

**Le Filippine e le sue opportunità per l'export agroalimentare italiano
tra i temi del Forum The European House - Ambrosetti
“La roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i
prossimi anni” (Bormio, 17 e 18 giugno)**

LA GIOVANE ECONOMIA FILIPPINA NUOVA RISORSA STRATEGICA PER LE AZIENDE DEL FOOD&BEVERAGE ITALIANE

*Le istituzioni del Paese asiatico presentano per la prima volta al Forum
un mercato ampio e in forte crescita, una popolazione giovane e dinamica
e la posizione di rilievo all'interno dell'area ASEAN, fattori che rendono le Filippine
un partner commerciale appetibile per le aziende italiane*

Milano, 30 Maggio – La filiera agroalimentare italiana è un asset strategico chiave per la competitività del Paese e in crescita costante negli ultimi dieci anni. Nel 2021 il comparto ha riportato oltreconfine ricavi record, mai così alti nella storia, raggiungendo i **50,1 miliardi di euro, in crescita del 10,8%** rispetto all'anno precedente. Tuttavia, rimangono ampi margini di sviluppo che devono spingere gli operatori a individuare nuovi partner e opportunità di internazionalizzazione. **Le Filippine rappresentano sicuramente uno dei Paesi dal maggior potenziale, potendo contare su un bacino di 111 milioni di abitanti, su un'economia in forte crescita e sulla fiducia degli investitori stranieri.** Il PIL ha raggiunto un valore di 362 miliardi di US\$ (+18% la variazione rispetto al 2015) mentre sono 6,5 i miliardi di dollari di FDI – Investimenti Diretti Esteri – ricevuti nel 2020, in aumento del 47,1% rispetto al 2015, a testimonianza di una grande credibilità monetaria. Dati che contribuiscono a rendere **il mercato filippino il secondo per estensione nei Paesi ASEAN, il terzo per crescita della popolazione a partire dal 2015.**

Un partner dalla grande valenza strategica: lo scenario ASEAN

Gli scenari di sviluppo che le Filippine potranno abilitare per l'industria italiana del Food&Beverage saranno oggetto di approfondimento durante i lavori della sesta edizione del Forum **“La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”**, organizzato da **The European House -Ambrosetti**, che si terrà a **Bormio i prossimi 17 e 18 giugno 2022**. A rappresentare il Governo filippino in Italia sarà per la prima volta **Ceferino S. Rodolfo, Sottosegretario del Ministero dell'Industria e del Commercio**, che sarà di persona al Forum per presentare agli stakeholders italiani le possibilità offerte dal paese asiatico.

Tra le principali opportunità per i protagonisti del Made in Italy quella di avere accesso, tramite il mercato filippino nel quale le istituzioni del nostro Paese operano già attivamente, a un'area dalla grande rilevanza. Secondo le ricerche realizzate da The European House - Ambrosetti, **se fosse un'unica economia quella ASEAN genererebbe un PIL di quasi 3.000 miliardi di dollari (+21,5% rispetto al 2015)**, collocandosi al terzo posto

per grandezza nel continente e al quinto nel mondo. **I principali indicatori rilevano una forte espansione sia demografica** (674 milioni di abitanti complessivi, +6,4% vs 2015) **che economica**. Il 90% dei Paesi dell'area registra una crescita a doppia cifra del PIL negli ultimi 5 anni, con un mercato che esporta merci per un valore complessivo di 1.470 (+25,3% vs 2015) e importa per 1.349 miliardi di dollari (+22,6% vs 2015). Un contesto che genera fiducia a livello internazionale, attirando 136 miliardi di dollari di FDI (+19,0% vs 2015).

La specificità delle Filippine

Il caso delle Filippine si inserisce in questo contesto di forte dinamismo. **Il Paese può contare su una popolazione giovane, il 57% ha meno di 30 anni, con una forte propensione al consumo. La spesa delle famiglie abilita il 75% della generazione del PIL (1° Paese in ASEAN), e questo è composto per il 20% da consumi alimentari, non alimentari e turismo.** Inoltre, il budget allocato per il cibo e gli alimenti costituisce la voce più rilevante anche nei tre decili superiori di classi per guadagno mensile *pro-capite*. Un'attitudine che contribuisce in modo determinante a far crescere il valore delle importazioni. **Le Filippine importano la maggior parte dei prodotti consumati: dopo lo stop dovuto alla pandemia, nel 2021 la crescita è stata del 30,8% (+7,1% CAGR 2011-2020) raggiungendo il record storico di 124,4 miliardi di dollari.** Nonostante anche le esportazioni continuino a crescere (+3,4% l'incremento medio annuo nell'ultimo decennio, +14,4% solo nel 2021), **il deficit commerciale del Paese rimane rilevante essendosi attestato a -49,8 miliardi di dollari nell'ultimo anno.** Gli accordi di libero scambio firmati negli ultimi 30 anni guardano prevalentemente ad altri Paesi asiatici: i principali partner commerciali sono tutti continentali, con l'unica significativa eccezione degli Stati Uniti.

Il mercato agroalimentare

Le esportazioni agroalimentari delle Filippine pesano sul totale per l'8,5%, per un valore di 6,3 miliardi di dollari. È interessante constatare come le prime 10 categorie di prodotti equivalgano al 97% del valore e come più del 50% del business verso l'estero sia garantito da frutta e noci (30,3%) e oli e grassi (23,6%). Tra le importazioni, guidano i cereali (3,4 miliardi di dollari, 20,7% del totale) seguiti da residui alimentari (2,1 mld, 12,4%), carne (1,9 mld, 11,1%) e concentrati di caffè, tè e mate (1,8 mld, 11%). Altri beni richiesti sono oli e grassi, prodotti lattiero-caseari, frutta e noci, bevande, pesce e prodotti dalla lavorazione di farine. Più diversificato in questo caso il ranking dei primi dieci partner commerciali, guidato da Stati Uniti (3,5 miliardi di dollari) e via via da Indonesia (1,7 mld), Cina (1,7 mld), Vietnam (1,5 mld), Australia (1,2 mld), Malesia (1,0 mld), Thailandia (0,7 mld), Singapore (0,6 mld), Brasile (0,4 mld) e India (0,4 mld).

Le prospettive per la filiera agroalimentare italiana

Nonostante i valori record raggiunti dalle esportazioni agroalimentari italiane e la necessità di individuare nuovi partner che possano in qualche modo ridurre gli impatti della crisi russo-ucraina sulla filiera, **gli operatori del nostro Paese non sono ancora riusciti a collocare le proprie produzioni di eccellenza sul mercato delle Filippine.**

L'Italia è il **ventesimo partner di importazioni agroalimentari per il Paese**, esportando 145,0 milioni di dollari (0,9% del totale). La farina è il bene più richiesto e vale da solo per il 61,5% del totale mentre, nonostante i primati italiani, alcuni prodotti tipici della dieta mediterranea non riescono a sfondare. Tra le dieci categorie più richieste dal mercato, rientrano infatti alcune considerate strategiche e rilevanti per la nostra filiera. Un caso su tutti, quello di **latte e derivati** che vede le nostre aziende posizionarsi al **ventiquattresimo posto** incidendo sulle importazioni del comparto solo per lo **0,3%**, proprio in una filiera molto vocata all'internazionalizzazione (la terza per proiezione sui mercati internazionali, dopo vino e pasta).

“Siamo molto lieti di discutere, in questa sesta edizione del Forum Food&Beverage di The European House – Ambrosetti, del ruolo delle Filippine quale partner strategico e mercato di riferimento per le imprese agroalimentari italiane. Nello studio che abbiamo realizzato per l'Ambasciata Italiana a Manila e che presenteremo in anteprima a Bormio emergono alcune evidenze che meritano una riflessione condivisa. Solo per fare un esempio, le Filippine importano gran parte dei prodotti lattiero caseari che consumano, ma l'Italia si posiziona al 24° posto tra i partner commerciali delle Filippine per questi prodotti, 19 posizioni dopo la Germania (5° posto) e 17 dopo la Francia (7° posto)” dichiara Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti.

“La presenza delle istituzioni filippine in occasione di questo importante appuntamento d'incontro con la filiera agroalimentare è stata voluta e fortemente sostenuta, anche finanziariamente, dall'Ambasciata d'Italia in Manila. Il Forum organizzato da The European House – Ambrosetti permetterà di presentare agli operatori italiani del settore le opportunità offerte da uno dei Paesi asiatici con le prospettive più promettenti per tale nostra filiera. Sono convinto che esistano le condizioni per consentire alle imprese del nostro Paese di penetrare con successo in un mercato in grande espansione e dal forte valore strategico ma ancora largamente inesplorato” dichiara Marco Clemente, Ambasciatore d'Italia accreditato presso il governo filippino.

UFFICIO STAMPA - Lead Communication

Anita Lissona, 335 498993, anita.lissona@leadcom.it

Carlo Petronella, 389 2443460 carlo.petronella@leadcom.it

Alessandro Garavaglia, 338 9099342 alessandro.garavaglia@leadcom.it