

Presentato oggi a Milano il prossimo Forum di The European House – Ambrosetti “**La roadmap del futuro per il Food&Beverag: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni**” – Bormio 17 e 18 giugno 2022

## **GUERRA, ITALIAN SOUNDING E SOSTENIBILITÀ: LE SFIDE PER LA FILIERA AGROALIMENTARE ITALIANA**

*La conferenza stampa ha anticipato i temi dell'appuntamento del 17 e 18 giugno, che servirà a fare il punto sull'andamento economico del settore agroalimentare*

Milano, 28 Aprile – Luci, ma anche qualche ombra sull'export agroalimentare italiano. Il settore è uno dei più rappresentativi del Made in Italy, con oltre **200 miliardi di Euro di fatturato** aggregato nel 2021 e **65 miliardi di Euro di Valore Aggiunto**, che lo portano ad essere il **primo comparto Made in Italy** per valore generato e il **più resiliente alla crisi Covid. Il business verso l'estero è cresciuto nel 2021**, eppure il settore food&beverage è migliorato a ritmi più bassi rispetto ad altri comparti merceologici. È stata comunque **superata la soglia dei 50 miliardi di euro**, centrando un valore record mai raggiunto nella storia e raggiungendo con un solo anno di ritardo il target prefissato a Expo 2015 e **assicurando per il terzo anno consecutivo una bilancia commerciale in positivo (3,3 miliardi di euro)**. Ora però si temono le **ripercussioni del conflitto russo-ucraino**, due importanti partner commerciali per la filiera agroalimentare italiana, anche a causa dell'ulteriore innalzamento del costo di alcune materie prime agricole. A ciò si deve aggiungere un'**inflazione** che non arresta la sua crescita. Difficoltà contingenti, che insieme ad altre strutturali chiamano la filiera italiana a fronteggiare sfide decisive e determinanti per proseguire e rafforzare il suo sviluppo internazionale.

Per fare il punto della situazione di un settore così determinante per la nostra economia, **The European House – Ambrosetti** ha organizzato e promosso la sesta edizione del forum “**La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni**”, che si terrà a **Bormio i prossimi 17 e 18 giugno 2022**. Ancora una volta la Valtellina è stata scelta per la ricchezza e la peculiarità del suo territorio, vero esempio di modello virtuoso, come teatro dell'appuntamento presentato oggi in conferenza stampa a Milano presso la sede della Regione Lombardia. Il benvenuto agli ospiti è stato dato da **Attilio Fontana, Presidente di Regione Lombardia**, che ha fatto gli onori di casa insieme a **Massimo Sertori, Assessore agli Enti Locali, Montagna e Piccoli Comuni**. Oltre a **Valerio De Molli, Managing Partner e Amministratore Delegato di The European House – Ambrosetti**, alla conferenza hanno partecipato **Marco Travaglia, Presidente e Amministratore Delegato di Nestlé Italiana**, **Armando De Nigris, Presidente del Gruppo De Nigris**, **Davide Franzetti, Country Sales Director di Coca-Cola Hbc Italia**, **Claudio Palladi, Presidente del Distretto Agroalimentare di Qualità della Valtellina**, e **Giovanni Zucchi, Amministratore Delegato dell'Oleificio Zucchi**.

Il ricco programma dell'evento valtellinese, che si candida a diventare punto di riferimento nazionale per il comparto grazie alla presenza dei più importanti stakeholders del settore food&beverage, ma anche di esperti di marketing, politica e sport, sarà centrato su alimentazione, salute e sport e vivrà i suoi momenti salienti nella presentazione della sesta edizione del **Position Paper “La Roadmap del futuro per la filiera agroalimentare italiana: quali evoluzioni e sfide per il futuro”** di The European House – Ambrosetti dedicato allo stato dell'arte della filiera agroalimentare italiana, e delle due ricerche di approfondimento strategico **“Italian Sounding: quanto vale e quali opportunità per le aziende agroalimentari italiane”** realizzata in collaborazione con **Assocamerestero**, e **“La R(evoluzione) sostenibile della filiera agroalimentare italiana”** condotta insieme a **Coca-Cola Hbc Italia, Schneider Electric e Antares Vision**.

Saranno cinque i temi portanti del Forum: **impatto delle crisi contingenti sulle filiere e strategie per il loro rilancio, Italian Sounding, opportunità di Internazionalizzazione, sostenibilità e correlazione tra alimentazione, sport e salute**. Sul fronte internazionale, un focus rilevante verrà dedicato alle Filippine – un Paese dall'economia in forte crescita (+18% negli ultimi 5 anni) che costituisce un mercato di importanza strategica per le grandi opportunità di sviluppo per le aziende del food&beverage italiane.

### **La filiera agroalimentare è uno degli asset chiave del Made in Italy**

La filiera agroalimentare italiana è un asset strategico chiave per la competitività del Paese e in crescita nonostante i recenti numerosi shock. L'aggregato ha raggiunto un fatturato nel 2021 di **204,5 miliardi di Euro** (cresciuto del **+3,8%** dal 2015) e occupa **1,4 milioni di persone** (di cui 483.000 nell'industria del Food&Beverage e 925.000 nel comparto agricolo), con un Valore Aggiunto (inteso come contributo diretto al PIL) di **65 miliardi di Euro**. La filiera agroalimentare è **prima in Italia per Valore Aggiunto generato tra i principali settori del Made in Italy** e la **seconda economia europea per incidenza del Valore Aggiunto agrifood sul PIL** (3,9%, seconda solo alla Spagna che raggiunge il 4,7%).

### **Esportazioni: superata la soglia dei 50 mld**

Nel 2021 il comparto food&beverage ha dunque riportato oltreconfine ricavi record, mai così alti nella storia. Una performance che tradotta in cifre equivale a **50,1 miliardi di euro, in crescita del 10,8%** rispetto all'anno precedente. Tale andamento, inoltre, ha permesso alla **bilancia commerciale della filiera agroalimentare di registrare un surplus positivo pari a 3,3 miliardi di euro**, ribadendo un trend che prosegue dal 2019. Il **vino** è stato il primo prodotto del comparto per vendite all'estero, assorbendo il **14,3% dell'export** totale agrifood e sviluppando un giro di affari pari a **7,1 miliardi di euro**. Osservando l'itinerario geografico che seguono i prodotti italiani alimentari, la **Germania** rimane il primo bacino di approdo, con una market share pari al **22,4%**, una crescita annuale del 6,6% e un fatturato di 8,4 mld di euro. Seguono **Stati Uniti e Francia**, vicini tra loro con una rispettiva **quota del 15,1% e del 15%**.

## **È record decennale, ma l'export può (deve) fare ancora meglio**

Nonostante il business dei prodotti food&beverage italiani abbia segnato un record decennale fuori dai confini nazionali, lo studio di The European House – Ambrosetti ha però evidenziato alcune criticità. Innanzitutto, se è emerso che il settore è stato quello che, nel 2020, ha mostrato maggiore resilienza nei confronti della pandemia, subendo complessivamente una perdita contenuta del Valore Aggiunto dell'1,8%, è anche vero che nel 2021 è cresciuto meno degli altri principali comparti e, pur riportando una **progressione del 6,2%**, è riuscita a fare meglio solo dell'industria farmaceutica (+2,2%). Spostando poi l'attenzione verso l'export, la performance dell'ultimo biennio non si può definire sbalorditiva se analizzata rispetto agli altri settori. Nel 2019-2021 **l'incremento del 13,6% colloca l'agroalimentare al terz'ultimo posto nel ranking delle principali filiere italiane**. Il Paese è inoltre solo 5° in Unione Europea per valore delle esportazioni alimentari, un valore pari al **65% dell'export tedesco e al 72% di quello francese**. La performance del Paese non migliora guardando all'**incidenza dell'export agrifood** sul totale, pari al **9,7%**, metà della quota spagnola e il 70% di quella francese.

## **La guerra minaccia export e import**

Il conflitto tra Russia e Ucraina si è immediatamente fatto sentire sul costo delle materie prime alimentari. L'impennata dell'inflazione è stata avvertita già una settimana dopo l'inizio delle ostilità militari. Particolarmente colpito il **grano tenero**, il cui **prezzo ha subito un rincaro del 13%**.

Gli impatti del conflitto sulla filiera agroalimentare italiana sono molto rilevanti: i due Paesi valgono per **932,7 milioni di Euro di esportazioni agrifood** (con la Russia come 18° partner commerciale) e **901,2 milioni di importazioni** (con l'Ucraina come 18° partner commerciale). È proprio dal lato importazioni che le minacce del conflitto sfociano in nuovi rischi per alcune filiere agroalimentari chiave del Paese: infatti, **l'Ucraina è 1° fornitore di olio di girasole per l'Italia, 1° fornitore di semi e 2° fornitore di mais e elementi nutritivi per le coltivazioni**, con pesi sul totale dell'import che vanno dal 15% fino al 63% (è il caso dell'olio di girasole, elemento chiave anche per alcune filiere di trasformazione).

## **L'Italia rimane un paese 'dipendente'**

Come evidenziato dai rischi del conflitto in Ucraina, tra i suoi deficit strutturali il Belpaese soffre la carenza di materie prime agricole e questo gap nel 2021 si è ulteriormente ampliato. Un dato di fatto confermato dai numeri diffusi da The European House – Ambrosetti, secondo i quali, lo scorso anno, l'Italia ha aumentato di **1 miliardo di Euro ulteriore** la sua **dipendenza da materie prime agricole**, raggiungendo un deficit commerciale complessivo di **8,5 miliardi di Euro nel 2021**. In generale, analizzando l'andamento dal 2010 al 2021, il nostro paese ha **'perso' oltre 85 miliardi di PIL** proprio a causa di questa situazione che lo vede costretto ad acquistare da paesi terzi i prodotti necessari in ambito di produzione agricola. Spicca soprattutto la **scarsità di cereali** reperibile a livello nazionale, che comporta un deficit della bilancia commerciale di **quasi 5 miliardi di euro**, ma si

bussa alla porta di fornitori stranieri anche per il **pesce lavorato (-4,4 mld) e i prodotti ittici (-1,2 mld)**, la **carne lavorata (-3,6)** e gli **oli e i grassi (-2,7)**, molti di questi proprio provenienti da Ucraina e Russia come visto prima.

Quali sono le ragioni di questo contesto così problematico? The European House – Ambrosetti richiama l'attenzione su due motivi: a indebolire la competitività della filiera agroalimentare italiana interviene, da un lato, la **frammentazione delle imprese** della nostra Penisola (il 92,8% fatturano meno di 10 milioni di euro), e dall'altro **il fenomeno dilagante dell'Italian Sounding**.

### **Una ricerca per affrontare e capire l'Italian Sounding**

Nella ricerca ad hoc, realizzata in partnership con Assocamerestero che sarà ampiamente discussa nella due giorni di Bormio, si farà il più possibile chiarezza sull'impatto sul sistema economico nostrano dei prodotti alimentari stranieri che 'suonano' come italiani. Per avere un quadro meno disomogeneo, The European House – Ambrosetti, ha condotto un **sondaggio** interpellando **oltre 250 retailer internazionali** presenti nei **10 mercati** dove l'Italian Sounding è più diffuso e dove il giro di affari delle esportazioni agroalimentari made in Italy è pari a 23 miliardi di euro (equivalente quindi al 45,9% dell'intero ricavato ottenuto dalle vendite all'estero). La survey si è posta i seguenti **obiettivi: approfondire la presenza dei prodotti agroalimentari italiani sugli scaffali delle insegne della GDO nel mondo, creare un coefficiente per quantificare la discrepanza tra i prodotti italiani e quelli provenienti da paesi esteri e valutare la percezione dei vertici dei retailer stranieri sulle referenze italiane in termini di qualità e accessibilità all'acquisto**.

I risultati della ricerca saranno interamente svelati a Bormio e al dibattito che seguirà prenderà parte anche **Manlio Di Stefano, Sottosegretario di Stato per gli affari esteri e la cooperazione internazionale**.

### **Sostenibilità: alleato di cui non si può più fare a meno**

Ulteriore sfida non più procrastinabile a cui la filiera agroalimentare è chiamata a rispondere, è quella della **sostenibilità**. Nel 2050 la popolazione mondiale toccherà i 10 miliardi di abitanti, con conseguente aumento del 50% della domanda di prodotti agricoli. Un futuro prossimo nel quale si imporranno forme di consumo che tenderanno a privilegiare carne, frutta e verdura, con conseguenze inevitabili che spingeranno verso un maggiore sfruttamento del suolo e una crescita delle emissioni di gas serra, a cui si aggiungono già da ora condizioni climatiche sempre più instabili e imprevedibili. Per contrastare queste criticità è **necessario pianificare politiche e strategie** strettamente fondate sulla sostenibilità, come ribadisce la ricerca dedicata al tema presentata da The European House Ambrosetti. Tra i punti chiave necessari a realizzare la transizione della filiera agroalimentare, **l'urgenza di favorire l'educazione alimentare** promuovendo stili di consumo sano ed equilibrato, **ampliare misurazione della sostenibilità con metodologie già esistenti** (*carbon footprint, water footprint ed ecological footprint*) e **implementare la ricerca di soluzioni tecnologiche abilitanti della transizione sostenibile**.

*“Il settore agroalimentare italiano si conferma anche nel 2021 un asset fondamentale per la competitività del Paese: oltre 200 miliardi di Euro di fatturato realizzato, 50,1 miliardi di Euro di esportazioni (record storico), oltre 1,4 milioni di occupati coinvolti in 1,2 milioni di imprese. Non solo. Con 65 miliardi di Euro di Valore Aggiunto generato equivale a più del doppio della somma del settore aerospaziale di Francia, Germania e Regno Unito e due volte e mezzo il settore automotive di Francia e Spagna”,* dichiara Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti.

## **La filiera agroalimentare in numeri**

- *Settore agrifood 2021: la filiera raggiunge un fatturato di 204,5 miliardi di Euro, occupa 1,4 milioni di persone e realizza un Valore Aggiunto di 65 miliardi di Euro*
- *Export: le esportazioni hanno messo a segno nel 2021 una progressione del **10,8%** superando il valore di **50 miliardi di Euro***
- *Surplus export f&b: **+3,3 mld**, bilancia commerciale in positivo per il terzo anno consecutivo*
- *Il vino è il prodotto f&b più venduto all'estero: **7,1 mld***
- *La **Germania** rimane il principale paese per l'export italiano con un giro di affari di **8,4 mld (+6,6% vs. 2020)***
- *L'Italia dipende dall'Ucraina per il **64%** sul suo import di grano tenero, per il **63%** sull'import di olio di girasole, per il **30,4%** di semi (**1° fornitore** italiano di questi prodotti) ed è 2° fornitore per l'Italia di mais (**26,6%**)*
- *A causa della guerra **932,7 mln €** di export agroalimentare verso Russia e Ucraina sono a rischio*
- *Acquistare materie prime agricole da paesi stranieri “costa” all'Italia **85 mld di Pil**, inteso come deficit commerciale cumulato nel periodo 2010-2021*

Materiali per la stampa al link

<https://www.ambrosetti.eu/forum-food-2022/>

**UFFICIO STAMPA - Lead Communication**

**Anita Lissona, 335 498993, [anita.lissona@leadcom.it](mailto:anita.lissona@leadcom.it)**

**Carlo Petronella, 389 2443460 [carlo.petronella@leadcom.it](mailto:carlo.petronella@leadcom.it)**

**Alessandro Garavaglia, 338 9099342 [alessandro.garavaglia@leadcom.it](mailto:alessandro.garavaglia@leadcom.it)**