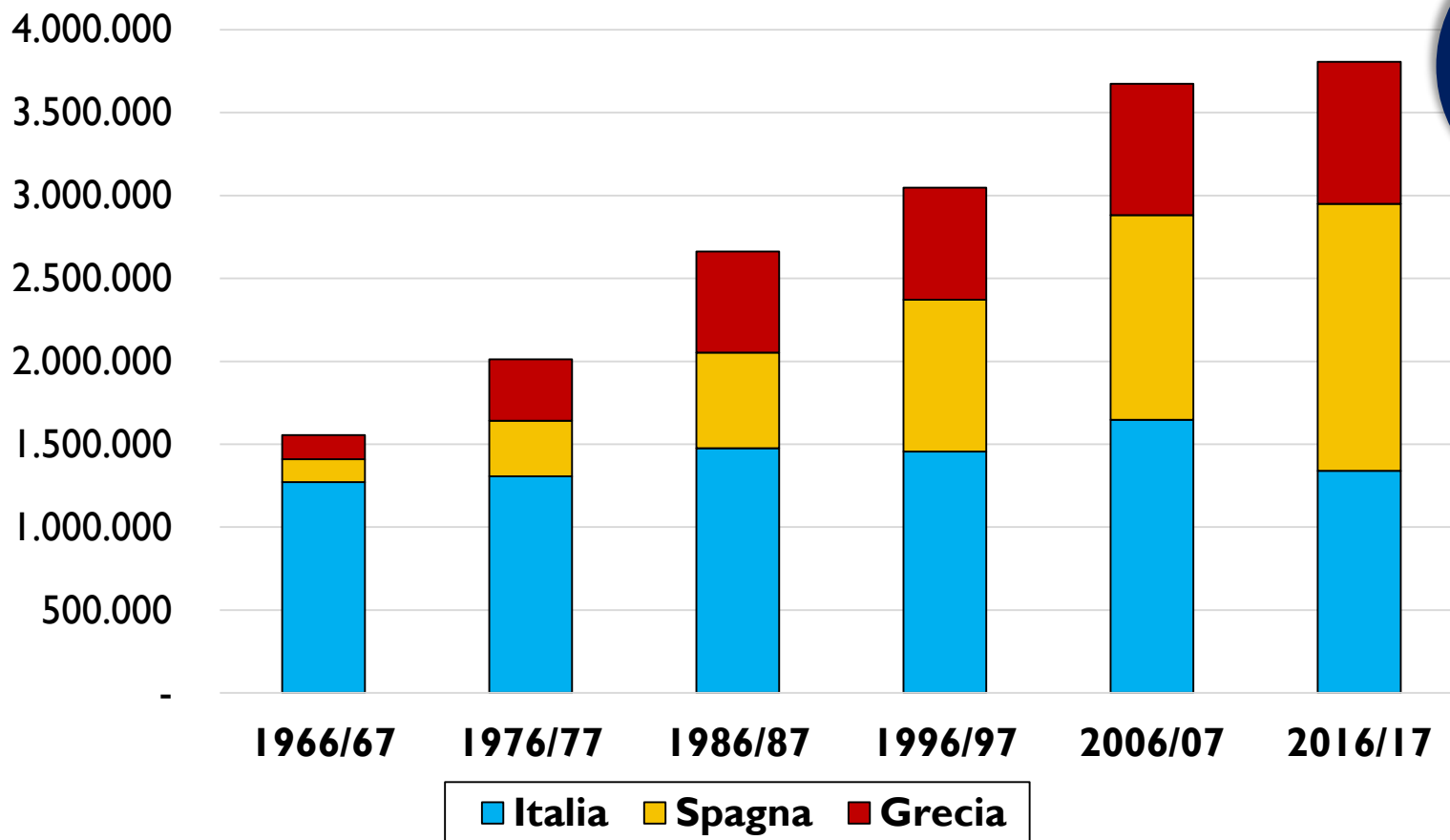
## Nettarine

	SAU	Produzione*
ITALIA	-40%	-28%
Romagna	-51%	-35%
Campania	-8%	-32%
Piemonte	-32%	+5%

\* variazione media biennale 2017/18 vs 2008/09

TUTTO È DIPESO DA UNA SATURAZIONE DEL MERCATO EUROPEO...MA  
MENTRE IL VINO PUÒ ARRIVARE IN CINA, PER LE NETTARINE NON È  
CONVENIENTE ANDARE COSÌ LONTANO

## Trend produzione pesche & nettarine top 3 paesi Ue (tonnellate, medie biennali)



Top 3/Ue  
2016/17  
**92%**

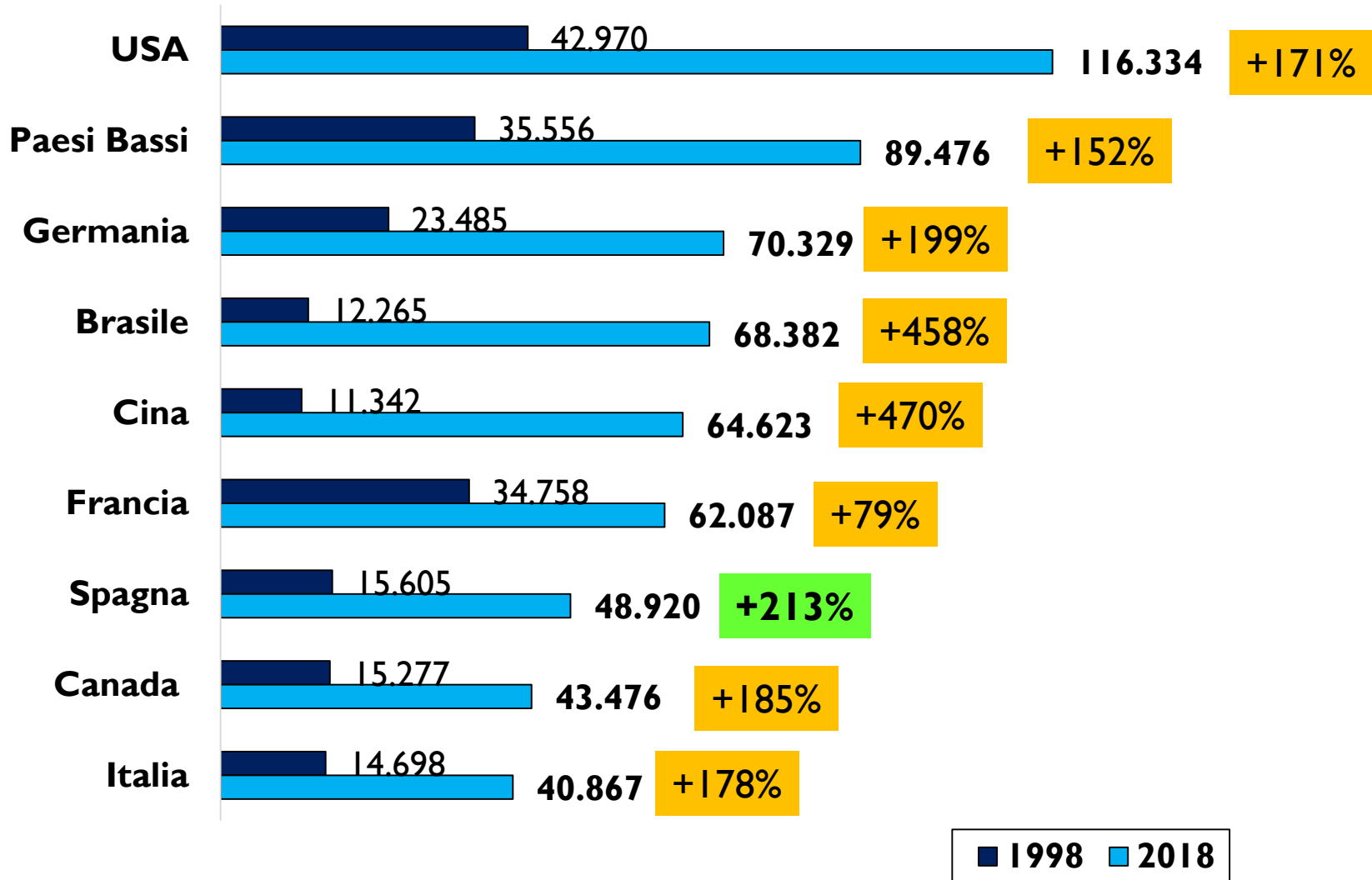
% Italia/Top 3

**82%**

**35%**

# TRA I TOP EXPORTER «AVANZATI», SPAGNA MIGLIOR PERFORMANCE NEGLI ULTIMI VENT'ANNI

## Export Agroalimentare, Milioni € e variazione 2018 vs 1998



# PLUS & MINUS PER L'AGRIFOOD ITALIANO ALL'ESTERO

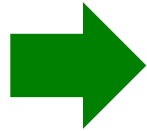
## PLUS

- Appeal della dieta mediterranea e del Made in Italy nel mondo
- Presenza dei ristoranti di cucina italiana nel mondo
- Elevata differenziazione della produzione e dei prodotti esportati
- Buon posizionamento di prezzo medio dei prodotti italiani (formaggi, olio, salumi...) rispetto ai concorrenti esteri derivante da una diffusa percezione di qualità
- Accordi di libero scambio

- Agguerrita concorrenza internazionale: nuovi produttori sempre più specializzati e competitivi
- Aumento spinte protezionistiche e delle barriere all'ingresso (non solo tariffarie)
- Elevati costi legati al «deficit» del sistema Paese (infrastrutture, trasporti, fisco, burocrazia, ...)
- Limitate dimensioni delle imprese: impatto negativo su competitività, investimenti, innovazione e presidio dei mercati esteri
- Assenza di GDO internazionalizzata

## MINUS

# GLI ACCORDI DI LIBERO SCAMBIO POSSONO SOSTENERE L'EXPORT AGROALIMENTARE



*In vigore da ottobre 2017*

**+6,3%**

Var % export agroalimentare Italia vs Canada  
Nov 17-Ott 18 vs Nov 16- Ott 17

**+1,1%**

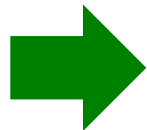
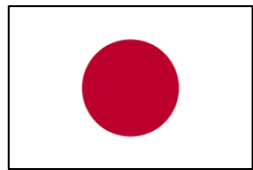
Var % export agroalimentare Italia vs Extra Ue (No CAN)  
Nov 17-Ott 18 vs Nov 16- Ott 17

**+13,9%**

Var % export agroalimentare Italia vs Giappone  
Febbraio-Maggio 2019 vs Feb-Mag 2018

**+10,5%**

Var % export agroalimentare Italia vs Extra Ue (No Jap)  
Febbraio-Maggio 2019 vs Feb-Mag 2018



*In vigore dal 1 febbraio 2019*

# MENTRE I RITARDI STRUTTURALI DEL «SISTEMA PAESE» CI PENALIZZANO NELLA COMPETITIVITA'...



**39** ore di lavoro settimanali

**11,1** salario agricolo medio (€/h)

**1,60** Costo trasporto medio su gomma (€/km)

**23** KM Autostrade per 1.000 kmq



**44** ore di lavoro settimanali

**6,8** salario agricolo medio (€/h )

**1,22** Costo trasporto medio su gomma (€/km)

**31** KM Autostrade per 1.000 kmq

# ALCUNE CONSIDERAZIONI DI SINTESI/I

- Lo scenario di mercato per alcune produzioni agroalimentari è radicalmente mutato, sia sul versante dei consumi che dei competitor
- Nel caso delle nettarine, la Spagna non solo può vantare una maggior efficienza grazie a minori costi di produzione, ma anche una miglior organizzazione e programmazione (sia produttiva che commerciale) che permette alle proprie imprese di vendere a prezzi più alti di quelli italiani (nel bimestre luglio-agosto 2018, il prezzo medio all'export delle nettarine spagnole è stato di 1,01 €/kg contro 0,96 €/kg di quelle italiane)
- Oltre alle problematiche concorrenziali, il mercato della frutta fresca è diventato più «affollato» a causa di una maggior disponibilità di prodotti differenti lungo tutto l'anno (sia italiani che di importazione), mettendo in concorrenza pesche e nettarine con altri frutti che fino a pochi anni fa non erano in vendita nello stesso periodo



# ALCUNE CONSIDERAZIONI DI SINTESI/2

- In merito al mercato vinicolo, lo scenario evolutivo richiede sempre più un maggior orientamento alle esportazioni nonché allo sviluppo di prodotti destinati ad un consumatore meno propenso al consumo quotidiano
- In generale, per quanto sia fondamentale (e lo spazio di manovra non manca) recuperare efficienza sul fronte produttivo, è altrettanto indispensabile individuare nuove strategie di valorizzazione e differenziazione delle produzioni agroalimentari. Oggi il mercato non si conquista più solo con le rese, di conseguenza la sostenibilità economica delle imprese agricole va ricercata attraverso una maggior qualità ed innovazione dei prodotti e dei processi, senza tralasciare le altre leve di marketing come la comunicazione e la promozione.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

**DENIS PANTINI**

*Direttore Area Agroalimentare*  
**Nomisma SpA**

**denis.pantini@nomisma.it**  
**051 6483188**



**Denis Pantini**