Webinar

CONSUMERS' FORUM

10 novembre 2020

Nomisma

IN COLLABORAZIONE CON:

CENTROMARCA
Associazione Italiana dell'Industria di Marca

IBC
Associazione Industrie Beni di Consumo

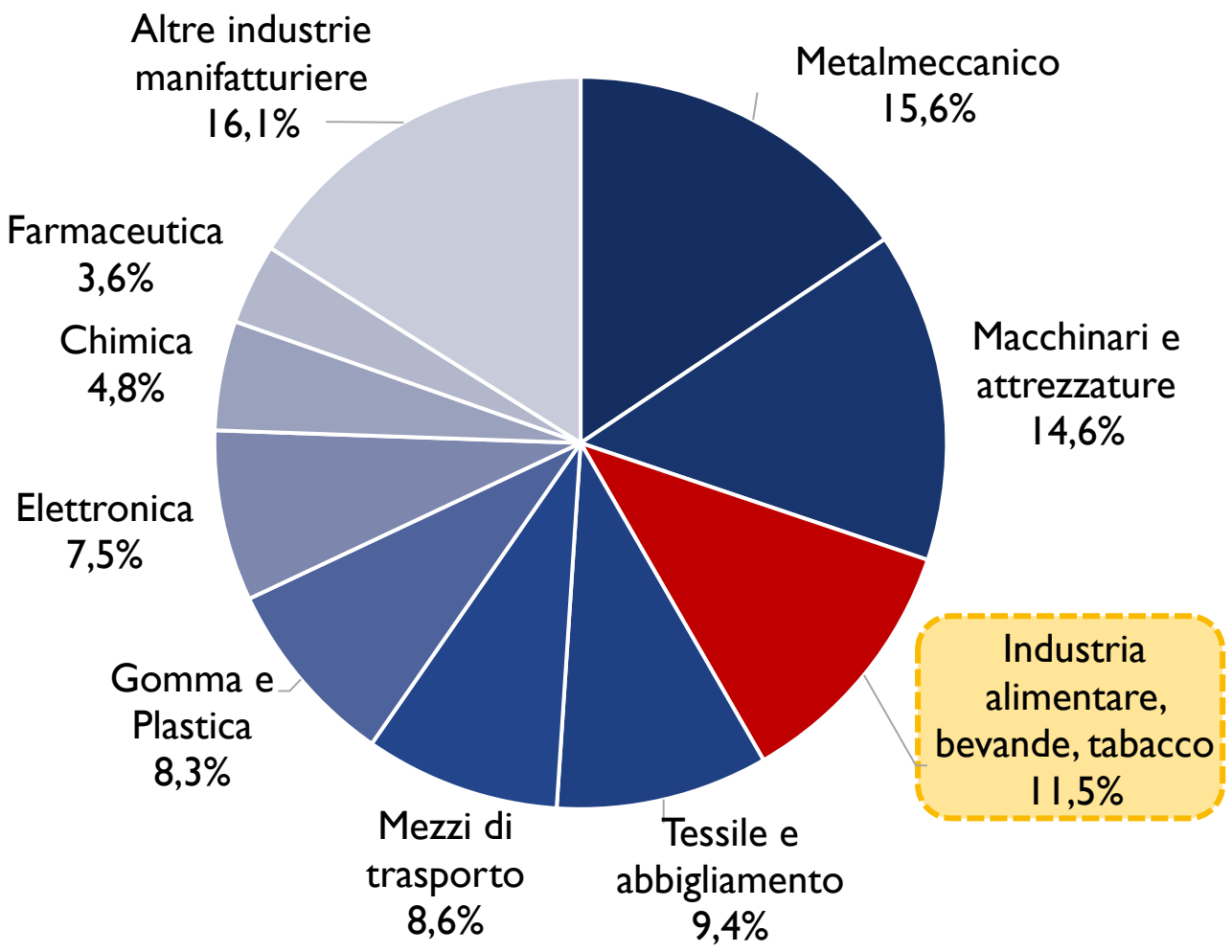
L'industria alimentare Italiana oltre il Covid-19

Competitività, impatti socio-economici, prospettive

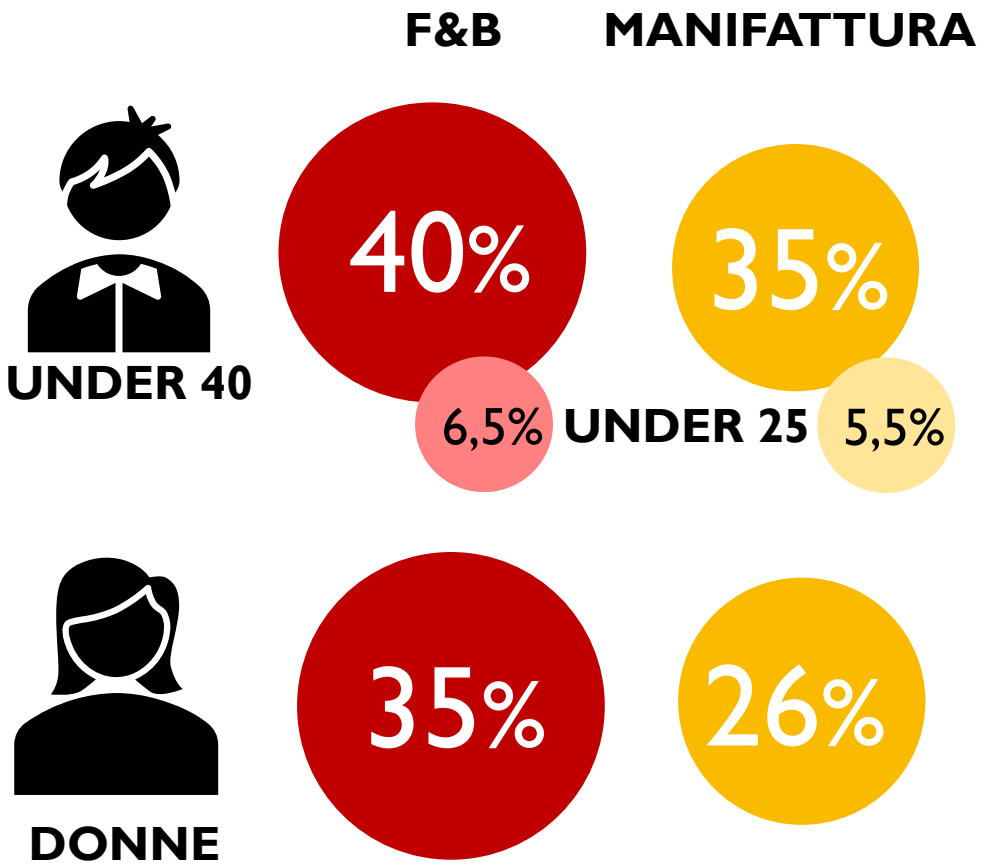
DENIS PANTINI
Responsabile Agroalimentare Nomisma

L'INDUSTRIA ALIMENTARE, UNA REALTÀ STRATEGICA PER IL PAESE

VALORE AGGIUNTO PER COMPARTO MANIFATTURIERO (% 2019)



OCCUPATI PER ETÀ E GENERE
(F&B vs TOTALE MANIFATTURIERO, 2018/2019)



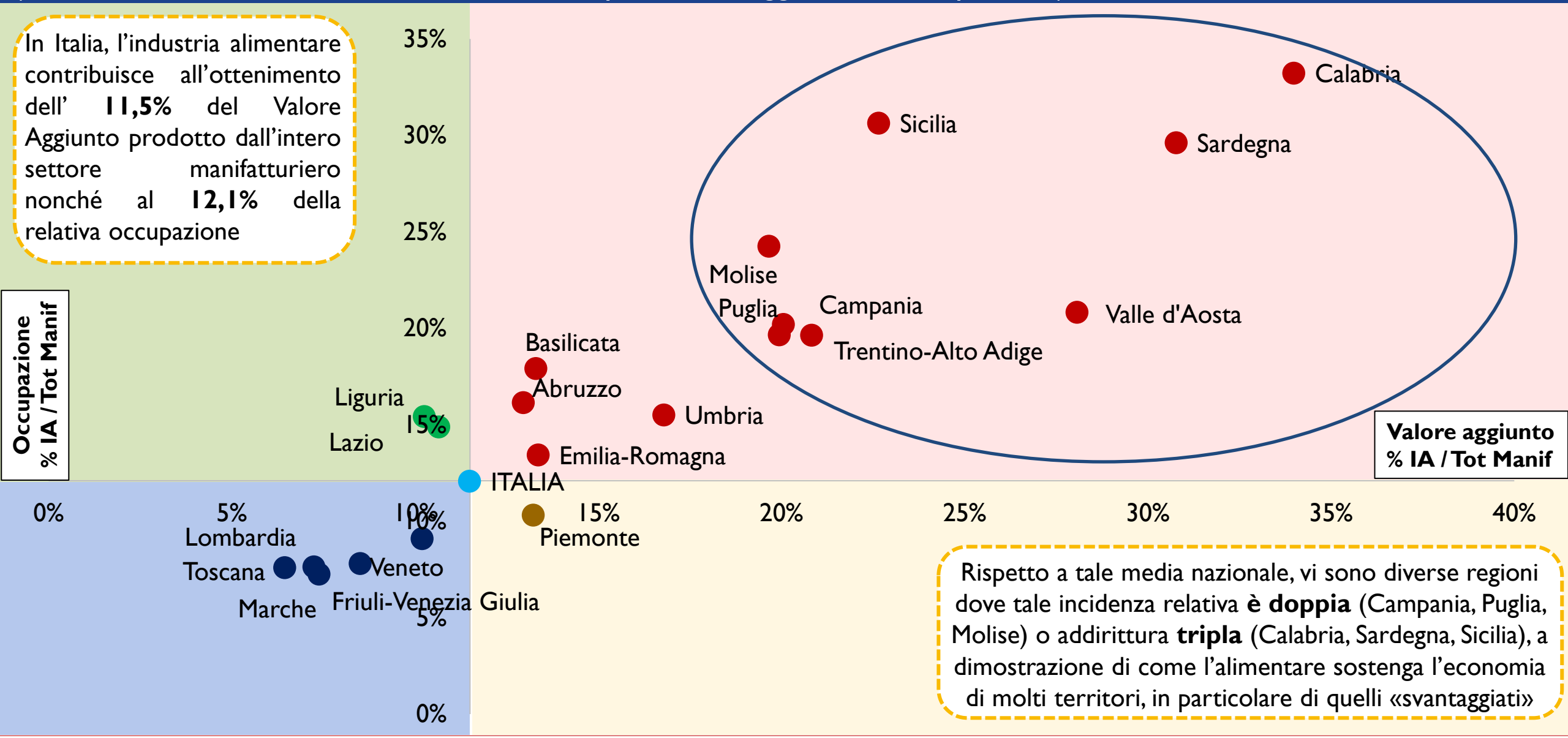
Fonte: Nomisma su dati Istat ed Eurostat

Denis Pantini

… E ANCOR DI PIÙ PER I TERRITORI E LE ECONOMIE LOCALI

(% industria alimentare su totale manifattura per valore aggiunto e occupazione)

In Italia, l'industria alimentare contribuisce all'ottenimento dell' **11,5%** del Valore Aggiunto prodotto dall'intero settore manifatturiero nonché al **12,1%** della relativa occupazione



Rispetto a tale media nazionale, vi sono diverse regioni dove tale incidenza relativa **è doppia** (Campania, Puglia, Molise) o addirittura **tripla** (Calabria, Sardegna, Sicilia), a dimostrazione di come l'alimentare sostenga l'economia di molti territori, in particolare di quelli «svantaggiati»

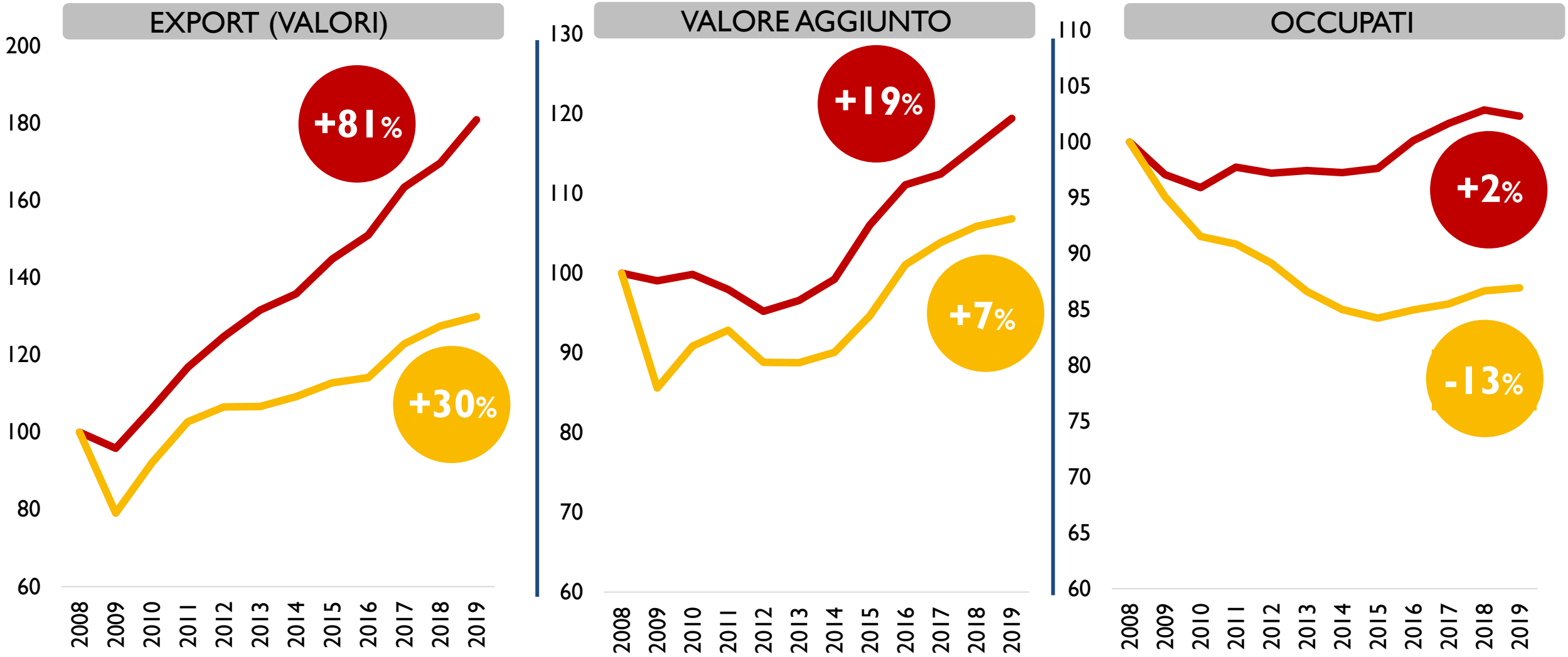
Fonte: Nomisma su dati Istat

Denis Pantini

L'ANTI-CICLICITÀ DELL'ALIMENTARE HA SOSTENUTO LA NOSTRA ECONOMIA ANCHE DURANTE L'ULTIMA CRISI…

F&B* Totale Manifatturiero

TREND, numeri indice 2008=100

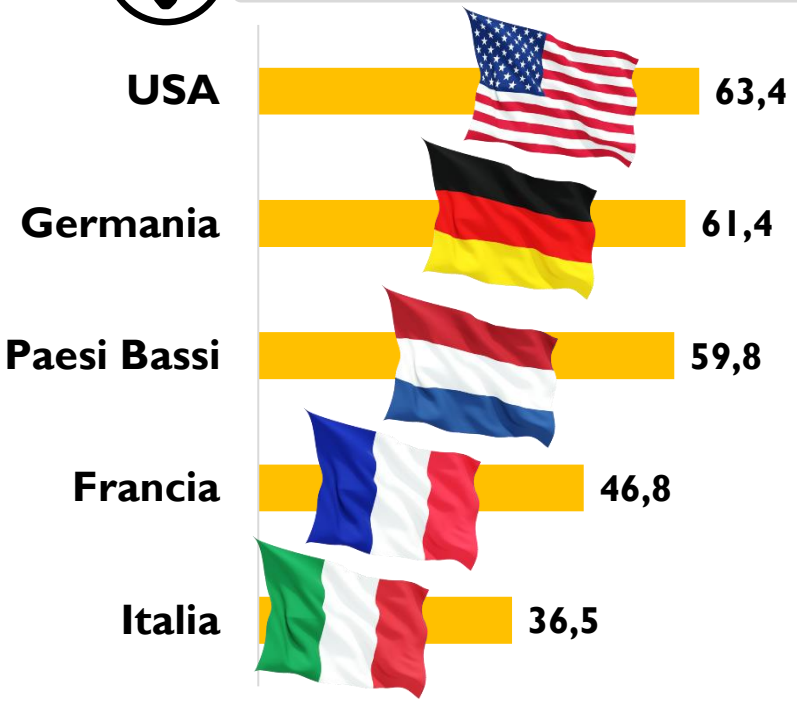


*Fonte: Nomisma su dati Istat. * Alimentare, Bevande e Tabacco*

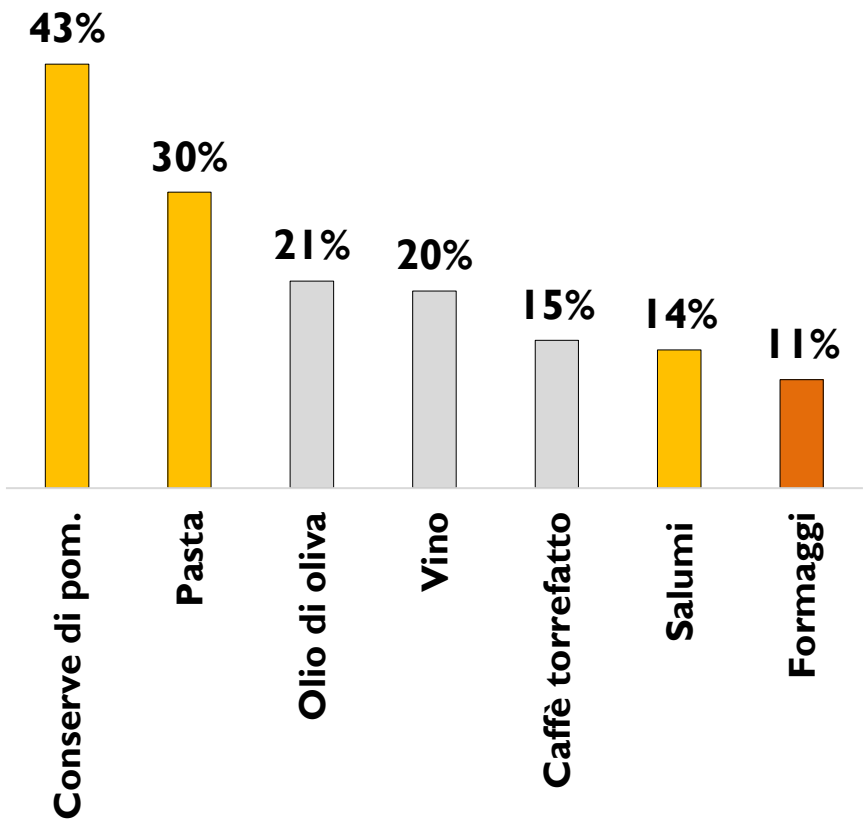
Denis Pantini

ABBIAMO CONQUISTATO QUOTE DI MERCATO ALL'ESTERO, ANCHE GRAZIE ALLA QUALITA' DEI NOSTRI PRODOTTI…

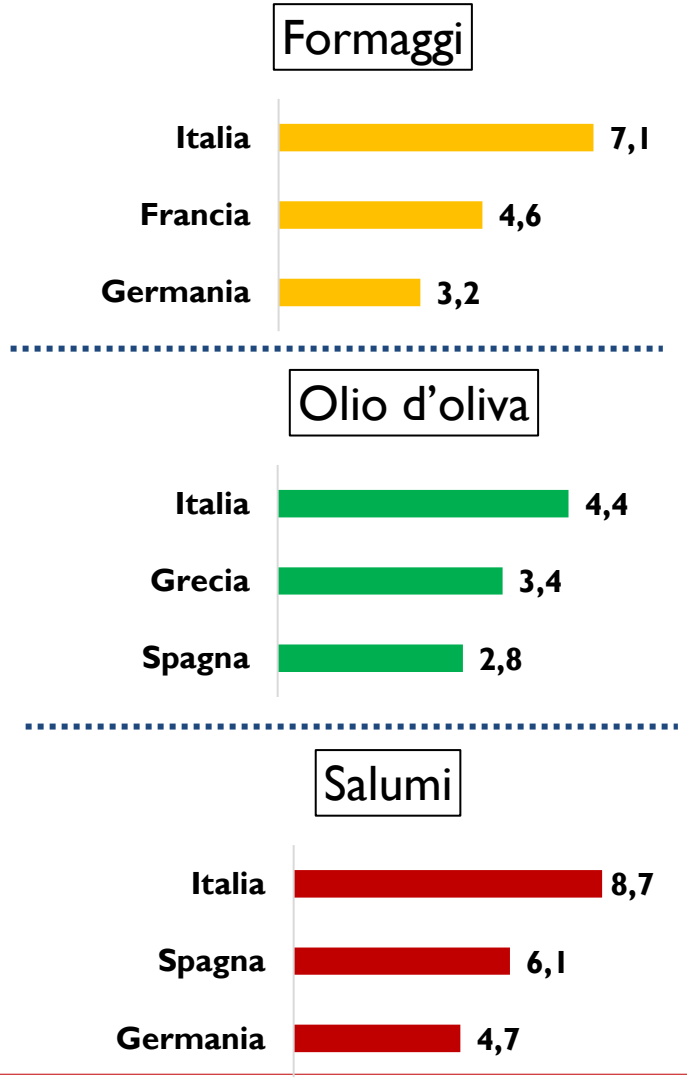
EXPORT F&B (Mrd € 2019)



QUOTA ALL'EXPORT MONDIALE
(% sui valori 2019 e ranking)



PREZZI ALL'EXPORT (€/KG 2019)



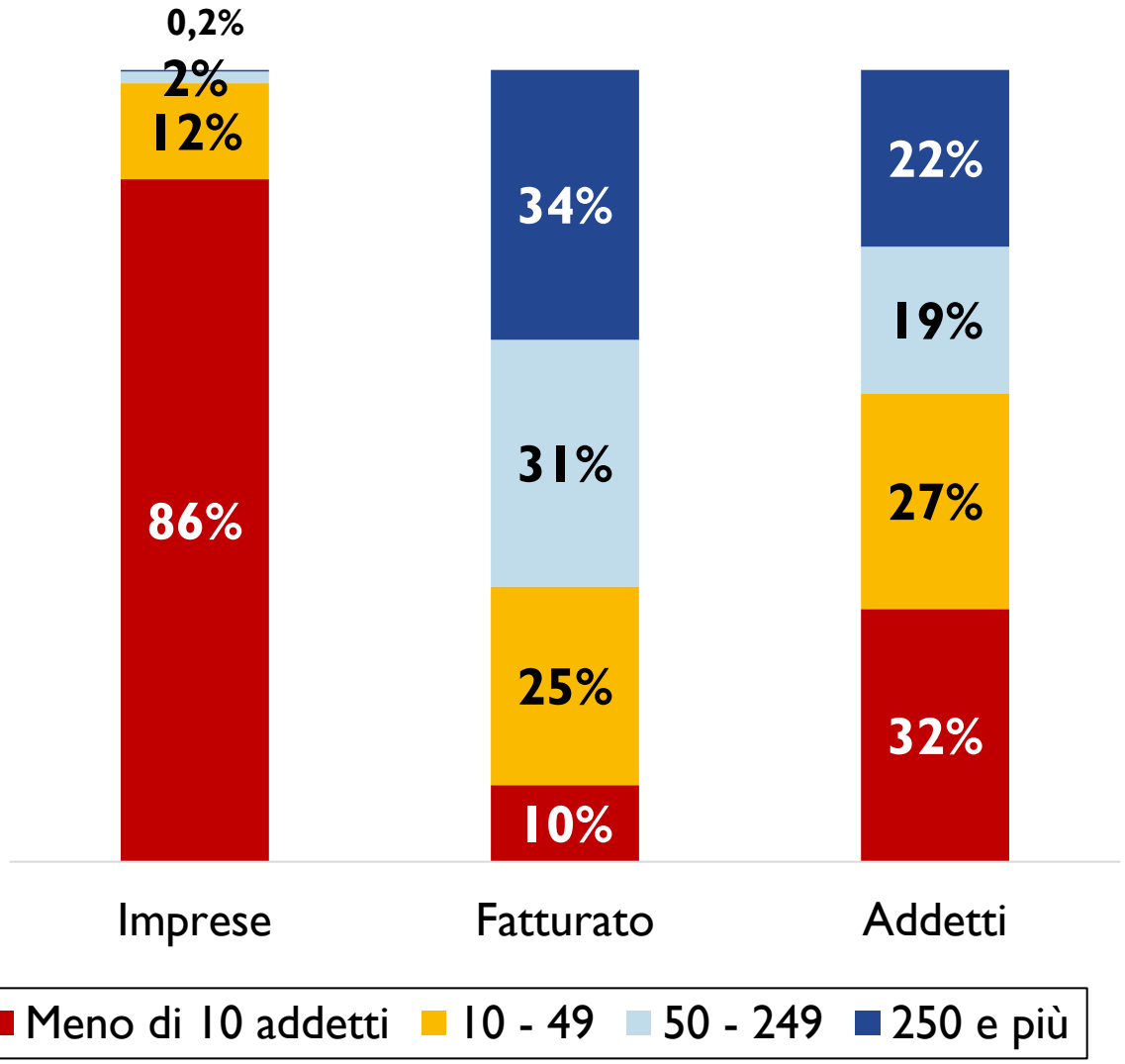
1° 2° 3°

Fonte: Nomisma su dati Eurostat e UN-Comtrade

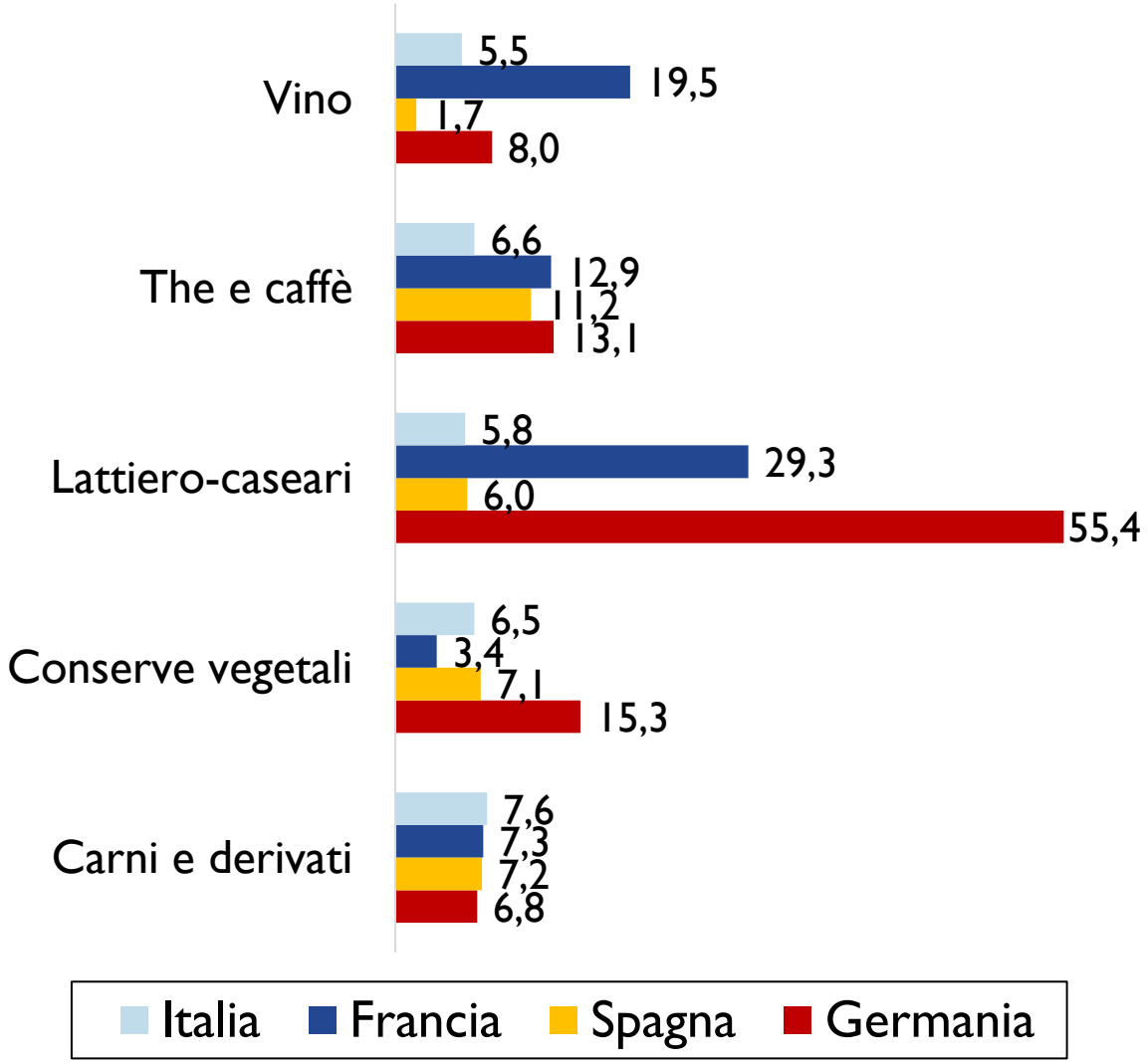
Denis Pantini

NONOSTANTE I GAP DIMENSIONALI…

F&B Italia: distribuzione per classe di addetti



F&B: fatturato medio per azienda (Mln €)



Fonte: Nomisma su dati Eurostat

Denis Pantini

EPPURE LE DIMENSIONI CONTANO, SOPRATTUTTO NEL MERCATO GLOBALE…

49
imprese con fatturato > 350 mln €

0,1 %
del totale

Peso delle grandi imprese con oltre 350 Mln € fatturato sul settore alimentare

50,9 Mrd € di FATTURATO — 36%

9,7 Mrd € di VALORE AGGIUNTO — 34%

18,1 Mrd € di EXPORT — 52%

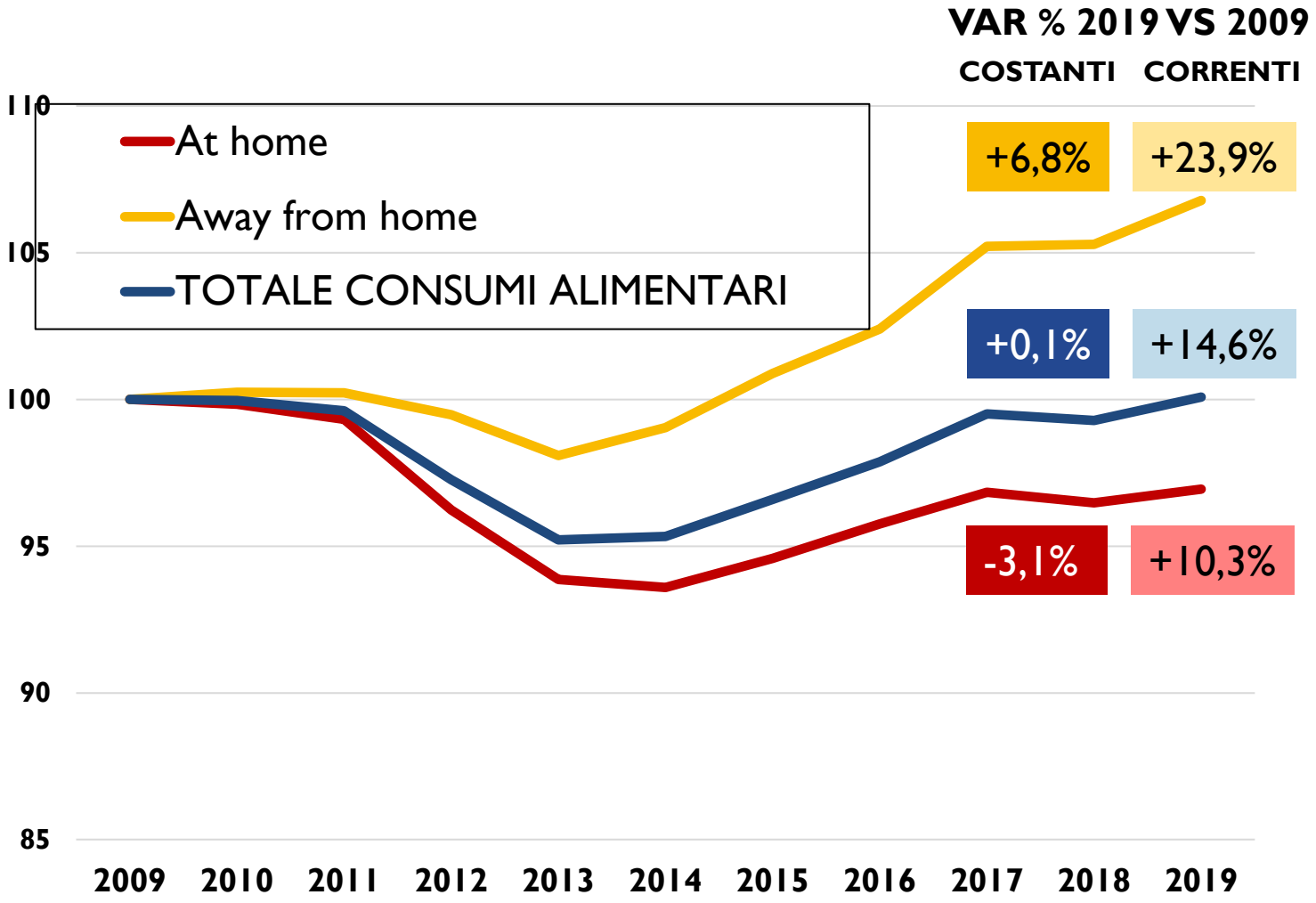
106.600 PERSONE OCCUPATE — 23%

Fonte: Nomisma su dati Istat e bilanci aziendali

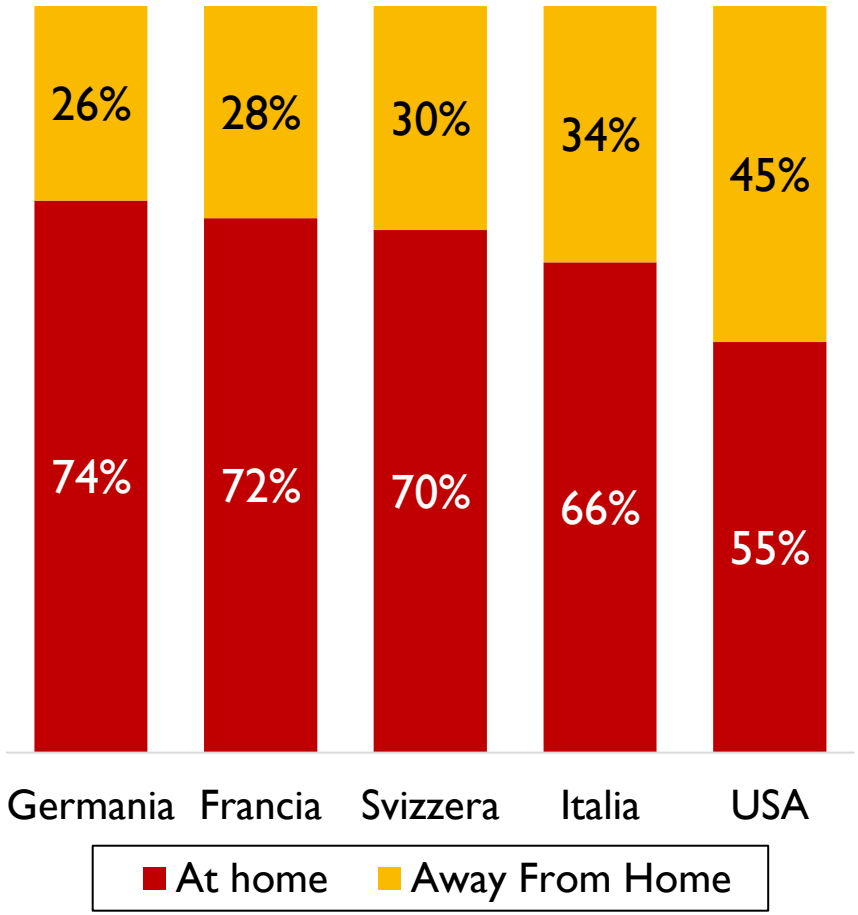
Denis Pantini

VISTO CHE IL MERCATO NAZIONALE NON BRILLA PER CRESCITA (AD ECCEZIONE DEL FUORI-CASA… SINO AL PERIODO PRE-COVID)

Trend consumi alimentari in Italia a valori costanti
(2009 = 100)



Domestici vs fuori casa
(% consumi alimentari a valori correnti, 2018)

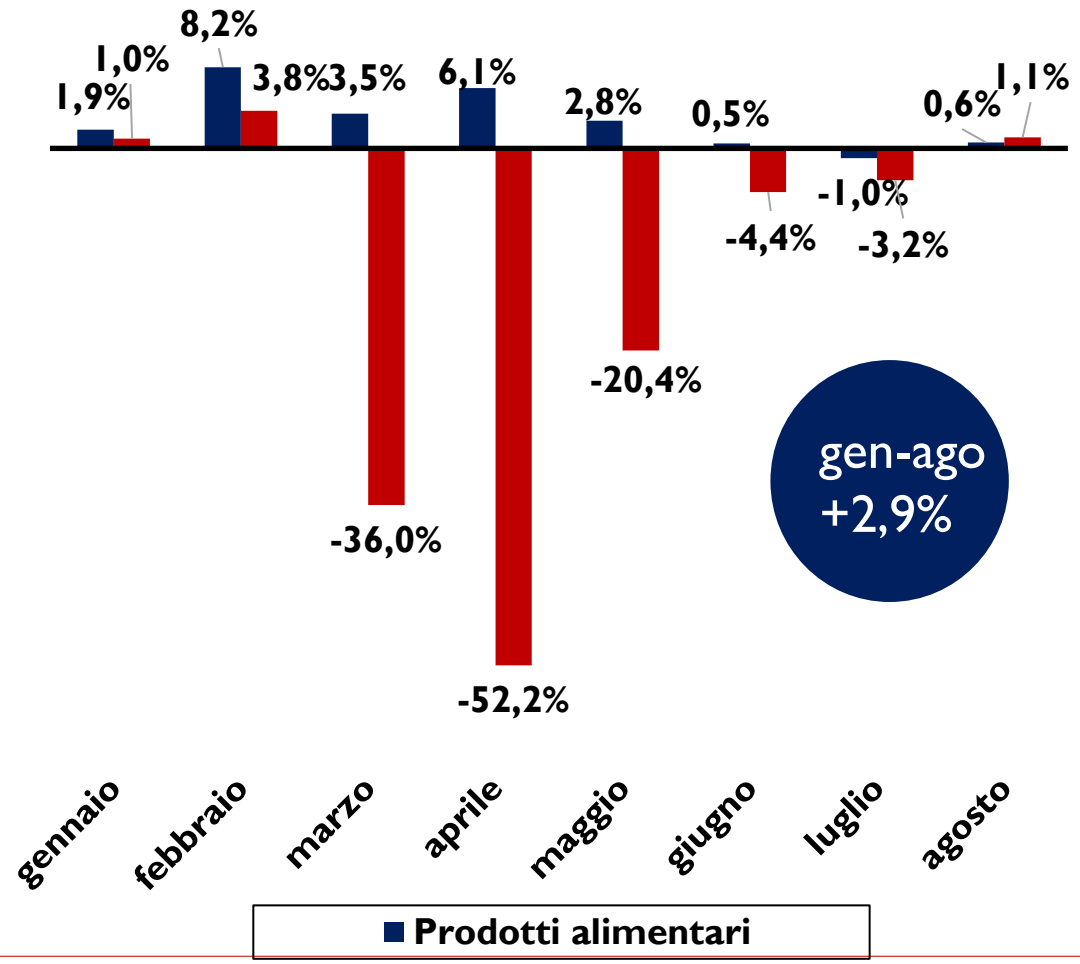


Fonte: Nomisma su dati Istat ed Eurostat

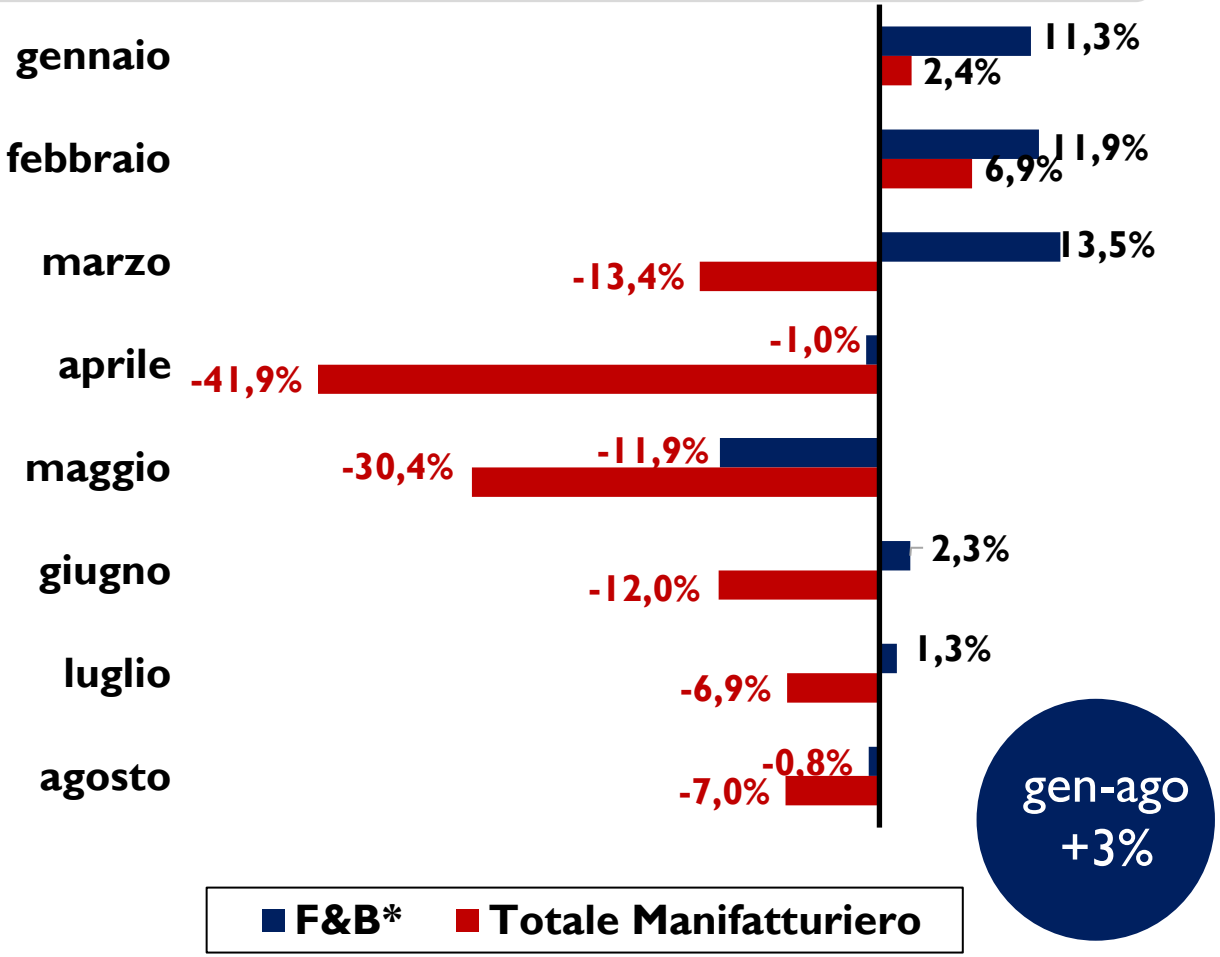
Denis Pantini

LE VENDITE DI ALIMENTARI HANNO TENUTO DURANTE IL LOCKDOWN, MA NEI MESI SUCCESSIVI SIA IL MERCATO NAZIONALE CHE L'EXPORT HANNO CEDUTO…

Italia: variazione tendenziale vendite al dettaglio (% mese 2020 vs stesso mese 2019)



Export F&B e totale manifatturiero: variazione tendenziale (% mese 2020 vs stesso mese 2019)

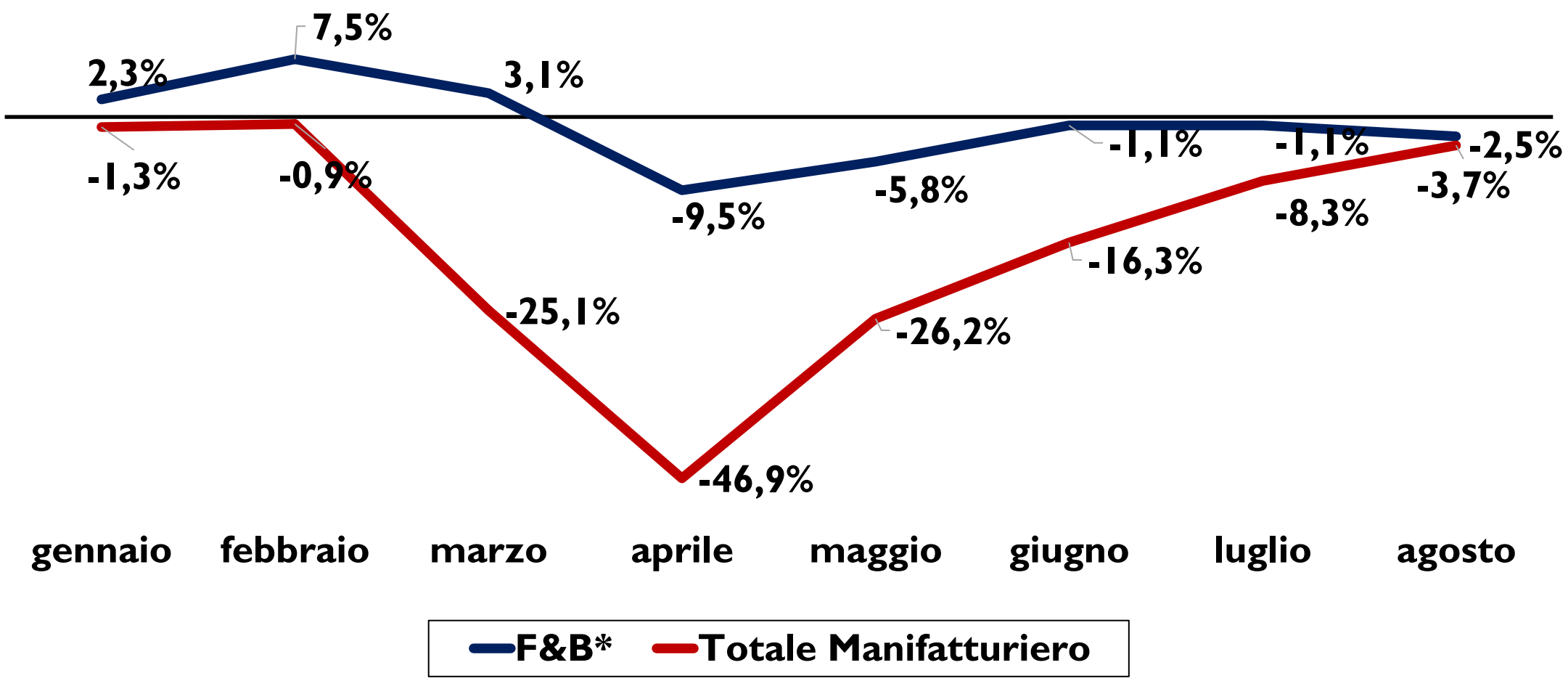


** Alimentare, Bevande e Tabacco. Fonte: Nomisma su dati Istat*

Denis Pantini

DI CONSEGUENZA IL FATTURATO NON POTEVA CHE SEGUIRE LA STESSA DIREZIONE…

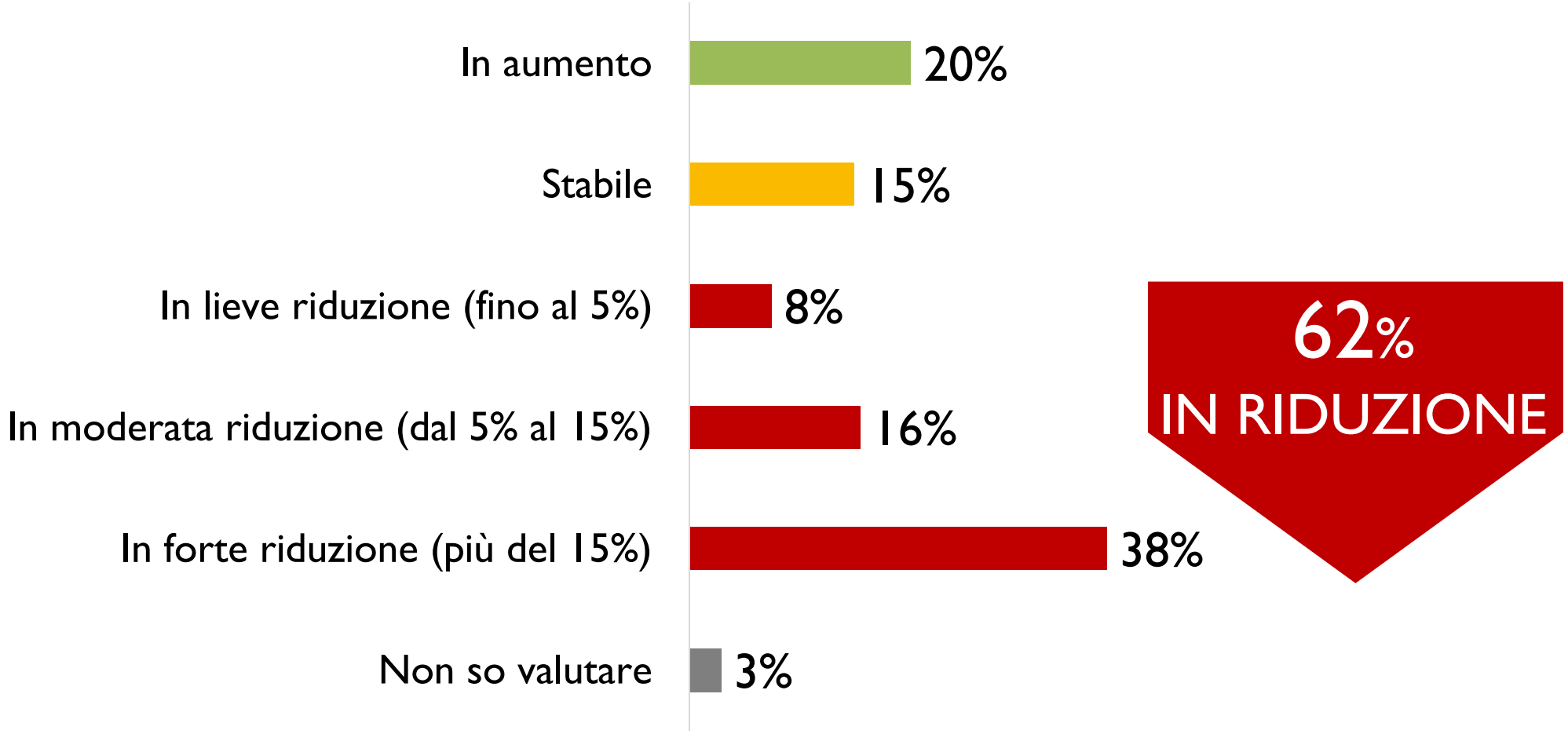
Variazione tendenziale del fatturato (% mese 2020 vs stesso mese 2019)



* *Alimentare, Bevande e Tabacco. Fonte: Nomisma su dati Istat*

MA LE IMPRESE SONO (GIUSTAMENTE) PREOCCUPATE…

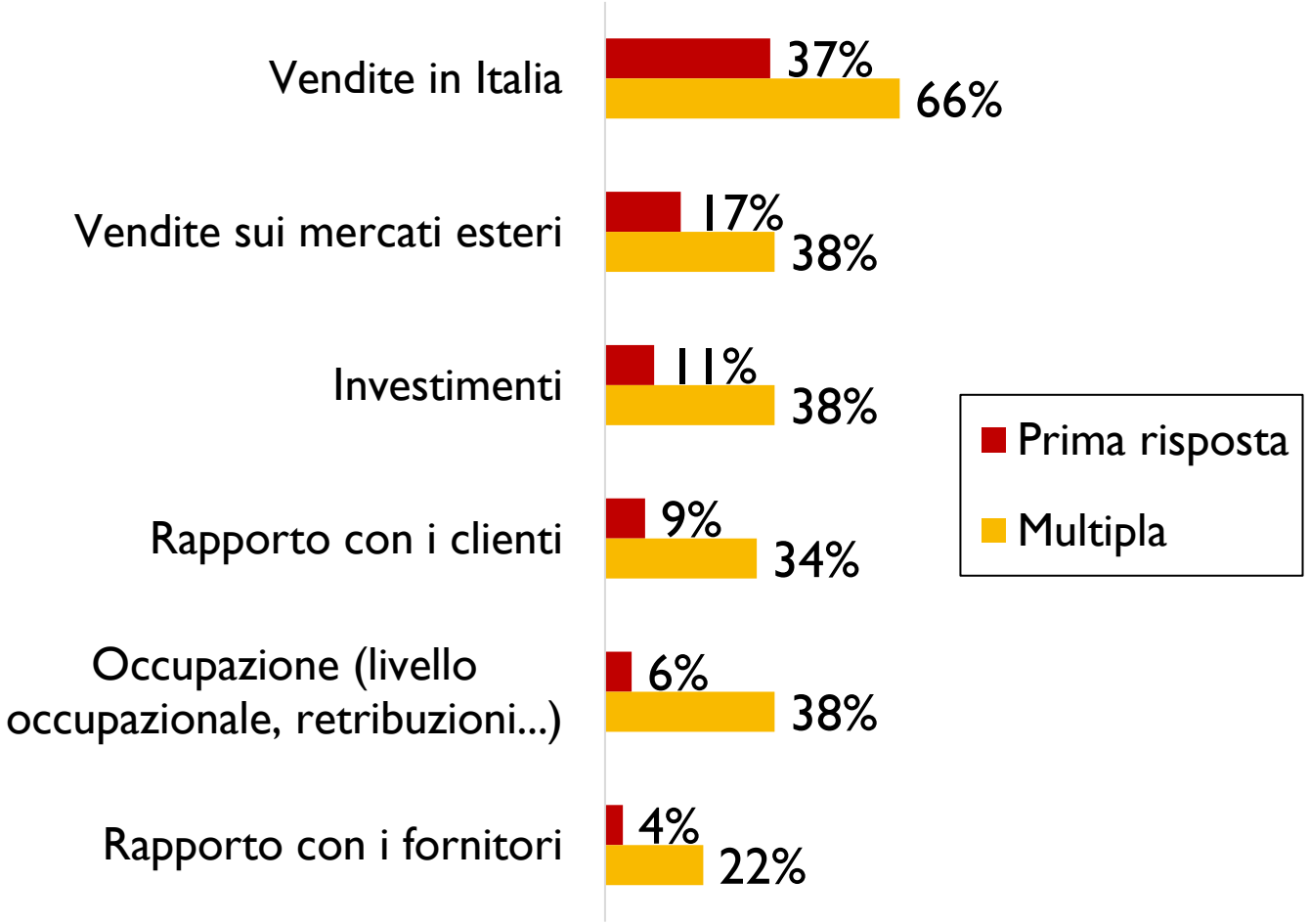
Come si chiuderà il fatturato 2020 della sua azienda rispetto all'anno precedente?
(Survey Nomisma*)



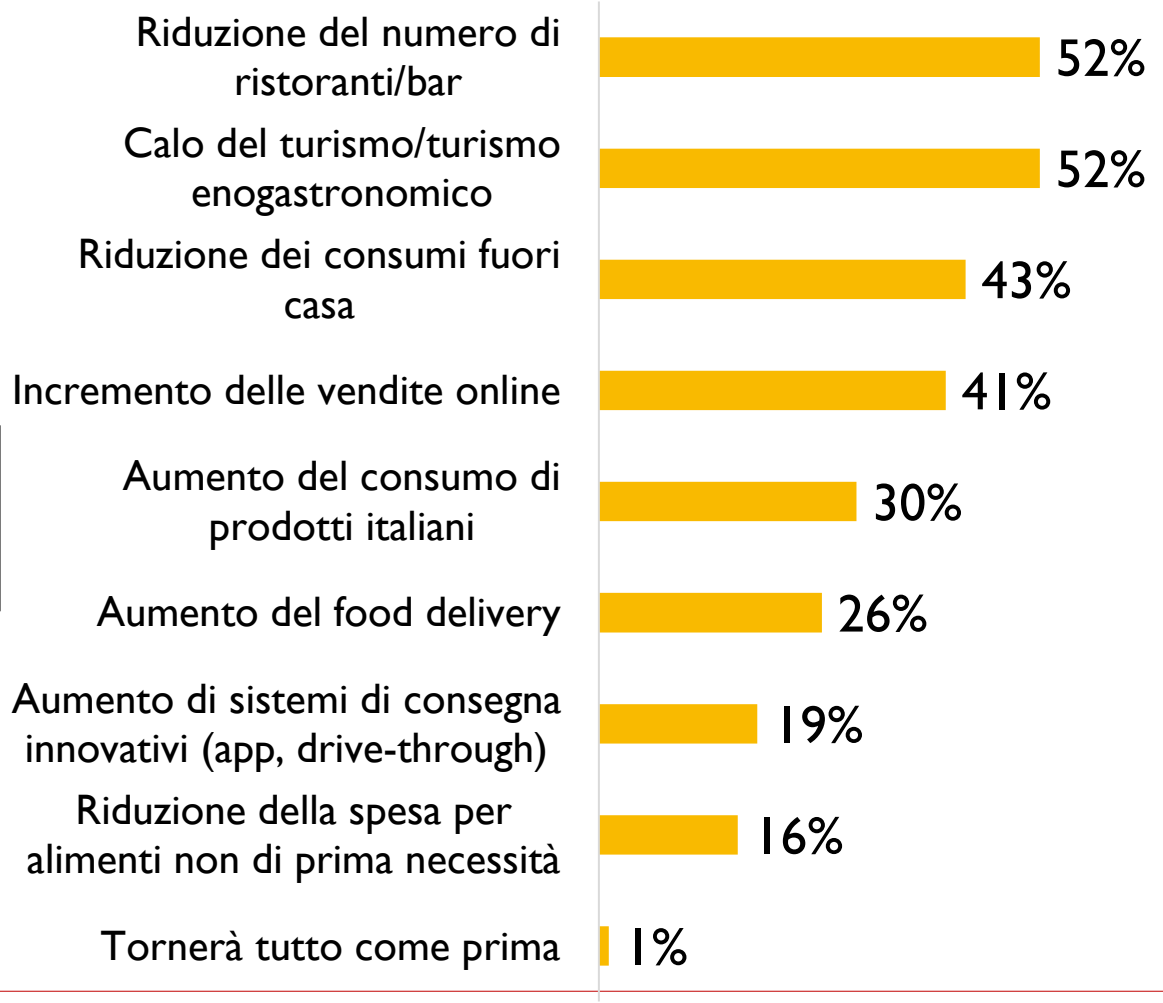
** survey realizzata su un campione ragionato di 200 imprese italiane del food&beverage nel periodo aprile-maggio 2020. La composizione del campione riguarda per il 28% imprese con un fatturato inferiore ai 2 Mln €, per il 34% tra 2 e 10 Mln, per il 26% tra 10 e 50 Mln e per il rimanente 12% aziende con fatturato superiore ai 50 Mln €-*

E A PREOCCUPARE DI PIÙ È IL MERCATO NAZIONALE

Quali aspetti sono e saranno più critici per la sua azienda?



Come cambierà il mercato nazionale nei prossimi due anni?



Fonte: Survey Nomisma sulle imprese alimentari 2020.

IN CONCLUSIONE: QUALI PROSPETTIVE PER L'ALIMENTARE ITALIANO? COME AFFRONTARE IL NUOVO SCENARIO?

- L'epidemia da Covid-19 lascia in eredità importanti **cambiamenti negli approcci al consumo e al mercato** di prodotti alimentari, sia in Italia che nel mondo
- Il settore agroalimentare assume **maggior rilevanza strategica** anche nel percepito dell'opinione pubblica e **l'italianità** delle produzioni ne esce ancor più rafforzata
- Oltre alle evoluzioni comportamentali innescate dal lockdown (maggior utilizzo del **digitale**, **smart working,** ecc), i «fondamentali» alla base delle scelte di acquisto e consumo si sono consolidati: l'attenzione alla **sostenibilità**, prima considerata soprattutto sul fronte ambientale, ora trova anche una maggior considerazione nei risvolti **sociali** (salvaguardia occupazionale, sviluppo locale, integrazione di filiera)
- Resta un obiettivo prioritario lo sviluppo dell'**export**: il passaggio dalla crisi sanitaria a quella economica accentuerà in Italia le difficoltà economiche dei consumatori, con riflessi anche sugli acquisti alimentari
- **Diversificare** i mercati di sbocco (il 52% del nostro export F&B si concentra in appena 5 paesi), investire nell'**innovazione** e nella **formazione** (4.0), cogliere le opportunità offerte dalla **politica economica europea** (Accordi di libero scambio, Green Deal, promozione sui mkt,…) sono alcuni obiettivi imprescindibili per affrontare le nuove sfide di mercato generate dalla pandemia.

AUTORI & GRUPPO DI LAVORO NOMISMA AGROALIMENTARE

Denis Pantini
Emanuele Di Faustino
Stefano Baldi
Evita Gandini
Chiara Volpato

Elisa Grasso
Pompilio Fanini
Ersilia Di Tullio
Fabio Lunati

Nomisma

Strada Maggiore, 44
40125 Bologna
051 6483188-197
www.nomisma.it
www.agrifoodmonitor.it
info@agrifoodmonitor.it
denis.pantini@nomisma.it

Un ringraziamento particolare al prof. Lucio Poma, capo economista di Nomisma per le preziose riflessioni apportate, nonché a Ivo Ferrario e Roberto Bucaneve di Centromarca/IBC per il confronto sui temi affrontati e a Ginevra Amoruso per il coordinamento editoriale.
Un doveroso ringraziamento a Nielsen (www.nielsen.com) per aver fornito i dati sulle vendite in Italia nel periodo pre e post Covid-19.