



LE ESPORTAZIONI DEL SETTORE AGROALIMENTARE ITALIANO: COMPETITIVITÀ E MERCATI POTENZIALI

Gennaio 2018

**Documento realizzato dall'ISMEA
nell'ambito del Programma Rete Rurale
Nazionale
Piano biennio 2017-18 - Scheda Progetto
Ismea 10.1 Internazionalizzazione**

Autorità di gestione: Ministero delle
politiche agricole alimentari e forestali
Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Responsabile scientifico:
Raffaele Borriello

Coordinamento scientifico:
Fabrizio De Filippis e Lelio P. Iapadre

Coordinamento operativo:
Fabio Del Bravo, Antonella Finizia

Autori:
Fabio Del Bravo, Antonella Finizia, Maria
Nucera, Cosimo Montanaro, Federica
Silvestrelli

Grafica:
Roberta Ruberto

Gennaio 2018

Sommario

1. EXECUTIVE SUMMARY.....	3
2. INTRODUZIONE.....	9
3. IL COMMERCIO AGROALIMENTARE MONDIALE	11
3.1 Le tendenze globali.....	11
3.2 La dinamica della domanda mondiale di prodotti agroalimentari.....	13
3.2.1 I driver della domanda: aree geografiche e paesi	13
3.2.2 Le importazioni mondiali per i comparti	16
3.3 I paesi concorrenti a livello mondiale.....	19
4. IL COMMERCIO AGROALIMENTARE ITALIANO E LA PERFORMANCE COMPETITIVA SUI MERCATI ESTERI	24
4.1 L'evoluzione del commercio agroalimentare dell'Italia	24
4.2 La geografia del commercio agroalimentare dell'Italia.....	26
4.2.1 Vecchi e nuovi partner commerciali.....	26
4.2.2 L'Italia nei principali mercati mondiali	30
4.3 Comparti e prodotti del commercio agroalimentare dell'Italia	33
4.3.1 I dati dell'interscambio	33
4.3.2 La quota di mercato dell'Italia per i singoli comparti.....	41
4.4 Analisi delle determinanti della performance internazionale dell'agroalimentare italiano	45
5. MERCATI DI SBOCCO E OPPORTUNITA' PER LE ESPORTAZIONI AGROALIMENTARI ITALIANE.....	58
6. CONCLUSIONI	86
APPENDICE 1. ANALISI CMS: NOTA METODOLOGICA E RISULTATI DI DETTAGLIO	90
A1.1 Il modello di scomposizione	90
A1.2. Dati del modello	92
A1.3 Scomposizione dell'ESM.....	94
A1.4 Contributo dei prodotti e dei paesi alle componenti CMS	95
APPENDICE 2. POTENZIALI NON SFRUTTATI.....	102
BIBLIOGRAFIA	112

1. EXECUTIVE SUMMARY

Questo Rapporto si inquadra nelle attività dell'Ismea per la Rete Rurale Nazionale previste nel Programma 2014-20. In particolare, lo studio intende fornire un contributo di conoscenza, basato sull'analisi dei dati statistici degli scambi mondiali di oltre un decennio, sul tema del miglioramento della competitività e redditività delle imprese agroalimentari sui mercati internazionali. L'aumento del livello d'internazionalizzazione dei sistemi produttivi è, infatti, uno dei risultati attesi della politica dei fondi strutturali e d'investimento indicato dall'Italia nell'Accordo di Partenariato 2014-20, a cui anche il FEASR, dedicato allo sviluppo rurale, è chiamato a contribuire.

Il quadro mondiale

Tra il 2005 e il 2016, gli scambi internazionali di merci hanno continuato a crescere, sia pure a ritmi inferiori a quelli del ventennio precedente, portando il valore delle esportazioni mondiali complessive a 13 mila miliardi di euro. Nello stesso periodo, le esportazioni agroalimentari sono cresciute a un ritmo maggiore del totale, raggiungendo 1.200 miliardi di euro e incrementando la loro quota fino al 9% del totale: quasi un decimo degli scambi complessivi mondiali di merci è quindi rappresentato da prodotti alimentari.

La crisi economica esplosa tra il 2008 e il 2009 ha interrotto la fase più espansiva della globalizzazione determinando inoltre una modifica del mix di prodotti scambiati. A questa battuta d'arresto hanno concorso anche altri fattori, come: il rallentamento relativo – rispetto al decennio precedente – del ritmo di crescita degli scambi della Cina e dell'Europa centro-orientale; gli ostacoli che impediscono ulteriori progressi del processo di liberalizzazione commerciale su base multilaterale in seno all'Organizzazione mondiale del commercio; il minore impulso espansivo fornito dalle cosiddette "catene globali del valore" al commercio internazionale di materie prime, beni intermedi e servizi, rispetto agli anni '90 e i primi anni 2000.

La somma di questi e altri elementi ha portato a rilevanti modifiche della struttura e della performance degli scambi commerciali agroalimentari sia sul piano geografico che merceologico, che soprattutto con riferimento agli anni più recenti possono essere valutate più che positivamente dal punto di vista nazionale.

La geografia della domanda mondiale di prodotti agroalimentari ha continuato a diversificarsi, con una riduzione della quota dei principali paesi importatori: il peso dei primi dieci importatori è sceso dal 63% del 2005 al 57% nel 2016. Considerando le maggiori aree geografiche mondiali, dal 2005 al 2016 il peso dell'Ue a 28 sulle importazioni mondiali si è ridotto, passando da oltre la metà al 44%, e l'intera area europea – esclusa quella centro-orientale ancora sotto l'influenza della Russia – è calata vistosamente, arrivando a pesare solo il 46%. Al contempo, si osserva la forte crescita dell'area asiatica orientale – che, nel 2016, ha assorbito un quarto delle importazioni mondiali – con l'impressionante corsa della Cina, che in poco più di dieci anni è passata dalla decima alla seconda posizione nella graduatoria dei primi 10 importatori. Inoltre, a partire dal 2012, si evidenzia l'ingresso nella Top 20 di altri paesi asiatici come India, Indonesia e Malaysia.

Nell'intero periodo 2005-16 le importazioni agroalimentari sono aumentate a tassi ben più elevati della media per paesi quali Hong Kong, Corea del Sud, India, Indonesia, Malaysia, Polonia e Australia, i cui valori importati rimangono tuttavia ancora limitati. La domanda è stata invece più lenta per i grandi importatori, a

eccezione di Cina e USA. La prima tra il 2005 e il 2016 ha visto crescere le proprie importazioni di prodotti agroalimentari a un tasso medio annuo del 16%, con una vera e propria esplosione del suo peso sulle importazioni mondiali del settore dal 3,3% all'8,3%; gli USA invece sono l'unico paese tra i primi 20 che ha mostrato una crescita sostenuta (7% medio annuo) lungo tutto il periodo considerato, confermando il suo ruolo di primo importatore mondiale in particolare negli ultimi tre anni.

Se dal punto di vista geografico si passa a quello merceologico, analizzando i dati secondo la suddivisione in capitoli della classificazione del sistema armonizzato degli scambi internazionali (HS), nel 2016 il principale comparto di scambi agroalimentari mondiali è quello della frutta – al cui interno le voci principali sono banane, frutta in guscio e agrumi – che con quasi 95 miliardi di euro ha superato in valore i comparti del pesce, delle bevande (le cui voci più importanti sono vino, whisky e birra) e delle carni fresche e congelate, tutti e tre intorno ai 90 miliardi. Per quanto riguarda le modifiche della composizione settoriale delle importazioni tra il 2005 e il 2016, si possono segnalare le seguenti dinamiche: il salto della frutta dal quarto al primo posto della graduatoria; il passaggio dei semi oleosi dal nono posto del 2005 al quinto del 2016, dopo aver toccato, tra il 2005 e il 2012, la terza posizione; la perdita di ruolo del comparto latte e derivati che dalla quinta posizione del 2005 scende all'ottava nel 2016.

Nel periodo analizzato i cambiamenti nella composizione delle importazioni sono influenzati dal consolidamento di importanti nuovi attori nell'arena concorrenziale del commercio mondiale. Negli anni '90 e nei primi anni 2000 – e almeno fino all'inizio della crisi economica globale del 2009 – l'apertura agli scambi internazionali di grandi paesi emergenti con ingenti disponibilità di risorse naturali in Asia e America Latina ha favorito la crescita dei flussi mondiali di materie prime agricole e beni alimentari (semi oleosi, cereali, caffè, cacao, carni fresche, pesce, frutta, ecc.). Più di recente, l'aumento del reddito pro-capite nei paesi emergenti, soprattutto asiatici, alimenta una nuova domanda di beni agroalimentari di consumo finale e a maggior livello di complessità (vino, derivati dei cereali come prodotti da forno, biscotti, pasta, carni elaborate, formaggi, ecc.), che non sono prodotti all'interno o per i quali prevalgono altri fattori di attrazione (qualità, tipicità, moda, *status symbol*, ecc.). A questa nuova domanda si aggiunge quella generata dalla ripresa economica nei paesi occidentali con la risalita dei consumi finali, insieme agli stimoli associati alle nuove tendenze salutistiche nell'alimentazione.

Si tratta di una modifica del quadro complessivo che ha un'importante conseguenza sui flussi commerciali agroalimentari nazionali: mentre nella prima fase l'Italia poteva difficilmente ritagliarsi un ruolo adeguato nel quadro dell'aumento degli scambi internazionali di prodotti di base e beni intermedi, nel periodo più recente i nuovi orientamenti della domanda e i tassi di crescita superiori alla media registrati per prodotti più differenziati e a maggior valore aggiunto hanno sicuramente rappresentato un'opportunità per l'Italia.

L'agroalimentare italiano nel quadro mondiale

Nell'ultimo decennio il disavanzo strutturale della bilancia commerciale agroalimentare dell'Italia si è sensibilmente ridotto, grazie soprattutto a un forte aumento delle vendite all'estero. Le esportazioni agroalimentari italiane hanno raggiunto 38,4 miliardi di euro nel 2016, contro poco più di 20 miliardi del 2005, crescendo a un tasso medio annuo del 5,8%, ben più elevato del +3,0% fatto registrare dall'export complessivo nazionale. Anche in Italia, come a livello mondiale, l'agroalimentare rappresenta quasi un decimo dei tutti i beni esportati, avendo raggiunto nel 2016 un valore pari al 9,2% delle esportazioni complessive nazionali.

Nel 2016 la quota dell'Italia sul mercato mondiale, cioè il peso dei prodotti esportati dalle imprese italiane sul valore delle importazioni mondiali, è del 2,9% per il totale delle merci e del 3,3% per i prodotti agroalimentari. La performance competitiva del settore agroalimentare è quindi leggermente, e strutturalmente, migliore rispetto a quella complessiva; tuttavia, essa è peggiorata tra il 2005 e il 2012, mentre ha ripreso a crescere dopo il 2012 recuperando un paio di decimali di punto. Negli ultimi quattro anni, mentre le esportazioni agroalimentari mondiali sono cresciute a un tasso del 3,5% annuo, quelle italiane sono aumentate del 4,8% annuo.

Le esportazioni agroalimentari italiane sono molto concentrate geograficamente, con i primi venti paesi di sbocco che congiuntamente assorbono più dell'80% delle vendite all'estero; circa la metà di questa quota è da imputare ai primi tre "clienti" che sono, nell'ordine, Germania, Francia e Stati Uniti. Per tutti i principali mercati di sbocco nel decennio si sono registrati tassi di crescita significativi, in alcuni casi anche a due cifre; fa eccezione soltanto la Russia, la cui domanda è stata fortemente limitata dalla situazione di difficoltà economica e dall'embargo applicato a partire dall'agosto 2014. Tra il 2005 e il 2016, tuttavia, tale concentrazione si è ridotta, se si pensa che nel 2005, i primi venti paesi di destinazione spiegavano addirittura l'86% dell'export nazionale. Le imprese italiane hanno quindi avviato un percorso di maggiore diversificazione dei paesi clienti. In particolare, si è assistito a una riduzione dell'importanza dello sbocco europeo e a una maggiore apertura verso i paesi terzi: nel periodo analizzato, i flussi di prodotti agroalimentari italiani diretti ai mercati extra-UE sono cresciuti del 7,3%, contro il 4,9% di quelli rivolti al mercato interno; il peso dei mercati dell'UE sulle esportazioni agroalimentari italiane è infatti passato dal 71% nel 2005, al 67% nel 2012 e al 66% nel 2016.

Nell'analisi della domanda d'importazioni agroalimentari espressa da ciascun'area geografica e della relativa quota di mercato dell'Italia, non sorprende che il ruolo del Paese sia più forte nell'UE a 28, dove nel 2016 la quota di mercato è pari al 5,1%, e negli altri paesi europei (Svizzera, Norvegia, ecc.) dove i prodotti italiani coprono oltre il 10% delle importazioni. Guardando alle altre aree di sbocco, la quota di mercato italiana è in linea con la media globale – intorno al 3,3% – in America settentrionale e Oceania e di poco più bassa è nell'Europa centro-orientale, mentre è nettamente più bassa in tutte le altre aree geografiche.

L'analisi merceologica dell'export agroalimentare nazionale

Dal punto di vista della composizione merceologica, al buon andamento complessivo del commercio agroalimentare nazionale nell'ultimo decennio hanno contribuito sia le esportazioni di prodotti agricoli, cresciute a un tasso del 4,7% medio annuo, sia – e in misura ancor più consistente – quelle di prodotti alimentari trasformati (+6,1%). Viceversa, le importazioni di prodotti agricoli hanno mostrato tassi di crescita leggermente più sostenuti, del 3,6% medio annuo, rispetto a quelli industriali (+3,2%). Nonostante una graduale tendenza al complessivo riequilibrio, il comparto agricolo rimane strutturalmente deficitario, con un disavanzo che peggiora di 1,8 miliardi di euro tra il 2005 e il 2016; per i prodotti dell'industria alimentare, invece, si registra un progressivo miglioramento, che ha consentito il passaggio da una situazione di deficit pari a 4 miliardi di euro nel 2005 a un surplus superiore a 2,4 miliardi nel 2016. In questo stesso periodo, se la domanda interna di prodotti finali, anche alimentari, ha subito un arretramento, le buone performance dell'export hanno fatto sì che la nostra domanda di materie prime agricole da trasformare continua a essere sostenuta, alimentando così l'annosa questione del legame tra provenienza della materia prima e qualità del prodotto trasformato.

L'analisi più disaggregata per comparti mostra come le esportazioni agroalimentari italiane siano concentrate, oltre che per paesi, anche in termini di struttura merceologica. Dei 24 capitoli dell'agroalimentare della classificazione HS, i primi otto esprimono insieme circa i due terzi del valore complessivo delle esportazioni nazionali. In concreto, dei 38,4 miliardi di euro esportati dalle imprese agroalimentari italiane nel 2016, circa 28 miliardi di euro derivano dai prodotti dei comparti carni, latte e derivati, frutta, oli e grassi, derivati dei cereali, preparazioni di ortaggi, frutta e legumi, altre preparazioni alimentari e bevande. Tra questi, i tassi di crescita più elevati nel periodo 2005-16, intorno al 7% medio annuo, si sono registrati per le altre preparazioni alimentari e per latte e derivati.

Se questi sono i più rilevanti, anche tra gli aggregati minori si segnalano andamenti molto positivi. È il caso dei comparti cacao e preparazioni a base di cacao e caffè, tè e spezie, che esprimono ciascuno circa il 4% del valore delle esportazioni nazionali e hanno registrato un tasso di variazione medio annuo superiore al 10% tra il 2005 e il 2016, in virtù delle dinamiche interessanti mostrate da cioccolato e prodotti a base di cioccolato e caffè torrefatto, prodotti nella cui esportazione l'Italia è specializzata, malgrado la dipendenza dalle importazioni delle materie prime. Anche il comparto dei cereali, che rappresenta meno del 2% del valore complessivo delle esportazioni italiane nel periodo 2005-16, ha registrato una crescita media annua del 4,6%, dovuta alle sole esportazioni di riso, coltivato e lavorato nel nostro Paese, mentre i prodotti più rappresentativi del capitolo sono frumento tenero, frumento duro e mais per i quali la produzione della filiera dei derivati dei cereali nazionale è fortemente dipendente dalle importazioni.

Si è proceduto quindi ad analizzare il modello di specializzazione dell'Italia sui mercati mondiali, evidenziando i comparti e i prodotti di maggior forza o di vantaggio comparato; a questo scopo sono state messe a confronto le quote di mercato che le esportazioni italiane detengono nei singoli comparti e prodotti con la quota delle esportazioni totali del settore agroalimentare sul commercio mondiale, pari, come si è detto, al 3,3% nel 2016. Da quest'analisi emerge il ruolo molto rilevante dell'Italia nella domanda mondiale di bevande (con un peso del 9,4%), di derivati dei cereali (8,2%) e di preparazioni di ortaggi, legumi e frutta (6%). Altri comparti di forza sono latte e derivati, prodotti vivaistici e fiori recisi, gomme e resine, cacao e sue preparazioni e altre preparazioni alimentari, mentre la quota di mercato è in linea con la media del settore nel caso di frutta, caffè, preparazioni di carni e di pesci e oli e grassi animali e vegetali (di cui l'olio di oliva rappresenta oltre il 70%, comprendendo anche il raffinato e l'olio di sansa di oliva oltre all'olio di pressione, che da solo pesa per il 59%).

Inoltre, considerando i 16 prodotti che si annoverano tra i più significativi per le esportazioni nazionali, non sorprende che le quote del mercato mondiale siano per essi elevate – talvolta molto elevate – e ben superiori rispetto alla performance media del settore agroalimentare. In particolare, spiccano paste alimentari e pelati e polpe di pomodoro, per i quali l'Italia nel 2016 soddisfa rispettivamente il 52% e il 68,3% della domanda mondiale; le quote di mercato sono alte anche per vini spumanti, vini in bottiglia, kiwi, passate e concentrati di pomodoro e olio d'oliva di pressione, per i quali la quota è intorno al 20-25%, mentre sono medio-alte per vini sfusi (in confezioni superiori ai 2 litri), uva da tavola, pere, formaggi stagionati, formaggi freschi e latticini, preparazioni e conserve suine, con quote comprese tra il 10% e il 15%; infine, sono relativamente più basse, ma sempre ben superiori alla media del settore, quelle dei prodotti della panetteria e pasticceria e del riso: per essi la quota delle importazioni mondiali soddisfatta dall'Italia è rispettivamente del 7,5% e del 7,7%.

Il contributo della *Constant Market Share Analysis*

Al fine di dare un'interpretazione quantitativa alle trasformazioni avvenute nel corso del periodo analizzato, è stata effettuata l'analisi della variazione della quota di mercato aggregata dell'agroalimentare tra il 2005 e il 2016, con l'ausilio di una tecnica statistica, la *Constant Market Share Analysis*, che consente di scomporre la dinamica complessiva nelle sue componenti merceologiche e geografiche. L'analisi dimostra che nel periodo 2005-2012 le difficoltà attraversate dall'export agroalimentare nazionale sui mercati esteri erano principalmente dovute a quello che può definirsi un disallineamento tra la specializzazione merceologica delle esportazioni agroalimentari italiane e le tendenze della domanda mondiale (il cosiddetto effetto struttura merceologica); a questo si aggiunge l'orientamento geografico delle esportazioni verso paesi poco dinamici nelle importazioni (effetto struttura geografica). Inoltre, in quel periodo questi svantaggi sono stati aggravati da una scarsa capacità complessiva di utilizzare altre leve competitive di prezzo o di qualità per penetrare nei mercati ("effetto competitività"); una certa capacità di adeguare le esportazioni ai cambiamenti in atto ("effetto adattamento" o di "competitività dinamica") tuttavia ha moderato l'insuccesso sui mercati esteri.

La tecnica di analisi adottata infatti consente di spiegare in che misura la performance misurata dalla variazione della quota di mercato, una volta depurata dalle determinanti strutturali della composizione produttiva e geografica iniziale delle esportazioni, sia da attribuire all'azione positiva (o alla carenza) di fattori di competitività legati, ad esempio, a vantaggi di prezzo o di qualità, e alla capacità di adattamento delle esportazioni alla domanda. Complessivamente, dallo studio emerge che tra il 2005 e il 2012 le difficoltà di tipo strutturale non sono state compensate dallo sforzo di rendere più competitive le nostre esportazioni; tuttavia, anche in un periodo di generale insuccesso, un contributo positivo su questo fronte è emerso per alcuni prodotti di punta del *Made in Italy*, come spumanti, vini in bottiglia, mele e formaggi stagionati, per i quali, malgrado la crescita lenta della domanda mondiale, la quota di mercato dell'Italia è aumentata grazie a guadagni di competitività.

Nel periodo 2012-2016, contrassegnato da migliori performance dell'export agroalimentare italiano, l'analisi mette in evidenza rilevanti novità. In particolare, nell'ultimo quinquennio il recupero della quota di mercato italiana è stato determinato principalmente dall'effetto struttura merceologica e dall'effetto competitività, che cambiano di segno rispetto al periodo precedente e diventano positivi. Emerge, infatti, una ritrovata coerenza della composizione per prodotti delle esportazioni italiane rispetto alle tendenze della domanda, risultato di rilevanti cambiamenti di quest'ultima in senso più favorevole per il modello di specializzazione italiano, che si è mantenuto sostanzialmente invariato tra i due periodi di analisi.

Nello specifico, in questo periodo la domanda mondiale per alcuni comparti di tradizionale specializzazione delle esportazioni italiane è cresciuta più della media del settore: frutta, cacao e derivati, derivati dei cereali, altre preparazioni alimentari, bevande, preparazioni di ortaggi e frutta. Al contrario, la domanda ha rallentato per alcuni comparti nei quali l'Italia non presenta vantaggi comparati, come semi oleosi, cereali, cereali macinati, residui delle industrie alimentari, ma anche per oli e grassi diversi dall'olio di oliva, e soprattutto gomme e resine. A livello più disaggregato, guardando ai prodotti di punta delle esportazioni italiane, la domanda è diventata in questo periodo molto più dinamica della media per olio di oliva di pressione, kiwi, prodotti della panetteria e pasticceria, spumanti, uva da tavola, passate e concentrati di pomodoro. A questo effetto positivo legato alla struttura merceologica, si aggiunge il contributo di questi e altri prodotti, quali spumanti e vini in bottiglia, a determinare il segno positivo dell'effetto competitività.

Emerge dallo studio anche una lieve riduzione del grado di polarizzazione del modello di specializzazione merceologica delle esportazioni agroalimentari nazionali e cioè della dispersione dei valori delle quote di mercato italiane per i singoli prodotti rispetto alla loro media. Questo può essere interpretato come un ulteriore elemento positivo, poiché si traduce in una minore fragilità del settore agroalimentare italiano di fronte a eventuali shock della domanda in specifici segmenti di mercato.

I mercati di sbocco più interessanti

Il rapporto si conclude con un ulteriore approfondimento della specializzazione geografica e merceologica delle esportazioni italiane analizzando, per ciascun comparto, le aree geografiche di destinazione attraverso una serie di variabili e indicatori che, osservati congiuntamente, possono fornire alcune preliminari riflessioni sui mercati di sbocco potenzialmente più interessanti e le relative opportunità che potrebbero essere sfruttate dalle imprese agroalimentari italiane. In particolare, per ciascun comparto e ciascun'area del mondo, si fornisce un quadro degli indicatori statistici relativi alla dimensione del mercato, alla dinamica della domanda nel periodo 2012-2016, alla quota di mercato dell'Italia (performance competitiva) e alla sua variazione nel periodo (successo competitivo), oltre a un indicatore teorico del cosiddetto "potenziale di mercato non sfruttato" per l'Italia riferito alle diverse aree geografiche. In tale analisi si è scelto di considerare come area competitiva di riferimento l'insieme dei concorrenti dell'Eurozona, in virtù della valuta comune e dell'appartenenza all'UE.

L'analisi è stata effettuata in due fasi: dapprima sono stati calcolati gli indicatori per i 24 comparti (capitoli a due cifre della classificazione HS dell'agroalimentare) raggruppando le destinazioni delle esportazioni in tredici aree geografiche mondiali; successivamente, individuate per i comparti principali delle esportazioni italiane le aree geografiche di sbocco più interessanti, attraverso l'osservazione di tutti gli indicatori, l'analisi è stata replicata all'interno di alcune aree geografiche a un maggior grado di dettaglio, a livello di specifici prodotti del comparto, evidenziando i paesi per i quali emerge un teorico potenziale di mercato non sfruttato.

Si tratta di un metodo analitico che consente di studiare in maniera semplice e sistematica, con dati quantitativi, le aree geografiche e i paesi di sbocco per i principali comparti e prodotti d'interesse nelle esportazioni italiane. I comparti considerati sono quelli di maggiore importanza per l'agroalimentare italiano: carni e preparazioni di carne e di pesce, latte e derivati, ortaggi e legumi, frutta, preparazioni di ortaggi, legumi e frutta, oli e grassi, preparazioni di cereali, bevande. Per questi nove comparti il mercato mondiale, rappresentato dal valore delle esportazioni totali dell'Eurozona, corrisponde a poco più di 242 miliardi di euro nel 2016, di cui il 73% è assorbito dai paesi dell'UE a 28, area geografica che tuttavia nel complesso ha avuto una domanda poco dinamica e per la quale si segnala un potenziale di mercato non sfruttato per l'Italia solo per due comparti: oli e grassi e bevande. Al di fuori dell'UE, come indicazione generale dell'analisi effettuata comparto per comparto, tra le aree geografiche di potenziale interesse si confermano, quasi in tutti i casi, l'America settentrionale e l'Asia orientale, cui si aggiungono in alcuni casi le altre aree asiatiche (Asia occidentale e centro-meridionale) e il Centro-Sud America.

Naturalmente, queste sono solo indicazioni preliminari e per comprendere l'effettiva sussistenza di un mercato non sfruttato e orientare concretamente le scelte delle imprese esportatrici vanno considerati altri fattori quali le barriere di tipo tariffario e non tariffario, il grado di rischio e, più in generale, gli aspetti caratteristici, sociali, economici e commerciali del paese stesso, che richiedono di essere indagati specificamente per ciascun paese per un singolo prodotto. Su questa linea proseguirà il lavoro di supporto della Rete Rurale Nazionale ai percorsi di internazionalizzazione delle imprese agroalimentari italiane.

2. INTRODUZIONE

Il 2017 si è appena chiuso con la ragionevole previsione di superare quota 40 miliardi di euro per le esportazioni agroalimentari nazionali. Un traguardo che sancirebbe il cambio di passo evidenziato negli ultimi anni dal settore nella sua performance sui mercati internazionali.

Nonostante il contesto geopolitico mondiale continui a essere caratterizzato da elementi di incertezza (la recente rivolta sociale in Iran si aggiunge ai numerosi focolai già accesi negli ultimi anni), è ormai palese come i mercati internazionali siano in grado di offrire sbocchi interessanti alle imprese che hanno mezzi, volontà e capacità di puntare con decisione sulle esportazioni. Un presupposto per andare in questa direzione e accrescere le possibilità di successo è costituito dal comprendere a fondo i cambiamenti dei mercati internazionali nel medio-lungo periodo e negli anni più recenti e le determinanti della performance competitiva delle imprese italiane.

In tale contesto e con questo scopo, in questo Rapporto si elaborano e analizzano i dati del commercio agroalimentare italiano e mondiale dal 2005 al 2016, con l'ausilio di tecniche di analisi statistica, raramente applicate al settore agroalimentare. Nel quadro delle azioni della Rete Rurale Nazionale a sostegno degli obiettivi della politica di sviluppo rurale volti a potenziare la competitività e la redditività delle imprese, questo rapporto intende supportare le politiche di internazionalizzazione del settore agroalimentare. Più in particolare si tratta di rispondere con successo alle opportunità fornite dalla dinamica domanda mondiale con particolare riferimento alla crescente sensibilità sul versante del cibo e della gastronomia di qualità.

Le esportazioni agroalimentari italiane nell'ultimo decennio hanno avuto un andamento molto positivo, con un tasso di crescita più che doppio di quello delle esportazioni complessive del Paese. Tuttavia, sul mercato mondiale dei prodotti agroalimentari, in cui cresce la concorrenza dei paesi emergenti, la quota di mercato dell'Italia si è lievemente ridotta, passando dal 3,8% del 2005 al 3,3% del 2016. Inoltre, le analisi effettuate in passato sul posizionamento dell'Italia tra i principali esportatori e in mercati di sbocco significativi hanno fatto emergere, con importanza diversa a seconda delle specificità settoriali e geografiche, differenti chiavi di lettura: un potenziale non ancora sfruttato, una difficoltà di affermazione rispetto ai concorrenti sui mercati più lontani e un faticoso mantenimento delle posizioni acquisite sui mercati di sbocco consolidati (Ismea, 2014 e 2015). In questo quadro, l'analisi proposta nel Rapporto, estesa all'arco di tempo di oltre un decennio, evidenzia un recupero della competitività delle imprese italiane dal 2012 in poi. Nelle pagine seguenti se ne approfondiscono le determinanti principali e si propone un'analisi sistematica delle aree di sbocco e dell'esistenza di possibili potenziali non sfruttati per le esportazioni italiane dei principali comparti agroalimentari.

L'obiettivo di una politica d'internazionalizzazione del comparto agroalimentare non può che essere duplice: da un lato, rafforzare la presenza sui mercati esteri delle imprese che già esportano; dall'altro, accrescere il numero di imprese – ancorché piccole e piccolissime – in grado di esportare. È importante, quindi, mettere a disposizione analisi e informazioni sulla competitività dell'agroalimentare italiano nei mercati esteri, che alla comprensione delle tendenze generali di medio-lungo periodo affianchino focus di maggior dettaglio e operatività. Il passo successivo a questo Rapporto sarà la redazione di singoli report di approfondimento su determinate combinazioni di prodotti e paesi (schede "prodotto-paese"), con informazioni di dettaglio sul posizionamento del prodotto italiano rispetto ai concorrenti, sulle criticità operative, sulle barriere tariffarie e non. Tali schede saranno realizzate principalmente con lo scopo di andare incontro alle esigenze

informativa delle piccole e medie imprese agroalimentari. Parallelamente, si svilupperanno approfondimenti sulle esportazioni agroalimentari regionali, applicando lo stesso approccio sulla competitività e sui potenziali non sfruttati alle esportazioni delle nostre regioni per comparto e prodotto.

Il Rapporto è strutturato in tre capitoli, a cui seguono le conclusioni. Dopo l'Executive Summary e la presente Introduzione, il capitolo 3 introduce l'analisi del contesto mondiale per il commercio internazionale agroalimentare, individuando soprattutto i *driver* della domanda mondiale nel periodo 2005-2016 e nei due sotto-periodi 2005-2012 e 2012-2016, che sono presi in esame distintamente in tutto il Rapporto a causa del differente andamento delle variabili osservate. L'analisi delle tendenze della domanda globale è declinata sia dal punto di vista merceologico, per i 24 comparti dell'agroalimentare, sia dal punto di vista geografico, per i principali paesi importatori del mondo. Il capitolo si conclude con l'analisi dei maggiori paesi concorrenti nell'agroalimentare a livello mondiale, con la fotografia e le tendenze delle esportazioni dei primi 20 esportatori mondiali. Il capitolo 4 è dedicato ai dati del commercio agroalimentare dell'Italia, in cui in particolare si analizzano le tendenze delle esportazioni complessive e quelle per comparti e paesi di sbocco. In questo capitolo è analizzato anche il modello di specializzazione delle esportazioni agroalimentari italiane, evidenziando i comparti e i principali prodotti di forza sui mercati esteri e si descrive l'andamento della performance delle imprese italiane nelle esportazioni, sia nel complesso, sia nei principali paesi, comparti e prodotti. Infine, si presentano i risultati dell'analisi *Constant Market Share* sulle determinanti della suddetta performance internazionale. Nel capitolo 5 si passa a considerare più dettagliatamente il quadro delle aree geografiche di sbocco per le esportazioni italiane e si effettua l'analisi, comparto per comparto, di alcuni indicatori statistici, con lo scopo di indicare potenziali aree e paesi d'interesse per il possibile sviluppo della quota di mercato italiana. Le due appendici contengono brevi note metodologiche sulle elaborazioni effettuate per le analisi dei capitoli 4 e 5, oltre a una serie di tabelle con alcuni risultati di dettaglio dell'analisi CMS.

3. IL COMMERCIO AGROALIMENTARE MONDIALE¹

3.1 Le tendenze globali

Tra il 2005 e il 2016 le esportazioni mondiali di beni sono aumentate notevolmente, crescendo a un tasso medio annuo del 5,0%² e arrivando a toccare 13 mila miliardi di euro nel 2016. Ancor più accentuato è stato l'incremento delle esportazioni di prodotti agroalimentari, cresciute del 7,3% medio annuo e arrivate a circa 1.200 miliardi di euro nel 2016.

La crescita delle esportazioni complessive è stata molto sostenuta fino al 2012 – con l'eccezione del 2009, anno di esplosione della crisi economico-finanziaria che ha fatto registrare un crollo degli scambi –, per poi rallentare nel periodo successivo: tra il 2005 e il 2012 il tasso medio annuo di aumento delle esportazioni è stato del 7,2%, mentre è sceso all'1,4% negli ultimi quattro anni. Le esportazioni agroalimentari hanno avuto un analogo andamento, con una performance però sempre migliore rispetto a quella delle esportazioni totali: l'export agroalimentare a livello mondiale, infatti, è cresciuto a un tasso medio annuo del 9,6% nel periodo 2005-12 e del 3,5% nel periodo 2012-16. Si è quindi determinato un aumento del peso delle esportazioni agroalimentari su quelle complessive, dal 7,1% del 2005 al 9,0% del 2016; anche nel 2009 si è avuto un significativo incremento della loro incidenza, per effetto della minore contrazione dei flussi di questi prodotti (figura 1).

Fino al 2012 il differenziale tra i tassi di crescita in valore delle esportazioni di prodotti agroalimentari e delle esportazioni di tutte le merci può spiegarsi, in parte, con la dinamica dei prezzi delle materie prime agroalimentari, che è stata più sostenuta rispetto a quella dei prezzi medi all'esportazione di tutte le merci; questo fenomeno è illustrato nella figura 1, dove è rappresentato l'andamento del rapporto tra l'indice generale FAO, che aggrega i prezzi internazionali di alcune materie prime e prodotti trasformati agroalimentari³, e l'indice dei prezzi medi all'esportazione⁴ di tutte le merci elaborato dal WTO⁴. Dal 2012 in poi, viceversa, l'andamento dei prezzi delle materie prime agroalimentari è stato declinante sia in assoluto sia rispetto ai prezzi medi di tutte le merci esportate, mentre il divario tra la crescita delle esportazioni agroalimentari e quelle totali ha continuato ad aumentare (figura 1).

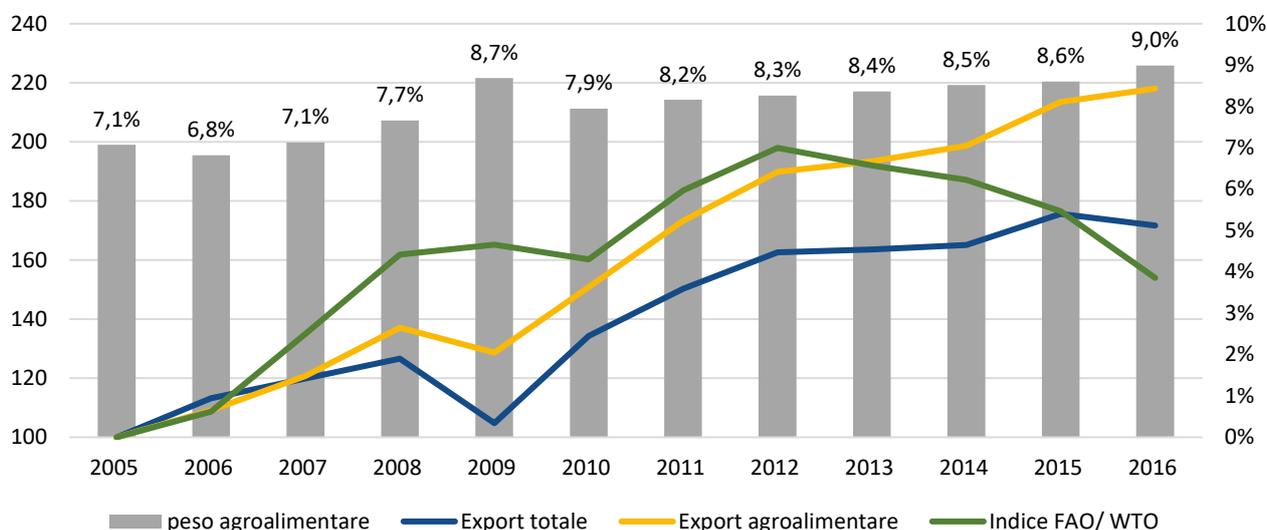
¹ L'analisi presentata in questo capitolo è stata effettuata sulla base di informazioni provenienti dalla banca dati IHS-GTA, che contiene dati riferiti a 82 paesi dichiaranti. In particolare sono state utilizzate le serie storiche 2005-2016 delle esportazioni totali e delle importazioni ed esportazioni agroalimentari in valori correnti per Paese e per merce. Gli 82 paesi rappresentano circa il 93% dell'export complessivo e il 96% di quello agroalimentare mondiale, secondo le statistiche delle Nazioni Unite, banca dati Comtrade. In questo capitolo l'aggregato "Mondo" rappresenta la somma dei dati di 75 Paesi; infatti, dagli 82 paesi presenti nella Banca dati sono stati esclusi Azerbaigian, Bielorussia, Kenya, Iran, Ghana, Georgia e Bolivia, per i quali non erano disponibili le informazioni per tutti gli anni della serie storica analizzata. Il totale agroalimentare è stato costruito aggregando i dati dei primi 24 capitoli della classificazione relativa al Sistema Armonizzato (HS).

² Il tasso di variazione medio annuo indica quanto in media è stato l'incremento o il decremento relativo di una variabile da un determinato anno a un altro; il procedimento per calcolarlo si basa sui numeri indici concatenati.

³ L'indice generale dei prezzi della FAO aggrega i prezzi internazionali di carni, cereali, oli e grassi, zucchero, lattiero caseari (latte in polvere e burro).

⁴ Cfr. World Trade Organization (Organizzazione Mondiale del Commercio), al link <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDStatProgramSeries.aspx?Language=E>: banche dati statistiche "Trade and tariff data", serie storiche dei "merchandise trade indices".

Figura 1 - Andamento delle esportazioni mondiali e del rapporto tra prezzi delle commodity agroalimentari¹ e valori unitari all'export di tutti i prodotti² (indici 2005=100 e peso % delle esportazioni agroalimentari sul totale*)



1 Indice generale FAO; 2 Indice WTO totale merci; * asse destro.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA, FAO e WTO

Il cambio di passo nel commercio mondiale negli ultimi anni è dovuto a diversi motivi. Tra questi, in primo luogo, il rallentamento della crescita economica a livello globale che si è avuto dal 2010 in poi, in conseguenza della scarsa crescita reale dei paesi avanzati e della decelerazione delle economie dei paesi emergenti, che negli anni precedenti avevano trainato l'aumento degli scambi commerciali. Tuttavia, altri fattori sembrano concorrere negli anni più recenti nel determinare un ritmo di espansione del commercio mondiale ben inferiore ai tassi raggiunti nei decenni precedenti. Oltre alle determinanti di tipo congiunturale (legate soprattutto alla crisi economica in Europa), vi sono fattori più strutturali⁵: l'indebolimento dell'impulso al commercio mondiale dato dal processo d'integrazione nel sistema internazionale degli scambi della Cina e dell'Europa centro-orientale; gli ostacoli che hanno impedito ulteriori progressi dei negoziati del WTO e del processo di liberalizzazione commerciale su base multilaterale; il rallentamento della formazione di nuove "catene globali del valore", cioè della dislocazione delle fasi del processo di produzione in diversi paesi, realizzata soprattutto dalle imprese multinazionali, che negli anni '90 e nei primi anni 2000 aveva dato un forte impulso al commercio internazionale di materie prime, beni intermedi e servizi.

Queste considerazioni e quelle già evidenziate sull'andamento delle esportazioni dei prodotti agroalimentari nell'ultimo decennio suggeriscono l'opportunità di analizzare d'ora in poi non soltanto i trend dell'intero periodo ma anche distintamente quelli dei due sotto-periodi 2005-2012 e 2012-2016.

⁵ Cfr. Rapporto CER n.3-2015, Lo scenario internazionale (capitolo 1).

3.2 La dinamica della domanda mondiale di prodotti agroalimentari

3.2.1 I driver della domanda: aree geografiche e paesi

Focalizzando l'attenzione sull'agroalimentare e guardando i flussi dal lato della domanda mondiale, si osserva che le importazioni di prodotti agroalimentari nell'arco del periodo in esame sono state caratterizzate da sviluppi rilevanti, sia sul fronte geografico che merceologico.

Dal punto di vista geografico, la domanda mondiale espressa dai principali paesi importatori si è ridotta in termini di peso sul totale: nel 2005 i primi dieci paesi importavano il 63% del totale agroalimentare, valore sceso al 57% nel 2016; anche il peso dei primi 20 importatori si è ridotto, passando dal 78% nel 2005 al 76% (tabella 2).

Considerando le maggiori aree geografiche mondiali, dal 2005 al 2016 il peso dell'attuale Ue a 28 sulle importazioni mondiali si è ridotto, passando da oltre la metà al 44%, con l'intera area europea⁶ che pure è calata vistosamente, arrivando a pesare solo il 46% (cfr. tabella 1)⁷. Al contempo si osserva la forte crescita dell'area asiatica orientale⁸ – che nel 2016 cattura un quarto delle importazioni mondiali – con l'impressionante corsa della Cina, che in poco più di dieci anni è passata dalla decima alla seconda posizione nella graduatoria dei primi 10 importatori mondiali (cfr. tabella 2). Inoltre, a partire dal 2012, si evidenzia l'ingresso nella *Top 20* di paesi come India, Indonesia e Malaysia.

Nell'intero periodo 2005-16 le importazioni dei paesi presenti nella classifica dei primi 20 acquirenti mondiali sono cresciute, seppure con differente intensità: come spesso accade, i paesi con quote più elevate si sono dimostrati più lenti, mentre altri con peso iniziale più basso – Hong Kong, Corea del Sud, India, Indonesia, Malaysia, Polonia, Australia – sono stati più dinamici. Tra i grandi, fa eccezione il già ricordato *exploit* dell'import cinese che, tra il 2005 e il 2016, è cresciuto a un tasso medio annuo del 16%, portando la quota del paese sull'import globale dal 3,3% all'8,3%. Gli Stati Uniti, invece, sono l'unico paese tra i primi 20 che ha mantenuto il proprio tasso di crescita (7% circa) in tutti e due i sotto-periodi, confermando il suo ruolo di primo importatore mondiale; infatti, dopo la crisi economica del periodo 2011-13, le importazioni agroalimentari statunitensi hanno ripreso a crescere.

Specularmente ai flussi di esportazione, tra il 2012 e il 2016 le importazioni delle aree geografiche e dei principali paesi (ad eccezione appunto degli USA) sono state meno vivaci rispetto al periodo precedente; per alcuni paesi, come Giappone e Russia, la dinamica del secondo periodo è stata addirittura di segno negativo. Nel caso giapponese, in quarta posizione nel 2016, il tasso di variazione negativo nel periodo 2012-16 è riconducibile agli effetti del disastro nucleare di Fukushima del marzo 2011. In seguito a questa calamità il PIL pro capite giapponese, in crescita costante dal 2005, nel 2012 ha iniziato una fase di declino raggiungendo il minimo storico nel 2015, per poi avviare la ripresa nel 2016. Nel caso della Russia, la flessione del 6,5% medio annuo avvenuta tra il 2012 e il 2016 è attribuibile alla crisi economica e agli effetti dell'embargo

⁶ Compresi gli altri europei non appartenenti all'UE: Islanda, Norvegia, Svizzera.

⁷ Le aree geografiche mondiali nei capitoli 3 e 4 del Rapporto sono state costruite con i 75 paesi analizzati (cfr. nota 1); l'appartenenza dei singoli paesi alle aree è descritta nella tabella A.3.2 alla fine di questo capitolo.

⁸ Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, Indonesia, Malaysia, Singapore, Taiwan, Thailandia.

dell'agosto del 2014, attuato come contro-misura dopo le sanzioni messe in atto da UE, USA, Canada, Australia e Norvegia per l'invasione russa dell'Ucraina⁹.

Tabella 1 - Importazioni agroalimentari mondiali e delle principali aree geo-economiche (milioni di euro e quote %, dati ordinati per il valore delle importazioni nel 2016)

	2005	2012	2016	2005	2012	2016
Totale dichiaranti (75 paesi)	538.205	975.935	1.119.212	100%	100%	100%
Unione europea	282.268	434.954	494.606	52,4%	44,6%	44,2%
Asia orientale	105.391	233.577	271.911	19,6%	23,9%	24,3%
America settentrionale	72.741	121.891	156.271	13,5%	12,5%	14,0%
America centro meridionale	25.453	61.125	66.553	4,7%	6,3%	5,9%
Europa centro orientale	18.731	44.944	37.404	3,5%	4,6%	3,3%
Africa settentrionale	8.218	23.656	24.264	1,5%	2,4%	2,2%
Asia centro meridionale	5.764	17.503	23.742	1,1%	1,8%	2,1%
Altri paesi europei	9.601	16.329	18.574	1,8%	1,7%	1,7%
Oceania	6.159	13.241	16.224	1,1%	1,4%	1,4%
Africa subsahariana	3.879	8.715	9.664	0,7%	0,9%	0,9%

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 2 - Importazioni agroalimentari mondiali e dei primi 20 paesi (milioni di euro, posizione nella graduatoria e quote %, dati ordinati per il valore delle importazioni nel 2016)

	milioni di euro						quote		
	2005		2012		2016		2005	2012	2016
Totale dichiaranti (75 paesi)	538.205	P*	975.935	P*	1.119.212	P*	100%	100%	100%
Stati Uniti	57.975	1	94.529	1	124.124	1	10,8%	9,7%	11,1%
Cina	17.885	10	71.705	3	92.399	2	3,3%	7,3%	8,3%
Germania	48.896	2	76.675	2	87.642	3	9,1%	7,9%	7,8%
Giappone	44.872	3	63.855	4	59.271	4	8,3%	6,5%	5,3%
Paesi Bassi	29.328	6	51.498	5	58.684	5	5,4%	5,3%	5,2%
Regno Unito	37.125	4	50.345	6	55.718	6	6,9%	5,2%	5,0%
Francia	31.881	5	46.202	7	53.326	7	5,9%	4,7%	4,8%
Italia	28.521	7	38.130	8	41.522	8	5,3%	3,9%	3,7%
Spagna	21.984	8	29.686	10	34.059	9	4,1%	3,0%	3,0%
Belgio	20.437	9	30.427	9	33.542	10	3,8%	3,1%	3,0%
Canada	14.767	11	27.362	12	32.147	11	2,7%	2,8%	2,9%
Hong Kong	7.445	16	17.574	15	25.227	12	1,4%	1,8%	2,3%

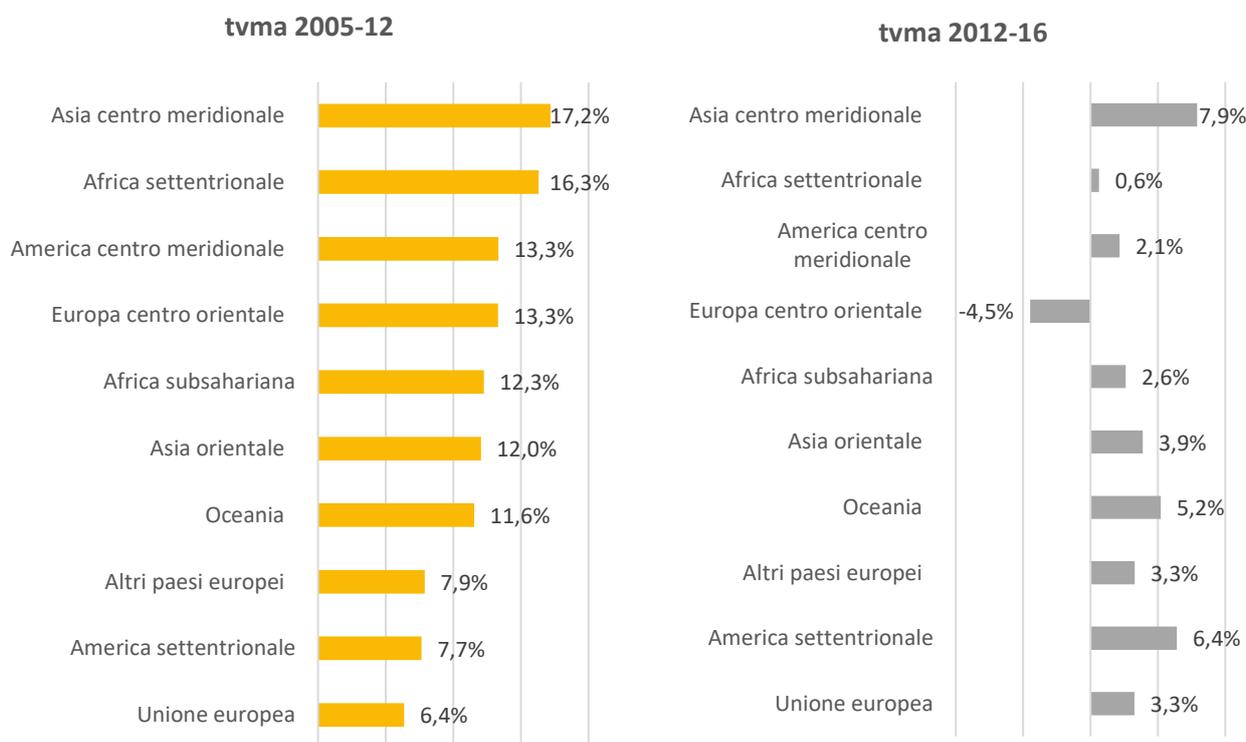
⁹ Il Decreto della presidenza della Federazione Russa (Ukaz) n. 560 "Sull'applicazione di singole misure economiche speciali atte a garantire la sicurezza della Federazione Russa", ha introdotto il divieto di importare in Russia alcune categorie di alimenti per un periodo non superiore a un anno, demandando al Governo di determinare in tempi brevi gli elenchi dei Paesi stranieri esportatori soggetti a tale divieto e dei prodotti inclusi nel campo di applicazione dell'atto. Le contro-sanzioni russe per colpire l'economia degli Stati promotori delle sanzioni contro Mosca – UE, USA, Canada, Australia e Norvegia – consistono nel divieto di importare una vasta gamma di prodotti agroalimentari da queste nazioni, principalmente carni bovine e suine, pollame, pesce, formaggi e latticini, frutta e verdura.

Corea del Sud	9.741	14	20.071	14	24.343	13	1,8%	2,1%	2,2%
Russia	13.157	12	29.622	11	22.661	14	2,4%	3,0%	2,0%
Messico	11.244	13	20.588	13	22.269	15	2,1%	2,1%	2,0%
India	3.884	29	14.015	16	20.076	16	0,7%	1,4%	1,8%
Polonia	5.521	22	13.636	17	16.999	17	1,0%	1,4%	1,5%
Svezia	7.168	17	12.479	20	15.657	18	1,3%	1,3%	1,4%
Indonesia	3.808	30	12.760	19	14.692	19	0,7%	1,3%	1,3%
Malaysia	4.832	24	12.988	18	13.165	20	0,9%	1,3%	1,2%
Top 10	338.903		553.053		640.288		63,0%	56,7%	57,2%
Top 20	420.469		734.148		847.523		78,1%	75,2%	75,7%

* Posizione in graduatoria

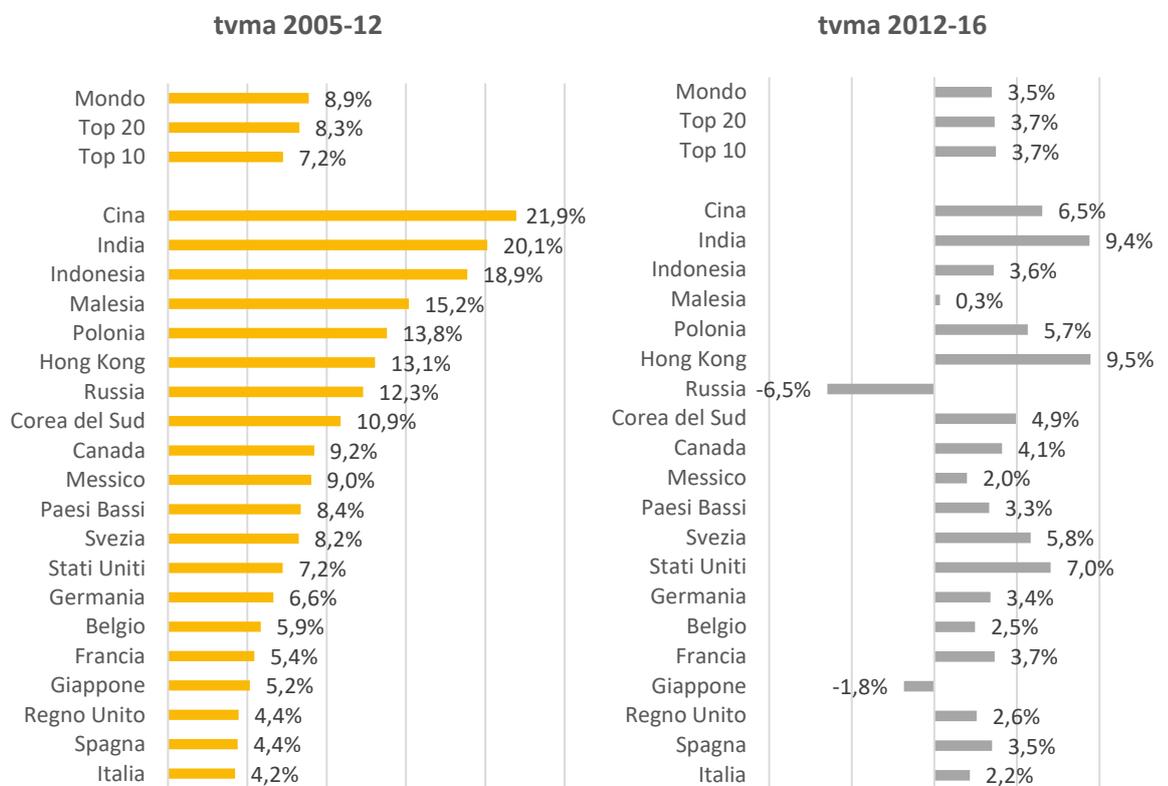
Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 2 - Tassi di crescita delle importazioni agroalimentari delle principali aree geo-economiche (tvma 2005-12 e tvma 2012-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 3 - Tassi di crescita delle importazioni agroalimentari dei primi 20 paesi (tvma 2005-12 e tvma 2012-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

3.2.2 Le importazioni mondiali per i comparti

La domanda mondiale per tutte le aggregazioni merceologiche dell'agroalimentare, qui analizzate sulla base dei 24 capitoli da 01 a 24 della classificazione HS (cfr. tabella 3), ha registrato tassi di variazione positivi e consistenti. In particolare, nell'intero periodo le importazioni mondiali di metà dei comparti agroalimentari sono cresciute a un tasso medio annuo più elevato rispetto al +6,9% registrato dall'import agroalimentare nel complesso. I raggruppamenti merceologici che sono stati più dinamici comprendono soprattutto materie prime e semilavorati per l'industria alimentare: semi oleosi, caffè e spezie, oli e grassi, cacao e preparazioni a base di cacao, cereali. Per questi comparti, tuttavia, la crescita delle importazioni è stata molto sostenuta nel primo sotto-periodo, per poi rallentare sensibilmente nel periodo più recente. Fanno eccezione i comparti del cacao e delle sue preparazioni, della frutta e del pesce, che hanno anzi rafforzato la crescita tra il 2012 e il 2016. Altri hanno invece mantenuto tassi di aumento notevoli in entrambi i periodi: ortaggi e legumi, derivati dei cereali e altre preparazioni alimentari¹⁰, altri prodotti vegetali.

In termini di valore, nel 2016, il primo comparto in graduatoria (tabella 3) è quello della frutta - al cui interno le voci principali sono banane, frutta in guscio e agrumi - che con quasi 95 miliardi supera il valore dei comparti del pesce, delle bevande e delle carni fresche, tutti e tre intorno ai 90 miliardi. Per le bevande le voci più importanti sono rappresentate da vino, whisky e birra. Per quanto riguarda le modifiche alla

¹⁰ Il capitolo merceologico 21 "Altre preparazioni alimentari" comprende molti prodotti riconducibili essenzialmente a preparati e concentrati per zuppe e salse, gelati e lieviti.

composizione settoriale delle importazioni tra il 2005 e il 2016 si possono segnalare: la dinamica della frutta, che è salita dal quarto al primo posto della graduatoria, dopo essere scesa al sesto nel 2012; il passaggio dei semi oleosi dal nono posto del 2005 al terzo del 2012, per poi ritornare al quinto; la perdita di ruolo del comparto latte e derivati che dalla quinta posizione del 2005 arriva all'ottava nel 2016.

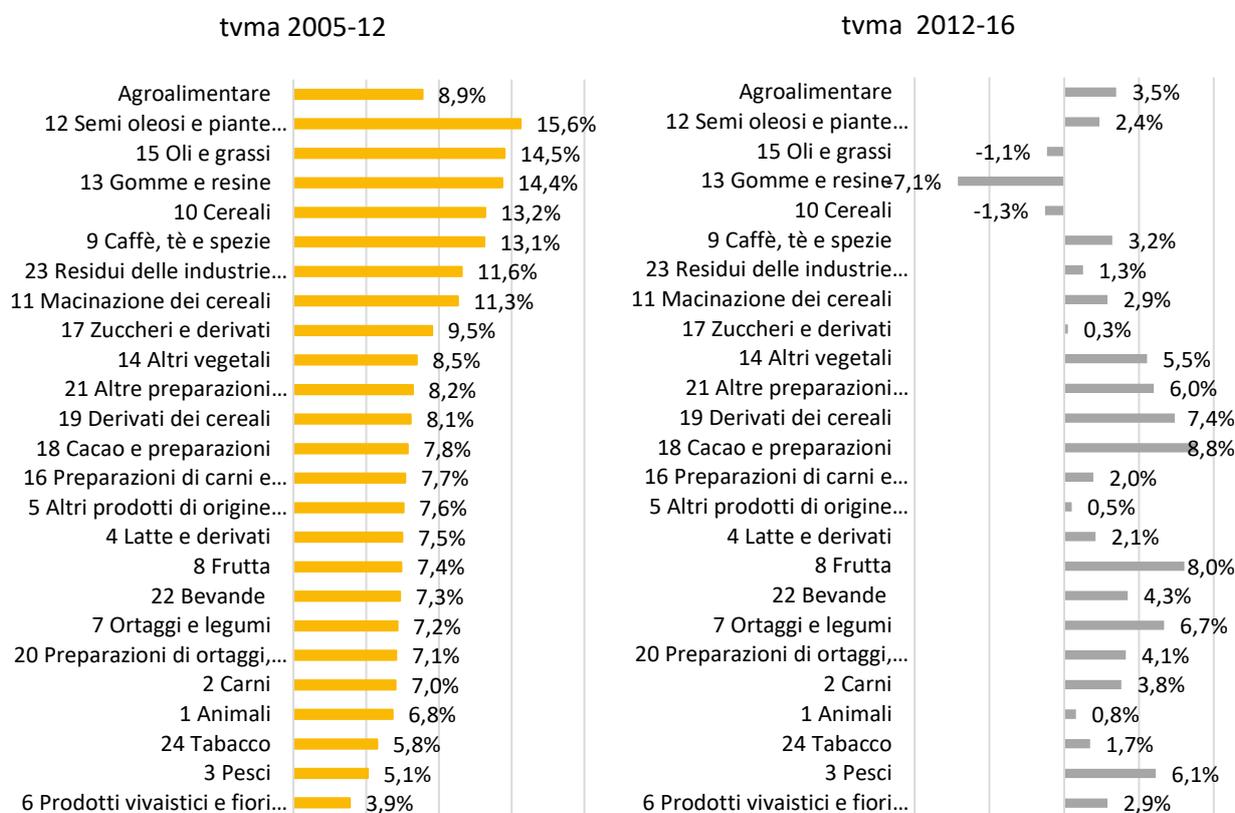
Tabella 3 - Importazioni agroalimentari mondiali per capitolo merceologico¹ (milioni di euro, posizione nella graduatoria e quote %)

	milioni di euro						quote		
	2005		2012		2016		2005	2012	2016
Agroalimentare	538.205	P*	975.935	P*	1.119.212	P*	100%	100%	100%
1 Animali	9.289	20	14.736	19	15.201	20	1,7%	1,5%	1,4%
2 Carni	47.584	2	76.548	1	88.944	4	8,8%	7,8%	7,9%
3 Pesci	50.181	1	71.131	4	90.207	2	9,3%	7,3%	8,1%
4 Latte e derivati	31.468	5	52.127	9	56.637	8	5,8%	5,3%	5,1%
5 Altri prodotti di origine animale	4.159	22	6.929	23	7.069	22	0,8%	0,7%	0,6%
6 Prodotti vivaistici e fiori recisi	10.984	19	14.344	20	16.076	19	2,0%	1,5%	1,4%
7 Ortaggi e legumi	26.476	8	42.937	10	55.629	10	4,9%	4,4%	5,0%
8 Frutta	42.041	4	69.385	5	94.498	1	7,8%	7,1%	8,4%
9 Caffè, tè e spezie	13.988	18	33.176	14	37.665	15	2,6%	3,4%	3,4%
10 Cereali	28.952	6	68.868	7	65.419	7	5,4%	7,1%	5,8%
11 Macinazione dei cereali	5.109	21	10.814	21	12.119	21	0,9%	1,1%	1,1%
12 Semi oleosi e piante industriali	25.799	9	71.219	3	78.191	5	4,8%	7,3%	7,0%
13 Gomme e resine	2.906	23	7.432	22	5.532	23	0,5%	0,8%	0,5%
14 Altri vegetali	429	24	759	24	942	24	0,1%	0,1%	0,1%
15 Oli e grassi animali e vegetali	26.754	7	69.073	6	65.974	6	5,0%	7,1%	5,9%
16 Preparazioni di carni e di pesci	19.122	15	32.110	15	34.691	16	3,6%	3,3%	3,1%
17 Zuccheri e derivati	16.513	17	31.239	16	31.556	17	3,1%	3,2%	2,8%
18 Cacao e preparazioni a base di cacao	17.182	16	29.155	18	40.833	14	3,2%	3,0%	3,6%
19 Derivati dei cereali	21.643	13	37.228	13	49.499	12	4,0%	3,8%	4,4%
20 Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta	24.135	11	38.927	12	45.765	13	4,5%	4,0%	4,1%
21 Altre preparazioni alimentari	22.919	12	39.795	11	50.207	11	4,3%	4,1%	4,5%
22 Bevande	46.162	3	75.749	2	89.507	3	8,6%	7,8%	8,0%
23 Residui delle industrie alimentari	24.646	10	53.018	8	55.739	9	4,6%	5,4%	5,0%
24 Tabacco	19.763	14	29.236	17	31.309	18	3,7%	3,0%	2,8%

¹ Le etichette rappresentano il codice HS2 con una descrizione sintetica elaborata da Ismea; si rimanda all'appendice per la descrizione estesa. * posizione in graduatoria

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 4 - Tassi di crescita delle importazioni agroalimentari per capitolo merceologico (tvma 2005-12 e 2012-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per spiegare le modifiche nella composizione delle importazioni, si deve innanzitutto ricordare che la frammentazione della produzione a livello mondiale è una caratteristica da sempre distintiva del settore agroalimentare, nel quale la trasformazione e l'esportazione dei prodotti alimentari storicamente avviene soprattutto in paesi che non hanno corrispondenti disponibilità di materie prime agricole; negli anni '90 e nei primi anni 2000 l'apertura agli scambi internazionali di grandi paesi emergenti con ingenti disponibilità di risorse naturali in Asia e America Latina ha favorito la crescita dei flussi mondiali di materie prime agricole e beni alimentari (semi oleosi, cereali, caffè, cacao, carni fresche, pesce, frutta, ecc.), almeno fino all'inizio della crisi economica globale del 2009. In tempi rapidi, tuttavia, gli stessi paesi emergenti hanno iniziato a sviluppare proprie industrie di trasformazione per far fronte alla domanda interna di prodotti alimentari, riducendo gradualmente la disponibilità di materie prime per l'esportazione ma iniziando essi stessi a importare input intermedi¹¹. A ciò va aggiunto il ruolo delle già citate "catene globali del valore", che anche nell'agroalimentare attivano ingenti flussi di commercio internazionale gestiti da multinazionali e grandi imprese del settore. Tali flussi hanno dato luogo a nuovi scambi non solo di materie prime ma anche di prodotti utilizzati dall'industria alimentare come beni intermedi: oli e grassi, preparazioni alimentari, prodotti della macinazione dei cereali, ecc.

¹¹ Questo fenomeno spiega ad esempio il passaggio della Cina da esportatore netto di prodotti agroalimentari a importatore netto nel 2008.

Queste motivazioni, che contribuiscono ancora a spiegare i tassi di crescita della domanda d'importazione per alcuni comparti nel periodo 2005-2012, sembrano pesare meno negli ultimi anni, quando – come si è detto in precedenza – il processo di divisione internazionale della produzione sembra aver esaurito la sua fase più intensa, determinando una situazione più stabile (cfr. CER, 2015); allo stesso tempo la crisi economica ha rallentato l'attività produttiva e di conseguenza gli acquisti di input da parte delle imprese di trasformazione dei paesi occidentali.

Più di recente, l'aumento del reddito pro capite nei paesi emergenti, soprattutto asiatici, appaiono alla base di una nuova crescita della domanda per i prodotti agroalimentari di consumo finale e a maggior livello di sofisticazione (vino, derivati dei cereali come prodotti da forno, biscotti, pasta, carni elaborate, formaggi, ecc.), che essi non producono (ancora) internamente o per i quali prevalgono altri fattori di attrazione (qualità, tipicità, moda, *status symbol*, ecc.). A questa nuova domanda si aggiunge quella generata dalla ripresa economica nei paesi occidentali e associata alle nuove tendenze salutistiche nell'alimentazione (frutta fresca e in guscio, ecc.).

In questo quadro, mentre nella fase precedente l'Italia poteva difficilmente ritagliarsi un ruolo adeguato nell'onda dell'aumento degli scambi internazionali di prodotti di base e beni intermedi, nel periodo più recente i tassi di crescita superiori alla media registrati per alcuni comparti, come frutta, ortaggi e legumi, derivati dei cereali e, in generale, l'attenzione per prodotti più sofisticati e a maggior valore aggiunto, hanno sicuramente rappresentato delle opportunità da cogliere per il nostro paese, come si discuterà più avanti.

3.3 I paesi concorrenti a livello mondiale

Da quanto si è detto finora, emerge come nell'ultimo decennio il commercio mondiale si sia caratterizzato per il consolidamento della presenza di importanti nuovi attori, che nell'agroalimentare si era manifestata già a partire dalla metà degli anni '90 (De Filippis, 2012, capitolo 1). Per completare il quadro, si analizzano di seguito le performance dei maggiori esportatori mondiali di prodotti agroalimentari nel periodo 2005-2016.

A conferma dell'ampliamento del numero di concorrenti nell'arena mondiale, i dati riportati nella tabella 4 mostrano come – analogamente a quanto osservato per le importazioni – anche le esportazioni vedono ridursi il loro grado di concentrazione per paese, nel periodo oggetto di indagine. Nel 2005, i primi 10 esportatori detenevano il 58% del totale, quota che è passata al 54% nel 2012 ed è sostanzialmente confermata nel 2016. Allargando l'analisi ai primi 20 esportatori, la concentrazione si è ridotta di tre punti percentuali passando dal 78% nel 2005 al 75% nel 2016. Tra le variazioni più evidenti si segnala l'*escalation* della Cina dall'ottava posizione nel 2005, alla sesta nel 2012 e alla quarta nel 2016, con una quota di mercato ormai vicina a quella della Germania; l'India, invece, partita dal diciannovesimo posto nel 2005 è arrivata al dodicesimo nel 2012, mantenendo la stessa posizione nel 2016. Tra i maggiori esportatori occidentali il risultato migliore è di nuovo quello degli Stati Uniti, che hanno mantenuto la leadership e lievemente accresciuto la quota di mercato (11% nel 2016); viceversa, tutti i principali paesi europei hanno perso quote di mercato rispetto all'inizio del periodo, con un arretramento particolarmente forte di Francia e Regno Unito. Tra i grandi esportatori storici hanno perso terreno anche Australia e Nuova Zelanda.

Il risultato complessivo è che tra il 2005 e il 2012, in una fase di espansione globale delle esportazioni, le esportazioni agroalimentari dei paesi dell'UE a 28 sono cresciute più lentamente, a un tasso medio annuo del 6,9%, rispetto al resto del mondo (9,7%). Considerando i singoli paesi e con riferimento all'intero periodo analizzato, vanno sottolineati i tassi di crescita a due cifre di alcuni asiatici (Cina, India, Indonesia, Thailandia,

Hong Kong), dei paesi del Centro e Sud America (Guatemala, Ecuador, Perù, Paraguay, Nicaragua) e di alcuni ex-URSS (Russia, Ucraina, soprattutto tra il 2005 e il 2012) e nuovi membri dell'UE (come la Polonia).

Tra il 2012 e il 2016, invece, si è registrato un rallentamento generalizzato e in alcuni casi anche tassi di variazione negativi, come nel caso di India (-0,2%), Brasile (-0,1%) e Malaysia (-2,3%). Tra i leader occidentali del commercio agroalimentare, per Stati Uniti, Paesi Bassi, Germania e Belgio la crescita delle esportazioni è proseguita a un ritmo di poco inferiore a quello mondiale (+3,5%), mentre Italia e Spagna hanno fatto meglio (rispettivamente +4,8% e +5,8%). All'opposto, il tasso di crescita delle esportazioni di Francia e Regno Unito ha avuto un'evidente riduzione nel periodo più recente.

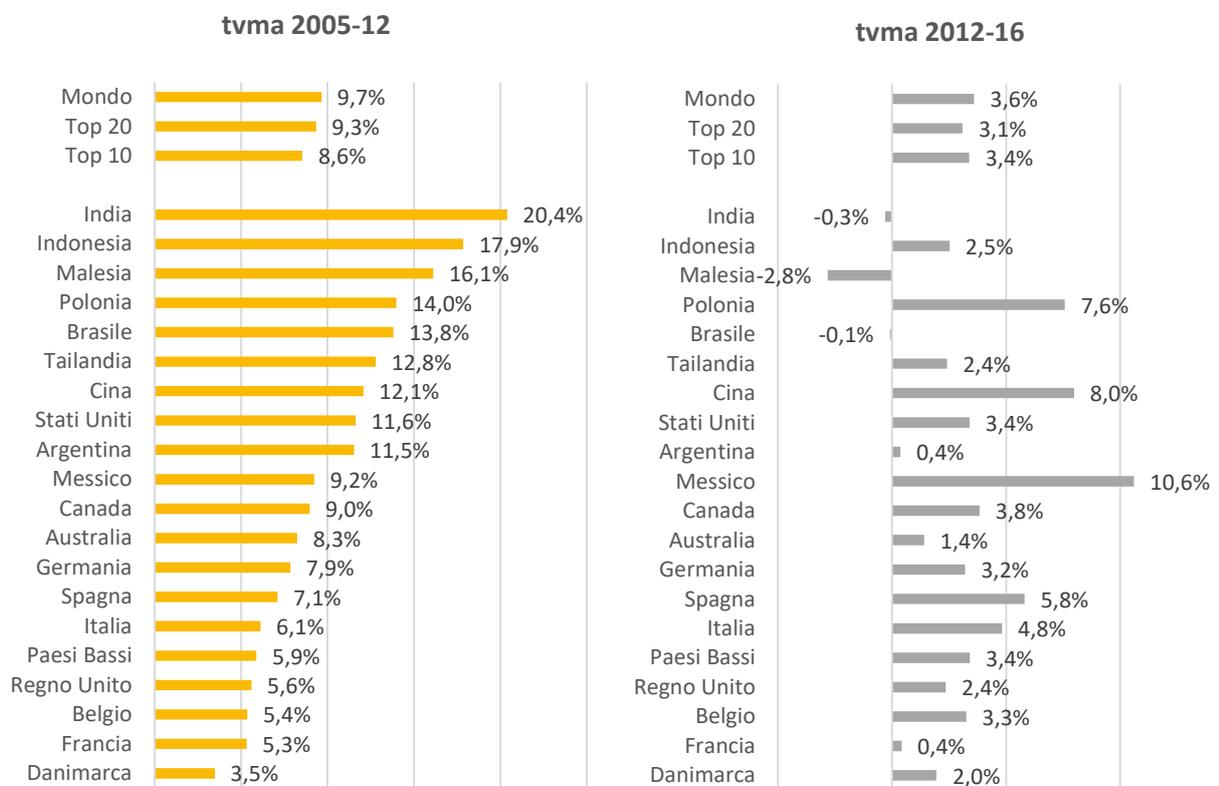
Tabella 4 - Esportazioni agroalimentari dei primi 20 paesi (milioni di euro e quote %, dati ordinati per il valore delle esportazioni nel 2016)

	milioni di euro						quote		
	2005		2012		2016		2005	2012	2016
Totale dichiaranti (75 paesi)	543.368	P*	1.035.816	P*	1.193.268	P*	100%	100%	100%
Stati Uniti	51.680	1	111.585	1	127.543	1	9,5%	10,8%	10,7%
Paesi Bassi	51.330	2	76.624	2	87.624	2	9,4%	7,4%	7,3%
Germania	37.924	4	64.377	3	73.027	3	7,0%	6,2%	6,1%
Cina	21.375	8	47.470	6	64.536	4	3,9%	4,6%	5,4%
Brasile	25.431	5	62.902	4	62.683	5	4,7%	6,1%	5,3%
Francia	40.549	3	58.332	5	59.310	6	7,5%	5,6%	5,0%
Spagna	22.666	7	36.654	8	45.954	7	4,2%	3,5%	3,9%
Canada	20.189	10	36.835	7	42.828	8	3,7%	3,6%	3,6%
Italia	21.000	9	31.841	11	38.446	9	3,9%	3,1%	3,2%
Belgio	23.099	6	33.293	9	37.839	10	4,3%	3,2%	3,2%
Argentina	15.070	12	32.361	10	32.841	11	2,8%	3,1%	2,8%
India	7.769	19	28.481	12	28.141	12	1,4%	2,7%	2,4%
Indonesia	8.019	18	25.328	13	27.978	13	1,5%	2,4%	2,3%
Thailandia	10.654	15	24.727	14	27.195	14	2,0%	2,4%	2,3%
Messico	9.429	16	17.501	19	26.194	15	1,7%	1,7%	2,2%
Regno Unito	16.258	11	23.817	16	26.139	16	3,0%	2,3%	2,2%
Australia	13.963	13	24.323	15	25.728	17	2,6%	2,3%	2,2%
Polonia	7.202	22	17.999	18	24.103	18	1,3%	1,7%	2,0%
Malaysia	7.483	21	21.294	17	18.988	19	1,4%	2,1%	1,6%
Danimarca	13.288	14	16.878	20	18.234	20	2,4%	1,6%	1,5%
Top 10	315.241		559.912		639.790		58,0%	54,1%	53,6%
Top 20	424.377		792.621		895.331		78,1%	76,5%	75,0%

*Posizione in graduatoria

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 5 - Tassi crescita delle esportazioni agroalimentari dei primi 20 paesi esportatori (tvma 2005-12 e tvma 2012-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 5 - Tabella di raccordo tra capitoli HS2: descrizione ufficiale e sintetica

CODICE HS2	DESCRIZIONE HS2	DESCRIZIONE SINTETICA
1	Animali vivi	Animali
2	Carni e frattaglie commestibili	Carni
3	Pesci e crostacei, molluschi e altri invertebrati acquatici	Pesci
4	Latte e derivati del latte; uova di volatili; miele naturale; prodotti commestibili di origine animale, non nominati né compresi altrove	Latte e derivati
5	Altri prodotti di origine animale, non nominati né compresi altrove	Altri prodotti di origine animale
6	Alberi vivi e altre piante; bulbi, radici e simili; fiori recisi e foglie ornamentale	Prodotti vivaistici e fiori recisi
7	Ortaggi o legumi, piante, radici e tuberi commestibili	Ortaggi e legumi
8	Frutta e frutta a guscio commestibili; scorze di agrumi o di meloni	Frutta
9	Caffè, tè, mate e spezie	Caffè, tè e spezie
10	Cereali	Cereali
11	Prodotti della macinazione; malto; amidi e fecole; inulina; glutine di frumento	Macinazione dei cereali
12	Semi e frutti oleosi; semi, sementi e frutti diversi; piante industriali o medicinali; paglie e foraggi	Semi oleosi e piante industriali
13	Gomma lacca, gomme, resine e altri succhi ed estratti vegetali	Gomme e resine
14	Materie vegetali da intreccio e altri prodotti di origine vegetale, non nominati né compresi altrove	Altri vegetali
15	Grassi e oli animali o vegetali; prodotti della loro scissione; grassi alimentari lavorati; cere di origine animale o vegetale	Oli e grassi
16	Preparazioni di carni, di pesci o di crostacei, di molluschi o di altri invertebrati acquatici	Preparazioni di carni e di pesci
17	Zuccheri e prodotti a base di zuccheri	Zuccheri e derivati
18	Cacao e sue preparazioni	Cacao e preparazioni a base di cacao
19	Preparazioni a base di cereali, di farine, di amidi, di fecole o di latte; prodotti della pasticceria	Derivati dei cereali
20	Preparazioni di ortaggi o di legumi, di frutta, di frutta a guscio o di altre parti di piante	Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta
21	Preparazioni alimentari diverse	Altre preparazioni alimentari
22	Bevande, liquidi alcolici ed aceti	Bevande
23	Residui e cascami delle industrie alimentari; alimenti preparati per gli animali	Residui delle industrie alimentari
24	Tabacchi e succedanei del tabacco lavorati	Tabacco

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Tabella 6 - Descrizione delle aree geografiche utilizzate nei capitoli 3 e 4

Aree geo-economiche	75 paesi
Unione europea	Austria, Belgio, Bulgaria, Cipro, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Ungheria
Europa centro-orientale	Russia, Serbia, Turchia, Ucraina
Altri paesi europei	Islanda, Norvegia, Svizzera
Asia orientale	Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, Indonesia, Myanmar, Singapore, Taiwan, Thailandia
Asia centro-meridionale	India, Kazakistan, Sri Lanka
America settentrionale	Stati Uniti, Canada
America centro-meridionale	Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Panama, Paraguay, Perù, Uruguay, Venezuela
Africa settentrionale	Algeria, Egitto, Marocco
Africa subsahariana	Sudafrica, Costa d'Avorio, Senegal, Mauritius
Oceania	Australia, Nuova Zelanda

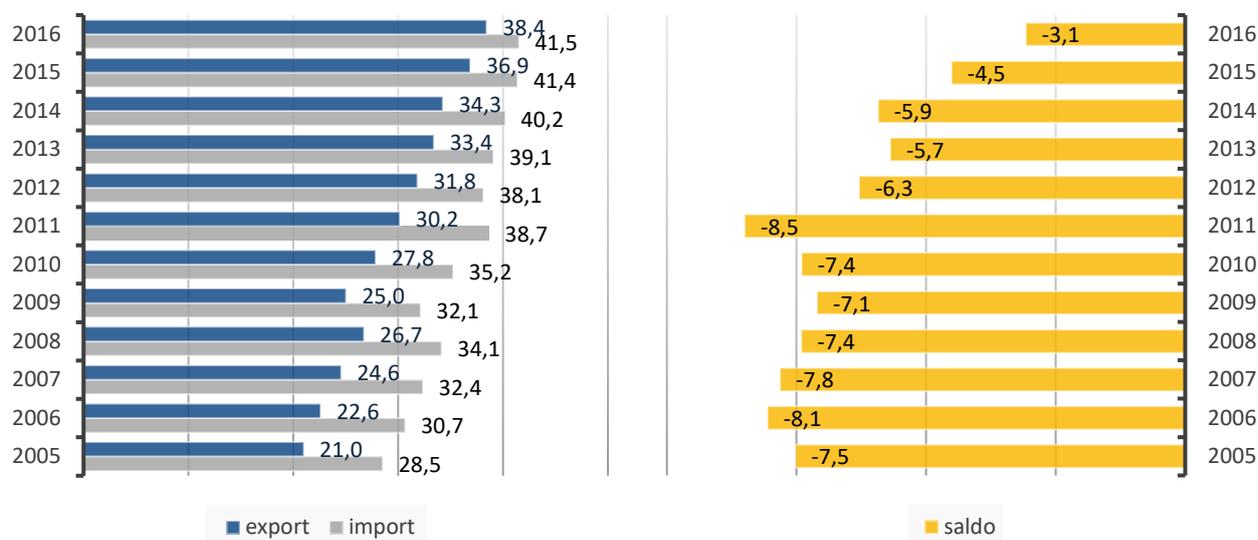
Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

4. IL COMMERCIO AGROALIMENTARE ITALIANO E LA PERFORMANCE COMPETITIVA SUI MERCATI ESTERI

4.1 L'evoluzione del commercio agroalimentare dell'Italia

Nell'ultimo decennio la bilancia commerciale dei prodotti agroalimentari dell'Italia¹², strutturalmente deficitaria, ha mostrato una sensibile riduzione del disavanzo in valore, grazie a un forte aumento delle vendite all'estero. Le esportazioni agroalimentari italiane hanno raggiunto 38,4 miliardi di euro nel 2016, contro poco più di 20 miliardi del 2005, crescendo a un tasso medio annuo del 5,8%, ben più elevato del +3,0% fatto registrare dall'export complessivo nazionale. La riduzione del disavanzo si deve anche – e questa non è necessariamente una buona notizia – a una dinamica più contenuta delle importazioni (+3,4% l'anno), dovuta a una domanda interna rimasta debole per gran parte del periodo. Le importazioni hanno comunque sfiorato 43 miliardi di euro nel 2016, contro quasi 30 miliardi di euro nel 2005. La riduzione del deficit agroalimentare è stata in assoluto di poco inferiore a 5 miliardi di euro nel periodo in esame, cosa che, nel 2016, ha di fatto dimezzato il passivo registrato nel 2005.

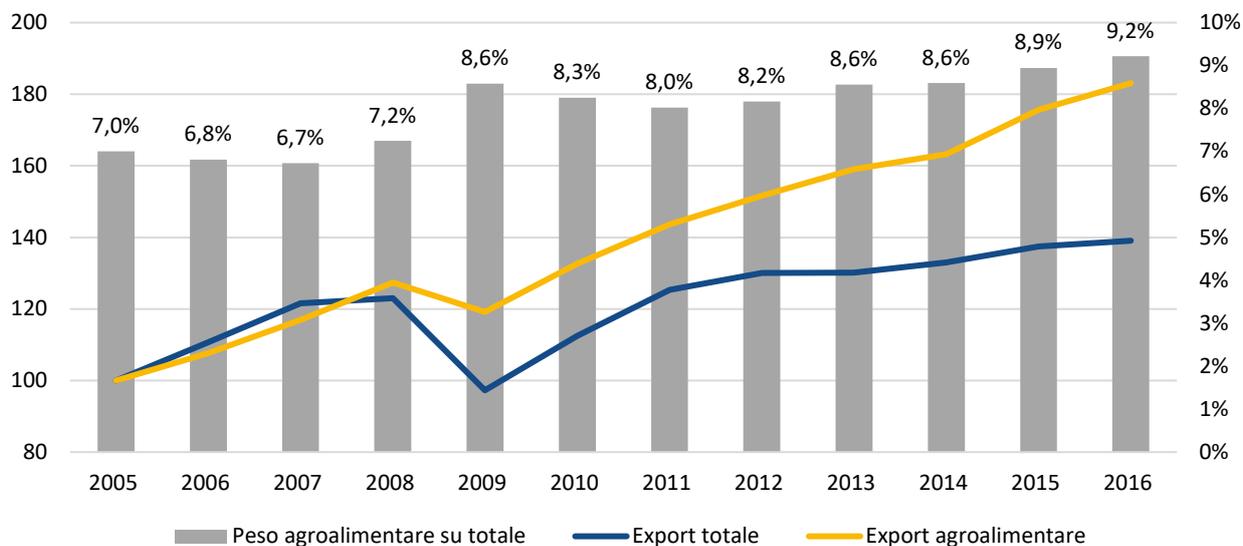
Figura 6 - Andamento delle esportazioni, delle importazioni e del saldo dell'agroalimentare italiano (miliardi di euro)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

¹² Come nel capitolo precedente, si considera l'aggregato dei 24 capitoli della classificazione HS (codici a due cifre da 01 a 24) relativi ai prodotti agroalimentari.

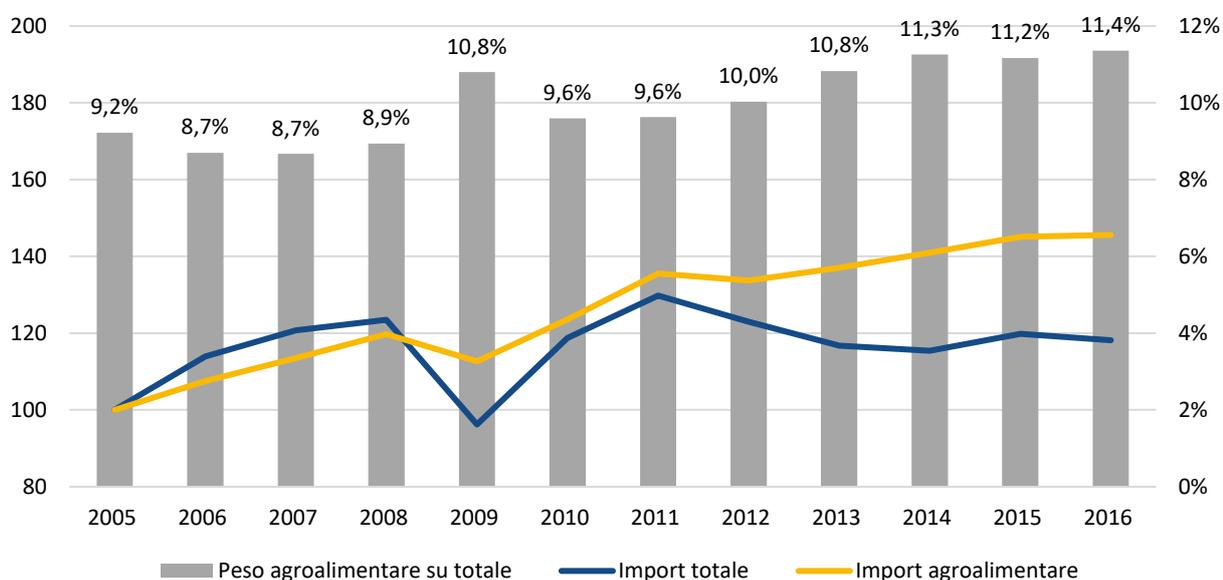
Figura 7 - Esportazioni totali e agroalimentari dell'Italia (indice 2005=100 e peso %*)



* asse destro.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 8 - Importazioni totali e agroalimentari dell'Italia (indice 2005=100 e peso %)



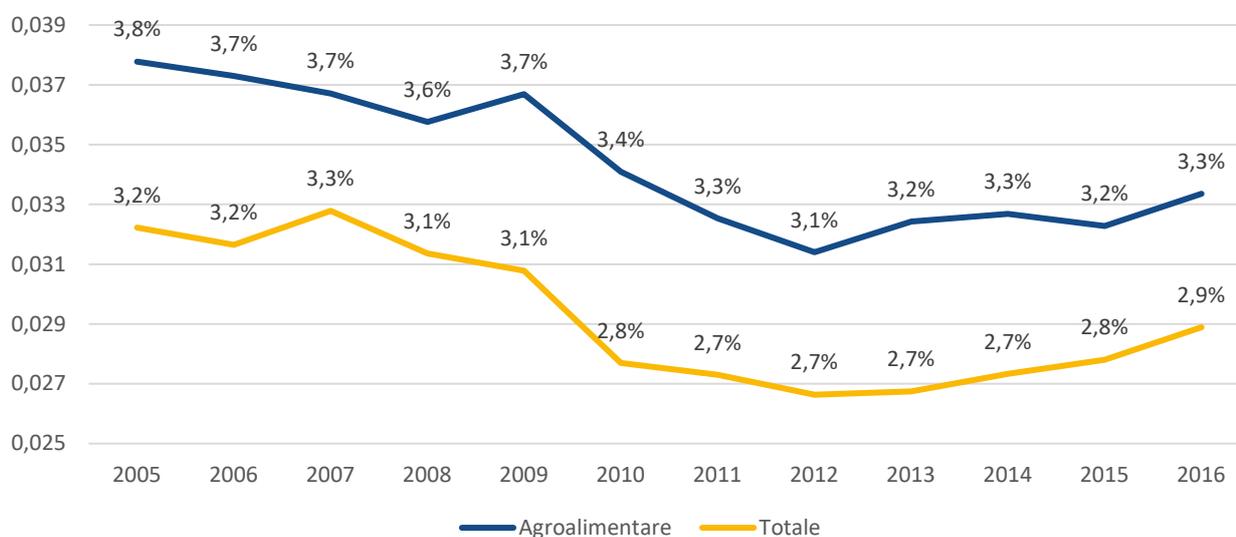
* asse destro.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Come è accaduto a livello mondiale, le esportazioni italiane hanno subito una netta flessione nel 2009, più consistente per l'export complessivo rispetto all'agroalimentare; dal 2010, invece, i flussi hanno ripreso a crescere, in misura più marcata per l'agroalimentare che per l'export totale, con la conseguente ulteriore crescita del peso dell'agroalimentare, passato dal 7,0% del 2005 al 9,2% del 2016.

Inoltre, tra il 2012 e il 2016, mentre le esportazioni agroalimentari mondiali sono cresciute a un tasso del 3,5% annuo, quelle italiane sono aumentate del 4,8% annuo, con la conseguenza che in questo periodo la quota di mercato dell'Italia, cioè il peso dei prodotti italiani sulle importazioni mondiali di prodotti agroalimentari, ha ripreso a crescere dopo anni di graduale erosione: avendo raggiunto il livello minimo di 3,1% nel 2012, la quota italiana ha recuperato un paio di decimali di punto portandosi al 3,3% nel 2016 (figura 9). Il recente miglioramento del commercio estero italiano non ha riguardato solo l'agroalimentare, perché un andamento simile ha avuto anche la quota di mercato complessiva dell'Italia. La figura 9 evidenzia tuttavia che il settore agroalimentare rappresenta strutturalmente un settore di forza per l'Italia sui mercati esteri, essendo la quota settoriale costantemente più elevata di quella relativa al commercio totale.

Figura 9 - Quota dell'Italia sulle importazioni totali e agroalimentari mondiali



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

4.2 La geografia del commercio agroalimentare dell'Italia

4.2.1 Vecchi e nuovi partner commerciali

Le esportazioni agroalimentari italiane evidenziano una spiccata concentrazione nelle destinazioni, con i primi 20 paesi di sbocco che congiuntamente assorbono più dell'80% delle vendite all'estero; circa la metà di questa quota è da imputare ai primi tre "clienti" che sono, nell'ordine, Germania, Francia e Stati Uniti. Per tutti i principali mercati di sbocco nel decennio si sono registrati tassi di crescita significativi, in alcuni casi anche a due cifre; fa eccezione soltanto la Russia, la cui domanda è stata fortemente limitata dalla situazione di difficoltà economica e dall'embargo applicato a partire dall'agosto 2014.

Tra il 2005 e il 2016 tuttavia, il peso dei principali paesi acquirenti è diminuito, e con esso si è ridotta la concentrazione geografica delle esportazioni agroalimentari italiane: nel 2005 i primi 20 paesi di destinazione spiegavano l'86% dell'export nazionale, mentre nel 2016 tale quota è scesa all'80%. Ciò può essere la conseguenza di un ampliamento del numero dei paesi di destinazione per i prodotti italiani e/o di un aumento della quota diretta verso nuovi mercati con una domanda dinamica a scapito dei partner più consolidati. Inoltre, nel periodo analizzato si è assistito a una riduzione dell'importanza dello sbocco europeo e a una

maggior apertura verso i paesi terzi: il peso dei mercati dell'UE sulle esportazioni agroalimentari italiane è passato dal 71% nel 2005, al 67% nel 2012 e al 66% nel 2016. Tra il 2005 e il 2016, i flussi agroalimentari italiani diretti ai mercati extra-UE sono cresciuti del 7,3%, contro il 4,9% di quelli rivolti al mercato interno.

Più in dettaglio, tra i primi 20 paesi di destinazione delle esportazioni italiane si rileva una perdita del ruolo della Germania (-3%) mentre risulta più limitato il calo del peso di Francia (-1,2%), Regno Unito (-0,8%), Svizzera (-0,5%), Spagna (-1,3%), Grecia (-1%). Di contro, è aumentata, seppur in misura piuttosto contenuta, la quota delle esportazioni agroalimentari dirette verso Cina, Romania, Polonia.

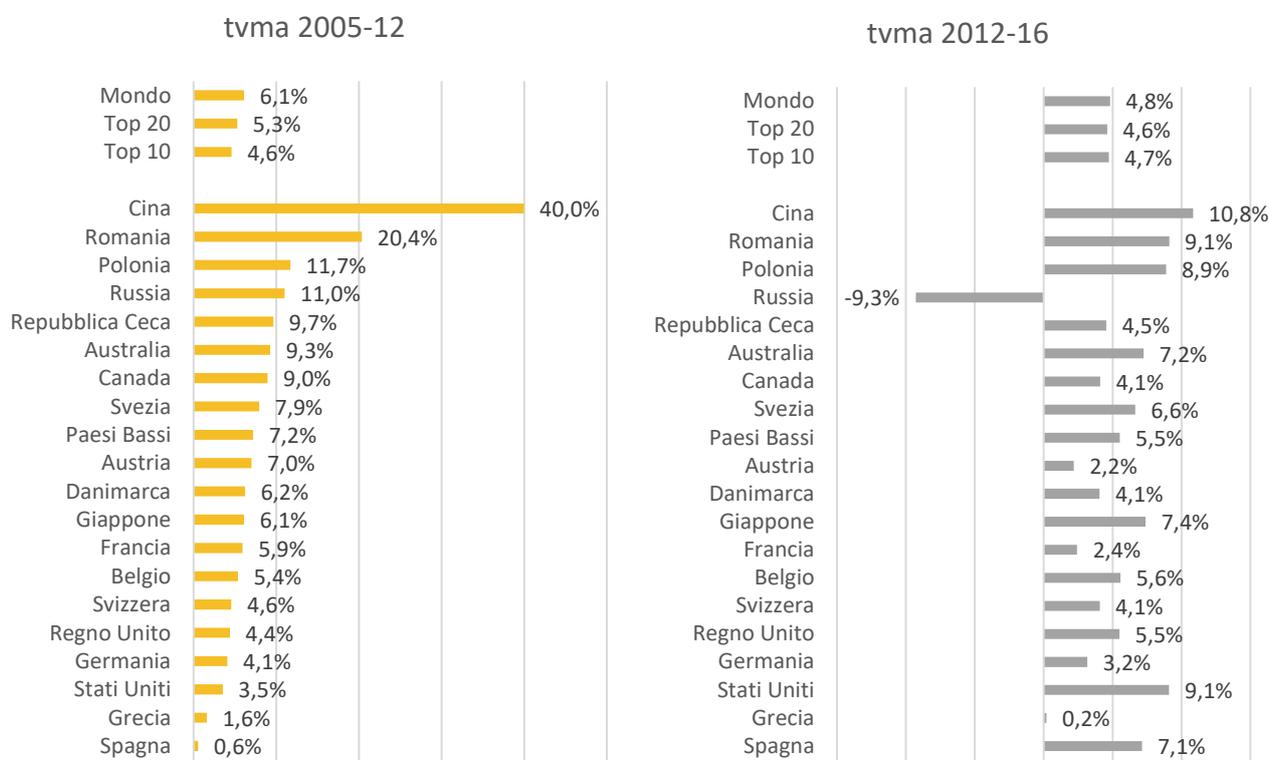
Tabella 7 - Esportazioni agroalimentari italiane verso i primi 20 paesi di destinazione (milioni di euro e quote %, dati ordinati per il valore delle esportazioni nel 2016)

	milioni di euro						quote		
	2005		2012		2016		2005	2012	2016
	2005	P*	2012	P*	2016	P*	2005	2012	2016
Mondo	21.000		31.841		38.446		100,0%	100,0%	100,0%
Germania	4.491	1	5.951	1	6.742	1	21,4%	18,7%	17,5%
Francia	2.551	2	3.818	2	4.203	2	12,1%	12,0%	10,9%
Stati Uniti	2.124	3	2.707	3	3.836	3	10,1%	8,5%	10,0%
Regno Unito	1.939	4	2.619	4	3.244	4	9,2%	8,2%	8,4%
Svizzera	920	6	1.258	5	1.476	5	4,4%	4,0%	3,8%
Spagna	1.060	5	1.102	8	1.451	6	5,0%	3,5%	3,8%
Paesi Bassi	693	8	1.127	7	1.398	7	3,3%	3,5%	3,6%
Austria	708	7	1.138	6	1.241	8	3,4%	3,6%	3,2%
Belgio	658	9	949	9	1.179	9	3,1%	3,0%	3,1%
Giappone	463	11	702	10	934	10	2,2%	2,2%	2,4%
Canada	357	12	651	11	765	11	1,7%	2,0%	2,0%
Polonia	245	16	532	14	747	12	1,2%	1,7%	1,9%
Svezia	292	14	499	15	646	13	1,4%	1,6%	1,7%
Grecia	555	10	620	12	626	14	2,6%	1,9%	1,6%
Danimarca	312	13	476	16	557	15	1,5%	1,5%	1,5%
Australia	201	18	374	17	495	16	1,0%	1,2%	1,3%
Repubblica Ceca	191	19	364	18	434	17	0,9%	1,1%	1,1%
Romania	81	25	298	20	422	18	0,4%	0,9%	1,1%
Russia	291	15	604	13	409	19	1,4%	1,9%	1,1%
Cina	22	58	237	22	357	20	0,1%	0,7%	0,9%
Top 10	15.607		21.371		25.704		74,3%	67,1%	66,9%
Top 20	18.155		26.026		31.163		86,5%	81,7%	81,1%

* posizione in graduatoria

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 10 - Tassi di crescita delle esportazioni agroalimentari italiane verso i primi 20 paesi (tvma 2005-12 e tvma 2012-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Dal lato delle importazioni italiane, il grado di concentrazione dei fornitori è leggermente più basso e nel decennio si osserva la crescita dell'importanza degli acquisti dai paesi dell'Est europeo, Polonia soprattutto, e dal Nord America (Stati Uniti e Canada). L'unico paese asiatico a comparire tra i primi venti fornitori è l'Indonesia, che si trova al dodicesimo posto nel 2016. Specularmente a quanto accaduto alle esportazioni, tra il 2005 e il 2016 è cresciuta l'importanza dei paesi extra-europei sulle importazioni agroalimentari italiane: il peso dei flussi provenienti dai paesi extra-UE sul totale è passato dal 76% nel 2005, al 73% nel 2012 e al 71% nel 2016. Infine, focalizzando l'attenzione sui più importanti partner europei, solo la Spagna ha aumentato la sua quota.

Tabella 8 - Importazioni agroalimentari italiane dai primi 20 paesi di provenienza (milioni di euro e quote %, dati ordinati per il valore delle esportazioni nel 2016)

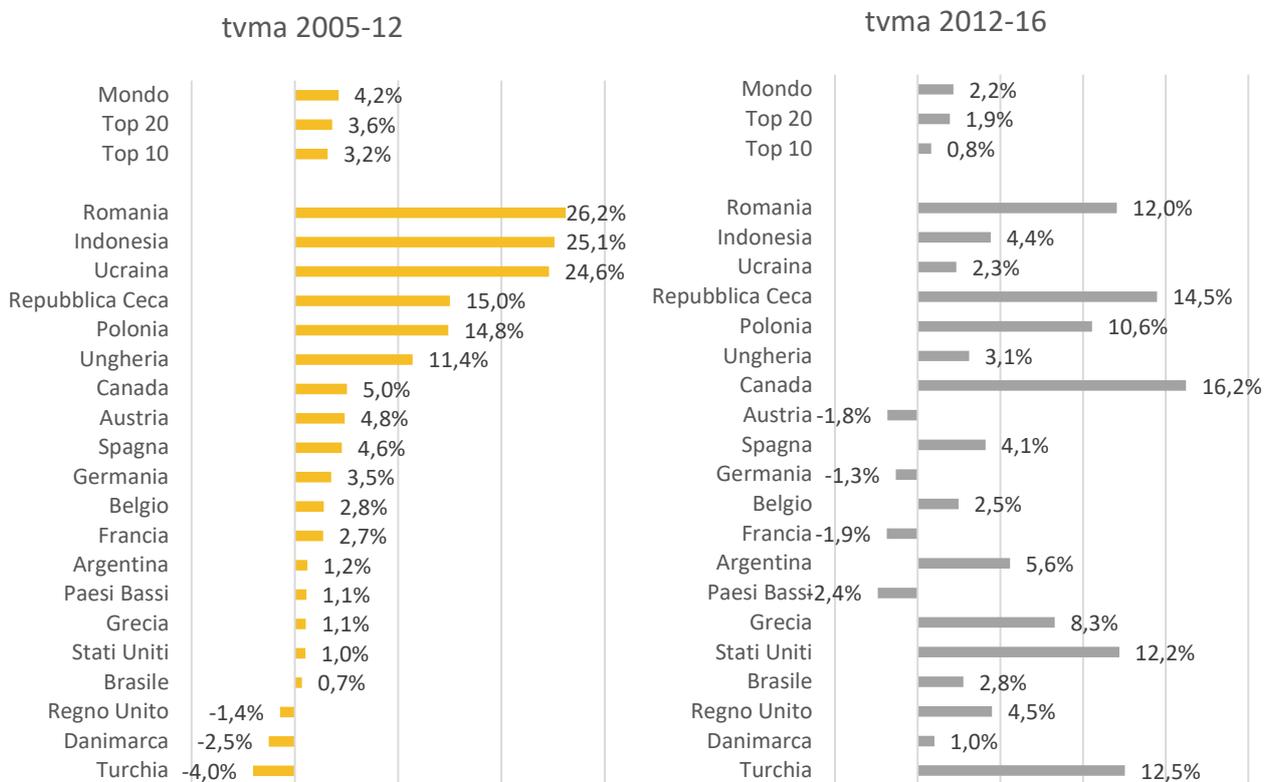
	milioni di euro						Quote		
	2005		2012		2016		2005	2012	2016
Mondo	28.521	P*	38.130	P*	41.522	P*	100,0%	100,0%	100,0%
Germania	4.573	2	5.824	1	5.523	1	16,0%	15,3%	13,3%
Francia	4.633	1	5.600	2	5.194	2	16,2%	14,7%	12,5%
Spagna	2.850	4	3.892	3	4.571	3	10,0%	10,2%	11,0%
Paesi Bassi	3.365	3	3.639	4	3.301	4	11,8%	9,5%	7,9%
Polonia	350	14	924	7	1.380	5	1,2%	2,4%	3,3%
Austria	981	5	1.365	5	1.268	6	3,4%	3,6%	3,1%
Belgio	913	7	1.108	6	1.222	7	3,2%	2,9%	2,9%

Grecia	693	9	746	10	1.026	8	2,4%	2,0%	2,5%
Brasile	832	8	873	8	974	9	2,9%	2,3%	2,3%
Stati Uniti	529	12	568	17	900	10	1,9%	1,5%	2,2%
Argentina	643	10	700	11	870	11	2,3%	1,8%	2,1%
Indonesia	142	27	682	13	811	12	0,5%	1,8%	2,0%
Danimarca	914	6	763	9	795	13	3,2%	2,0%	1,9%
Ungheria	322	16	686	12	775	14	1,1%	1,8%	1,9%
Romania	95	40	485	18	764	15	0,3%	1,3%	1,8%
Regno Unito	632	11	571	15	681	16	2,2%	1,5%	1,6%
Repubblica Ceca	141	28	374	22	643	17	0,5%	1,0%	1,5%
Ucraina	122	33	568	16	624	18	0,4%	1,5%	1,5%
Turchia	498	13	373	23	598	19	1,7%	1,0%	1,4%
Canada	190	21	268	30	489	20	0,7%	0,7%	1,2%
Top 10	19.719		24.539		25.359		69,1%	64,4%	61,1%
Top 20	23.417		30.010		32.408		82,1%	78,7%	78,1%

* posizione in graduatoria

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 11 - Tassi di crescita delle importazioni agroalimentari italiane dai primi 20 paesi (tvma 2005-12 e tvma 2012-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

4.2.2 L'Italia nei principali mercati mondiali

Per analizzare la performance del nostro Paese nei mercati internazionali, le tabelle seguenti mostrano la quota che l'Italia detiene nelle importazioni agroalimentari delle diverse aree geografiche mondiali e dei 20 principali importatori analizzati nel capitolo precedente, dove il dato del totale corrisponde, per gli anni 2005, 2012 e 2016, a quello della quota di mercato del settore agroalimentare riportata nella figura 9.

In generale, nella media del periodo l'Italia ha una posizione importante nell'Unione europea, area a cui fornisce circa il 5% delle importazioni agroalimentari totali, e molto forte negli altri paesi europei non appartenenti all'UE, dove la quota di mercato è intorno all'11% (tabella 7). In America settentrionale e in Oceania è allineata a quella media - intorno al 3% - ed è di poco più bassa nell'Europa centrale e orientale, mentre in tutte le altre aree il nostro peso è inferiore all'1,5%, cioè meno della metà di quello medio. Tra il 2005 e il 2016 l'Italia ha perso terreno in tutte le aree geografiche, salvo l'Europa centro-orientale, l'Africa settentrionale, l'Asia orientale e centro-meridionale e l'America centro-meridionale; peraltro, se nell'Europa centro-orientale il peso alla fine del periodo è leggermente inferiore a quello medio (2,9%), la quota rimane ancora molto ridotta nelle altre quattro aree.

La figura 12 consente di analizzare contemporaneamente le dinamiche dell'export nazionale nei due sotto-periodi. Il quadrante in alto a destra contiene i paesi in cui la quota italiana è cresciuta sia nel primo sia nel secondo sotto-periodo; nel quadrante in basso a sinistra ci sono quelli dove, all'opposto, la quota si è ridotta in entrambi i sotto-periodi; gli altri due quadranti fotografano le due situazioni intermedie. Nei fatti, tra il 2005 e il 2012 vi è stato un generale peggioramento della posizione di mercato dell'Italia nelle diverse aree, e infatti le bolle nel grafico si trovano prevalentemente nei due quadranti di sinistra, con l'eccezione dell'Europa centro-orientale dove la quota è passata da 2,3% a 3,1%; anche in Africa settentrionale l'Italia ha conquistato posizioni e un piccolo miglioramento si è avuto in Asia centro-meridionale.

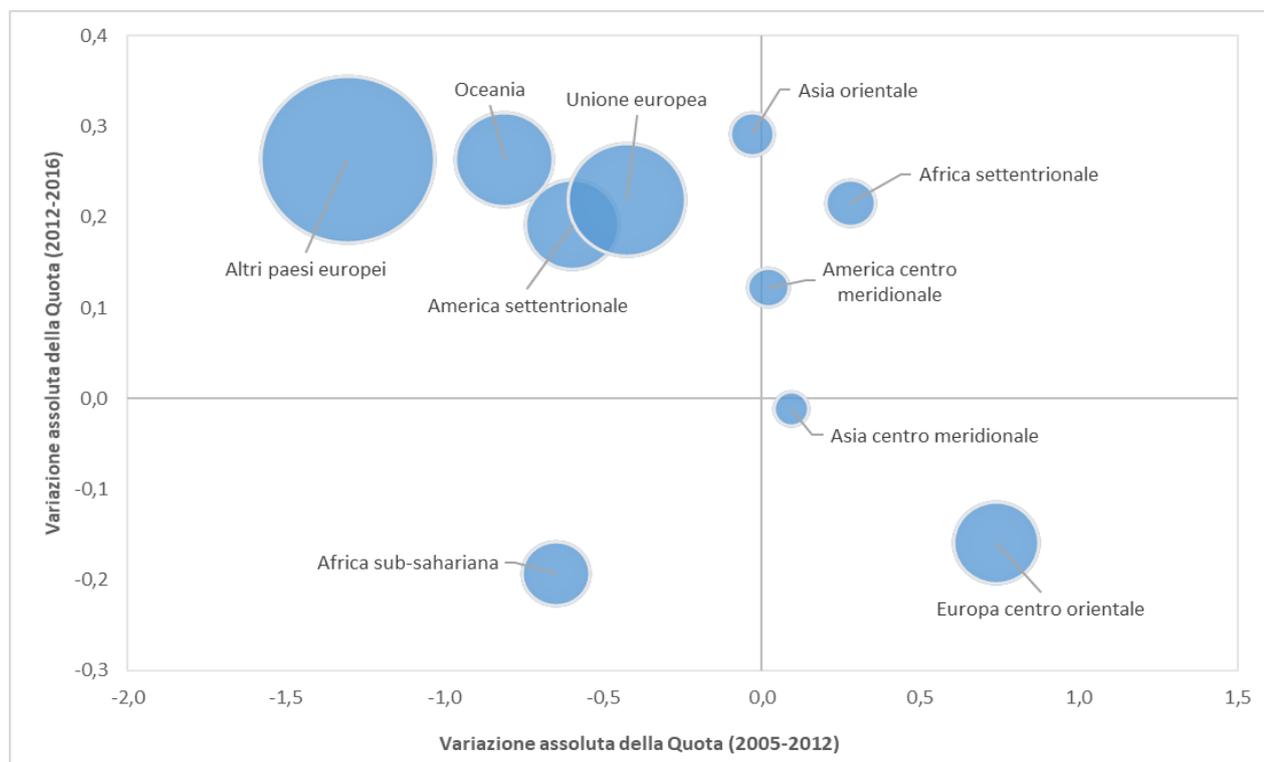
Tra il 2012 e il 2016 vi è stato, invece, un miglioramento che ha riguardato la maggior parte delle aree geografiche, sia quelle dove si trovano i tradizionali clienti dell'Italia, sia le aree più marginali; quasi tutte le bolle infatti si trovano nei due quadranti superiori, eccetto l'Europa centro-orientale e l'Africa sub-sahariana; il leggero calo del peso di mercato nell'Europa centro-orientale è da attribuire, come si è detto più volte, alla limitazione degli scambi con la Russia.

Tabella 9 - Quota dell'Italia sulle importazioni agroalimentari delle principali aree geo-economiche

	2005	2012	2016
Totale dichiaranti (75 paesi)	3,8%	3,2%	3,3%
Unione europea	5,3%	4,8%	5,1%
Altri paesi europei	11,7%	10,4%	10,6%
Oceania	3,9%	3,1%	3,4%
America settentrionale	3,6%	3,0%	3,2%
Europa centro orientale	2,3%	3,1%	2,9%
Africa sub-sahariana	2,3%	1,6%	1,4%
Africa settentrionale	0,8%	1,1%	1,3%
Asia orientale	0,8%	0,7%	1,0%
America centro meridionale	0,6%	0,6%	0,8%
Asia centro meridionale	0,4%	0,5%	0,5%

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 12 - Quota dell'Italia nelle principali aree geo-economiche e variazioni nei due sotto-periodi



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media dell'Italia nell'area geografica nel periodo 2005-2016

Fonte: Elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Passando dalle aree geografiche ai singoli paesi e concentrandoci sui primi venti importatori mondiali, la tabella 8 e la figura 13 confermano che tra il 2005 e il 2012 le quote dell'Italia si sono ridotte nella maggioranza dei paesi, mentre si registra un recupero del peso in Russia e negli asiatici (Hong Kong, Cina, India, Indonesia, Malaysia), paesi questi ultimi dove il nostro peso delle merci agroalimentari italiane è marginale, come dimostra la piccola dimensione delle bolle. Nei quattro anni successivi invece la performance dei prodotti italiani è migliorata nella maggioranza dei grandi importatori con l'eccezione di Francia, Russia e Indonesia. Gli aumenti della quota sono tutti dello stesso ordine di grandezza e inferiori a 0,6 punti, eccetto che in Giappone, dove vi è stata una crescita più significativa. In realtà, fino al 2015 l'aumento della quota anche in Giappone è stata in linea con quella ottenuta negli altri paesi, mentre vi è stato un aumento di 0,7 punti nel 2016; in quell'anno le importazioni dall'Italia sono aumentate del 48%, un risultato da attribuire principalmente alla crescita delle importazioni di tabacco lavorato dall'Italia come conseguenza dell'accordo raggiunto nell'autunno 2016 dall'Italia con la *Japan Tobacco International* per l'acquisto del prodotto nazionale¹³.

Tabella 10 - Quota dell'Italia sulle importazioni agroalimentari dei principali importatori mondiali

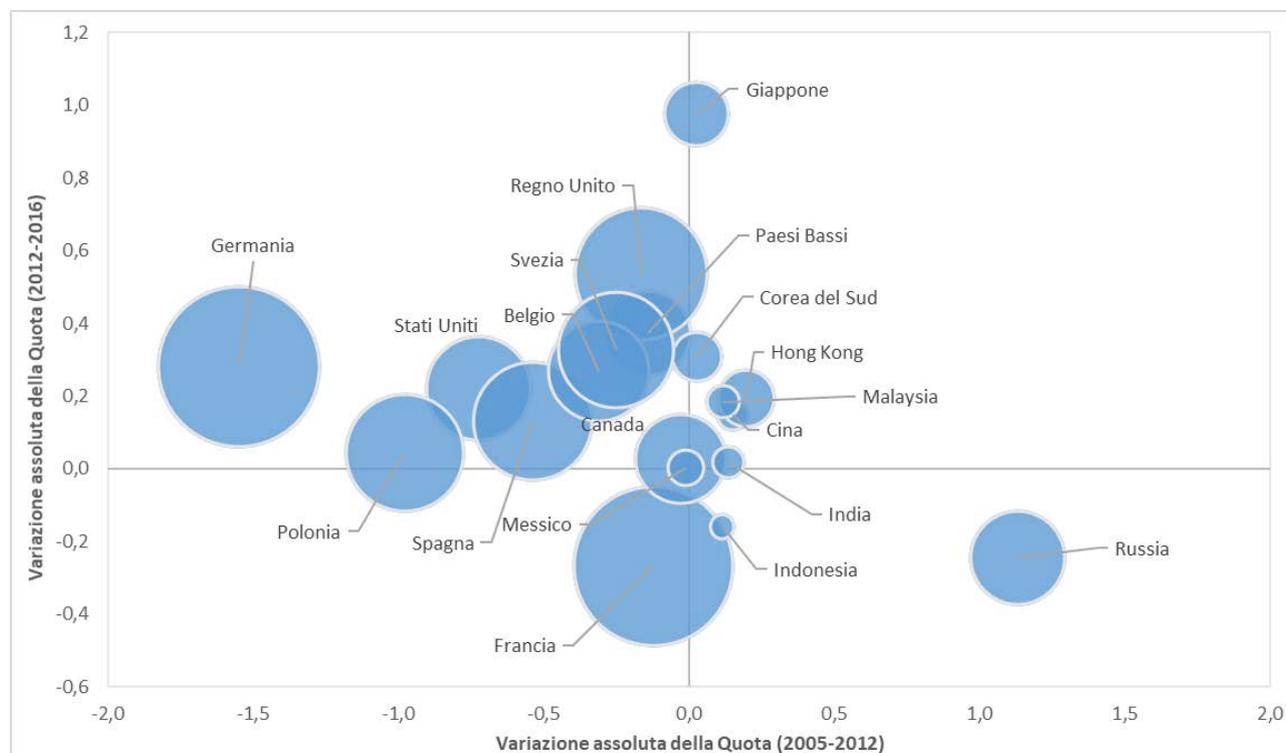
	2005	2012	2016
Totale dichiaranti (75 paesi)	3,8%	3,2%	3,3%
Stati Uniti	3,8%	3,1%	3,3%

¹³ A luglio 2017 l'UE e il Giappone sono giunti a un'intesa sugli elementi fondamentali di un accordo di partenariato economico (JEFTA), che si rivolge in particolare al settore agroalimentare.

Cina	0,2%	0,4%	0,5%
Germania	9,0%	7,4%	7,7%
Giappone	1,2%	1,2%	2,2%
Paesi Bassi	2,3%	2,2%	2,6%
Regno Unito	5,3%	5,1%	5,7%
Francia	7,9%	7,8%	7,5%
Spagna	4,7%	4,2%	4,3%
Belgio	3,4%	3,1%	3,4%
Canada	2,6%	2,5%	2,5%
Hong Kong	0,9%	1,1%	1,3%
Corea del Sud	0,7%	0,8%	1,1%
Russia	2,2%	3,3%	3,1%
Messico	0,5%	0,5%	0,5%
India	0,2%	0,4%	0,4%
Polonia	4,9%	4,0%	4,0%
Svezia	4,3%	4,0%	4,4%
Indonesia	0,3%	0,4%	0,2%
Malaysia	0,3%	0,4%	0,6%

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 13 - Quota dell'Italia nei principali paesi importatori mondiali e variazioni nei due sotto-periodi



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media dell'Italia nel paese nel periodo 2005-2016

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

4.3 Comparti e prodotti del commercio agroalimentare dell'Italia

4.3.1 I dati dell'interscambio

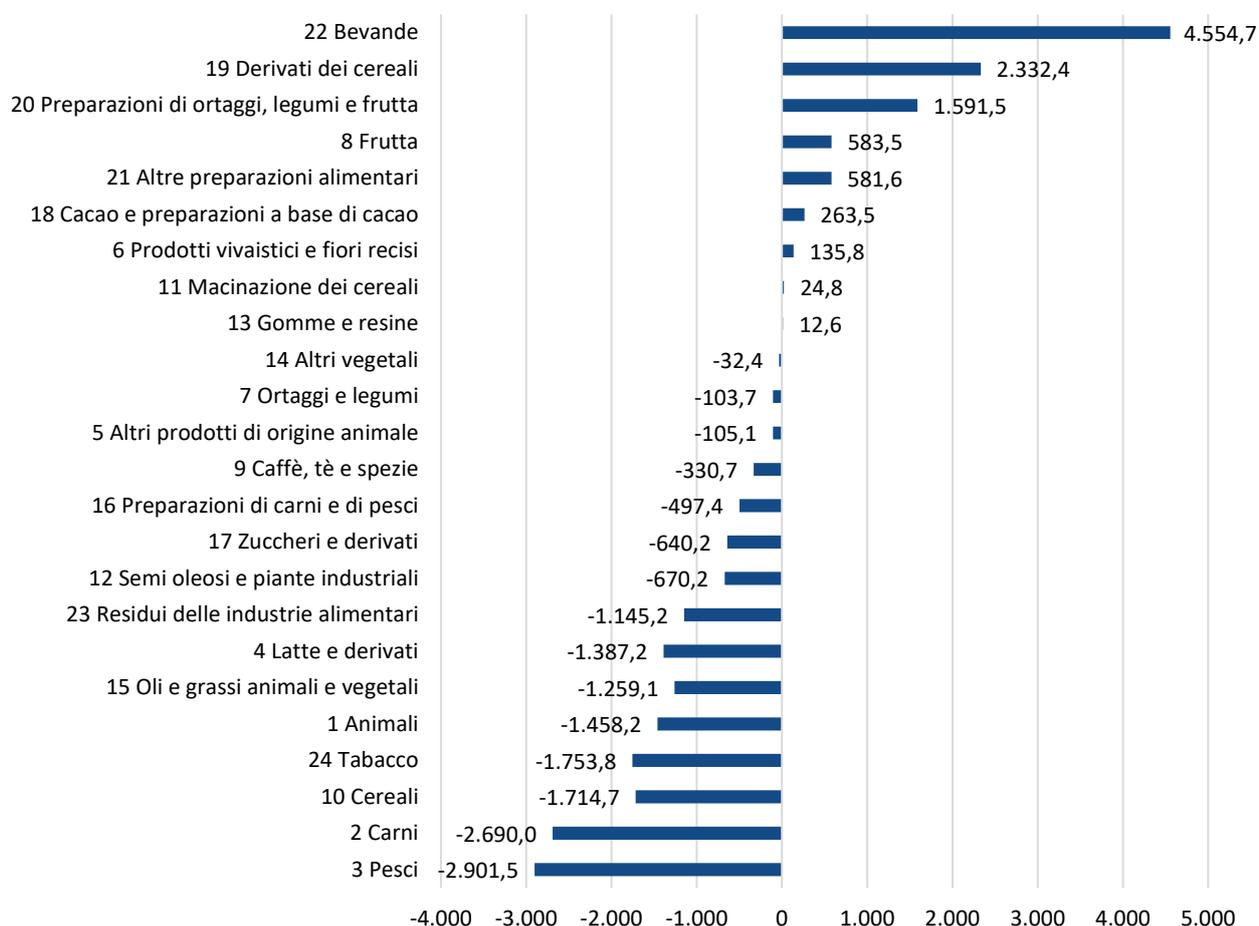
Quando si parla di commercio agroalimentare, è consuetudine distinguere tra prodotti dell'attività agricola (e di allevamento) e prodotti alimentari provenienti dall'industria di trasformazione¹⁴. Da questa distinzione emerge che al buon andamento complessivo del nostro commercio agroalimentare nell'ultimo decennio hanno contribuito sia la dinamica delle vendite di prodotti agricoli, cresciute a un tasso del 4,7% medio annuo, sia – e in misura ancor più consistente – l'export di prodotti alimentari trasformati (+6,1%). Viceversa, per le importazioni, quelle di prodotti agricoli hanno mostrato tassi di crescita leggermente più sostenuti, del 3,6% medio annuo, rispetto a quelle di prodotti trasformati (+3,2%). Il comparto agricolo risulta strutturalmente deficitario nel periodo, con un disavanzo che peggiora di 1,8 miliardi di euro tra il 2005 e il 2016; l'industria alimentare, invece, ha registrato un forte miglioramento, passando da un deficit di 4 miliardi di euro nel 2005 a un surplus pari a più di 2,4 miliardi nel 2016.

Questa divaricazione tra le categorie si spiega con quanto avvenuto nel periodo: gli anni di crisi hanno determinato un mutamento dei comportamenti di consumo da parte degli italiani che hanno tentato di adeguare il proprio carrello della spesa a un contesto di difficoltà, anche attraverso una riduzione dei volumi acquistati di prodotti nazionali ed esteri. Se la domanda interna di prodotti finali, anche alimentari, ha subito un arretramento, le buone performance dell'export di prodotti trasformati hanno sostenuto la domanda di materie prime agricole evidenziando, anzi, in qualche caso, la necessità di accrescere l'approvvigionamento all'estero per soddisfare il fabbisogno industriale.

L'analisi disaggregata del saldo commerciale (basata sui capitoli a 2 cifre della classificazione HS) mostra le forti differenze esistenti tra i diversi comparti: da un lato, saldi positivi molto consistenti in comparti quali bevande (vini e altre bevande alcoliche e non), derivati dei cereali (pasta, prodotti della panetteria e pasticceria), preparazioni di ortaggi e legumi, frutta; dall'altro, i saldi negativi di comparti agricoli o dell'allevamento, quali animali vivi, cereali, semi e frutti oleosi, le cui importazioni alimentano una forte attività di trasformazione industriale, che in molti casi genera flussi consistenti di esportazione.

¹⁴ Questa distinzione può essere effettuata utilizzando i dati Istat secondo la classificazione Ateco, mentre non può essere analizzata con i dati aggregati a 2 cifre della classificazione HS. L'utilizzo della classificazione HS a due cifre limita la possibilità di fare valutazioni approfondite sul commercio in materie prime, semilavorati e prodotti finali. Alcuni capitoli, infatti, comprendono sia prodotti primari, sia derivati della prima e seconda trasformazione, come nel caso del comparto "Latte e derivati del latte", per il quale si registra un disavanzo complessivo malgrado il saldo sia largamente positivo per la voce formaggi e latticini. In altri casi, invece, alcune voci riconducibili a uno stesso settore industriale (come si vedrà più avanti nel caso delle preparazioni a base di carni suine) sono presenti in diversi capitoli della classificazione. Ciò richiederà un'analisi di maggior dettaglio per evidenziare i comparti o prodotti d'interesse per gli obiettivi del presente lavoro.

Figura 14 - Saldo dell'agroalimentare italiano per comparti produttivi¹ (miliardi di euro, valori medi 2005-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

La disaggregazione per comparti mostra come le esportazioni agroalimentari italiane siano concentrate, oltre che per paesi, anche in termini di struttura merceologica. Dei 24 comparti dell'agroalimentare, otto di essi hanno un peso maggiore del 5% sulle esportazioni totali nel 2016 e congiuntamente esprimono circa i due terzi del valore complessivo delle esportazioni nazionali (figura 15). In concreto, dei 38,4 miliardi di euro esportati dalle imprese agroalimentari italiane nel 2016, circa 28 miliardi di euro derivano dai prodotti riconducibili ai seguenti capitoli: carni, latte e derivati, frutta, oli e grassi, derivati dei cereali, preparazioni di ortaggi, frutta e legumi, altre preparazioni alimentari¹⁵ e bevande. Tra questi, i tassi di crescita più elevati nel periodo 2005-16, intorno al 7% medio annuo, si sono registrati per le altre preparazioni alimentari e per latte e derivati.

Tra le voci meno importanti, che non superano la soglia del 5% di quota sulle esportazioni, ve ne sono alcune che nel periodo in osservazione sono state estremamente dinamiche. È il caso dei prodotti compresi nell'aggregato "cacao e preparazioni a base di cacao" che esprime il 4% del valore dell'export nazionale, con

¹⁵ Si tratta di un aggregato che comprende per lo più semilavorati dell'industria alimentare, come estratti, essenze e concentrati di caffè, tè e cicorie; salsa di soia e ketchup, lieviti; preparazioni per zuppe, minestre, brodi; gelati; sciroppi di zucchero, glucosio, isoglucosio, ecc.

un tasso di variazione media annua del 10,3% tra il 2005 e il 2016. Analogamente, l'aggregato "caffè, tè e spezie", con una quota dell'export complessivo pari al 3,8% nel 2016, ha registrato una crescita media annua del 10,5%. In entrambi i casi si tratta di comparti che includono sia materie prime (che l'Italia importa) sia derivati (nella cui esportazione l'Italia è invece specializzata), quali cioccolato e prodotti a base di cioccolato e caffè torrefatto. Un altro capitolo che ha un'incidenza bassa sul totale agroalimentare (2,6%), ma che ha mostrato una buona crescita (6,9%) è quello delle preparazioni di carni e di pesci. Ancora, va considerato il comparto dei cereali, che vale meno del 2% delle esportazioni agroalimentari italiane, ma che nel periodo 2005-16 ha registrato una crescita media annua del 4,6%. In tale raggruppamento i prodotti più rappresentativi sono frumento tenero, frumento duro e mais per il quale l'Italia è fortemente dipendente dalle importazioni, ma c'è anche il riso, semilavorato o lavorato, anche lucidato o brillato che è l'unico cereale che l'Italia esporta e che spiega la crescita delle esportazioni del comparto.

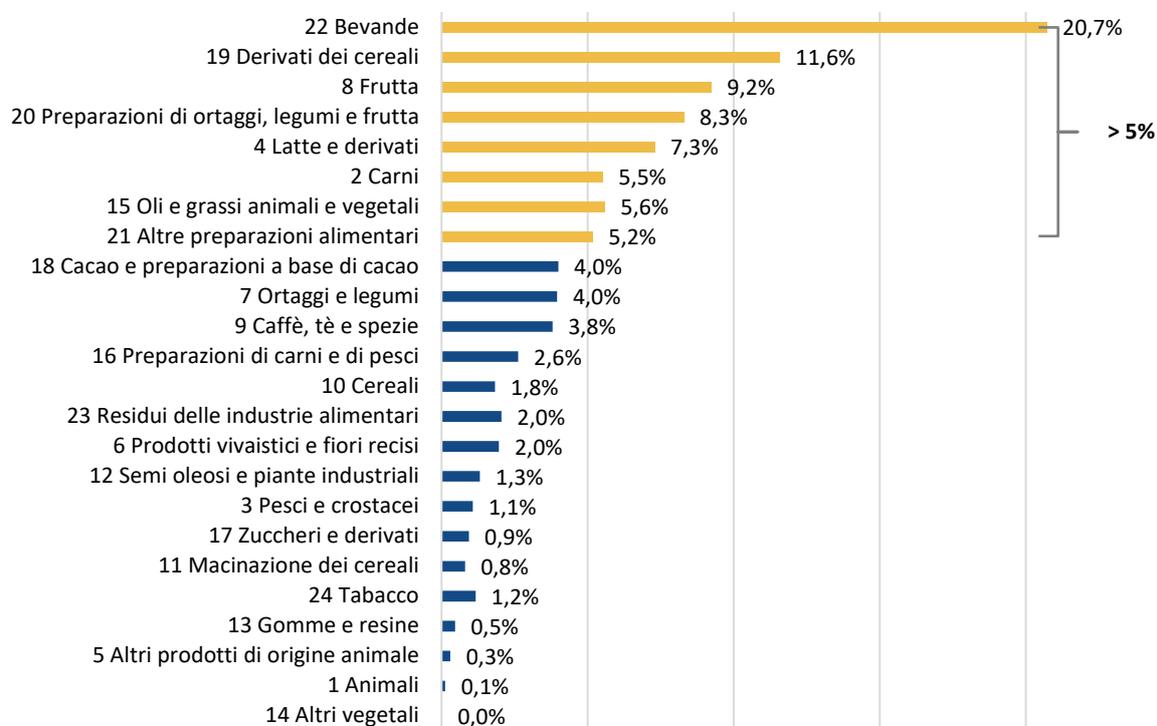
Tabella 11 - Esportazioni agroalimentari italiane per capitolo merceologico¹ (milioni di euro e quote %)

	milioni di euro						quote		
	2005		2012		2016		2005	2012	2016
Agroalimentare	21.000	P*	31.841	P*	38.446	P*	100%	100%	100%
1 Animali	47	23	51	23	49	23	0,2%	0,2%	0,1%
2 Carni	1.204	7	1.869	6	2.119	7	5,7%	5,9%	5,5%
3 Pesce	361	15	330	18	409	18	1,7%	1,0%	1,1%
4 Latte e derivati	1.346	6	2.302	5	2.803	5	6,4%	7,2%	7,3%
5 Altri prodotti di origine animale	62	22	112	22	115	22	0,3%	0,4%	0,3%
6 Prodotti vivaistici e fiori recisi	560	10	689	13	754	14	2,7%	2,2%	2,0%
7 Ortaggi e legumi	872	9	1.231	10	1.518	10	4,2%	3,9%	3,9%
8 Frutta	2.277	3	2.988	3	3.546	3	10,8%	9,4%	9,2%
9 Caffè, tè e spezie	485	12	1.074	11	1.457	11	2,3%	3,4%	3,8%
10 Cereali	428	14	634	14	702	15	2,0%	2,0%	1,8%
11 Macinazione dei cereali	196	19	241	20	308	20	0,9%	0,8%	0,8%
12 Semi oleosi e piante industriali	194	20	439	16	504	17	0,9%	1,4%	1,3%
13 Gomme e resine	126	21	194	21	233	21	0,6%	0,6%	0,6%
14 Altri vegetali	1	24	5	24	5	24	0,0%	0,0%	0,0%
15 Oli e grassi animali e vegetali	1.470	5	1.764	7	2.147	6	7,0%	5,5%	5,6%
16 Preparazioni di carni e di pesce	483	13	778	12	1.006	12	2,3%	2,4%	2,6%
17 Zuccheri e derivati	247	17	323	19	360	19	1,2%	1,0%	0,9%
18 Cacao e preparazioni a base di cacao	521	11	1.301	9	1.535	9	2,5%	4,1%	4,0%
19 Derivati dei cereali	2.499	2	3.740	2	4.444	2	11,9%	11,7%	11,6%
20 Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta	1.830	4	2.848	4	3.185	4	8,7%	8,9%	8,3%
21 Altre preparazioni alimentari	945	8	1.463	8	1.987	8	4,5%	4,6%	5,2%
22 Bevande	4.357	1	6.541	1	7.949	1	20,7%	20,5%	20,7%
23 Residui delle industrie alimentari	283	16	572	15	786	13	1,3%	1,8%	2,0%
24 Tabacco	205	18	352	17	527	16	1,0%	1,1%	1,4%

¹ Le etichette rappresentano il codice HS2 con una descrizione sintetica elaborata da Ismea; cfr. la tabella 5 per la descrizione estesa. * posizione in graduatoria

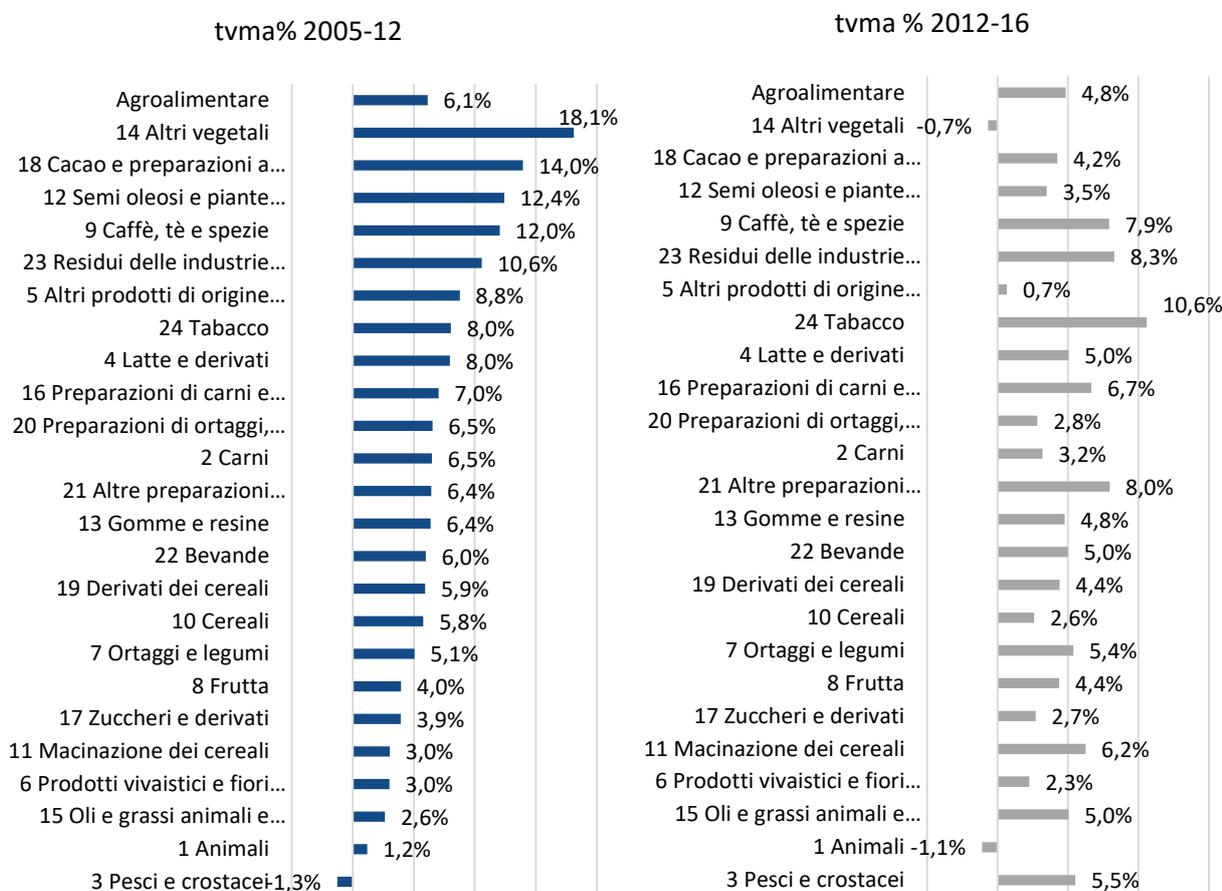
Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 15 - Peso in valore dei comparti produttivi sulle esportazioni agroalimentari totali dell'Italia nel 2016



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Figura 16 - Tassi di crescita delle esportazioni italiane per comparto produttivo (tvma 2005-12 e 2012-16)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Venendo a un'analisi più disaggregata, sono stati presi in considerazione i sotto-capitoli (codici a 4 cifre HS) all'interno degli otto capitoli HS2 prima descritti, al fine di illustrare quali siano le singole categorie di prodotto più rilevanti per l'export nazionale¹⁶. In questo modo, emergono 11 voci (riportate nella tabella 11, nella colonna "denominazione comparto"), che corrispondono ai principali gruppi di prodotti esportati del cosiddetto *made in Italy* agroalimentare: vini di uve fresche, paste alimentari, prodotti della pasticceria e panetteria, uva fresca e secca, mele e pere, kiwi e frutti di bosco, pomodori preparati e conservati, formaggi e latticini, olio d'oliva di pressione¹⁷ e riso. A questi è stato aggiunto un aggregato costruito *ad hoc*, denominato carni suine salate o in salamoia, che considera tre voci merceologiche della classificazione a 4 cifre, che fanno capo a due diversi capitoli (02 Carni e 16 Preparazioni a base di carni).

Tabella 12 - Esportazioni agroalimentari italiane dei principali prodotti (codici HS6¹)

	milioni di euro			quote		
	2005	2012	2016	2005	2012	2016
Agroalimentare	21.000	31.841	38.446	100%	100%	100%

¹⁶ Per ciascuno degli otto capitoli sono stati considerati i sotto-capitoli a 4 cifre e di questi sono stati individuati quelli più importanti in base alla loro quota percentuale sul valore delle esportazioni del capitolo.

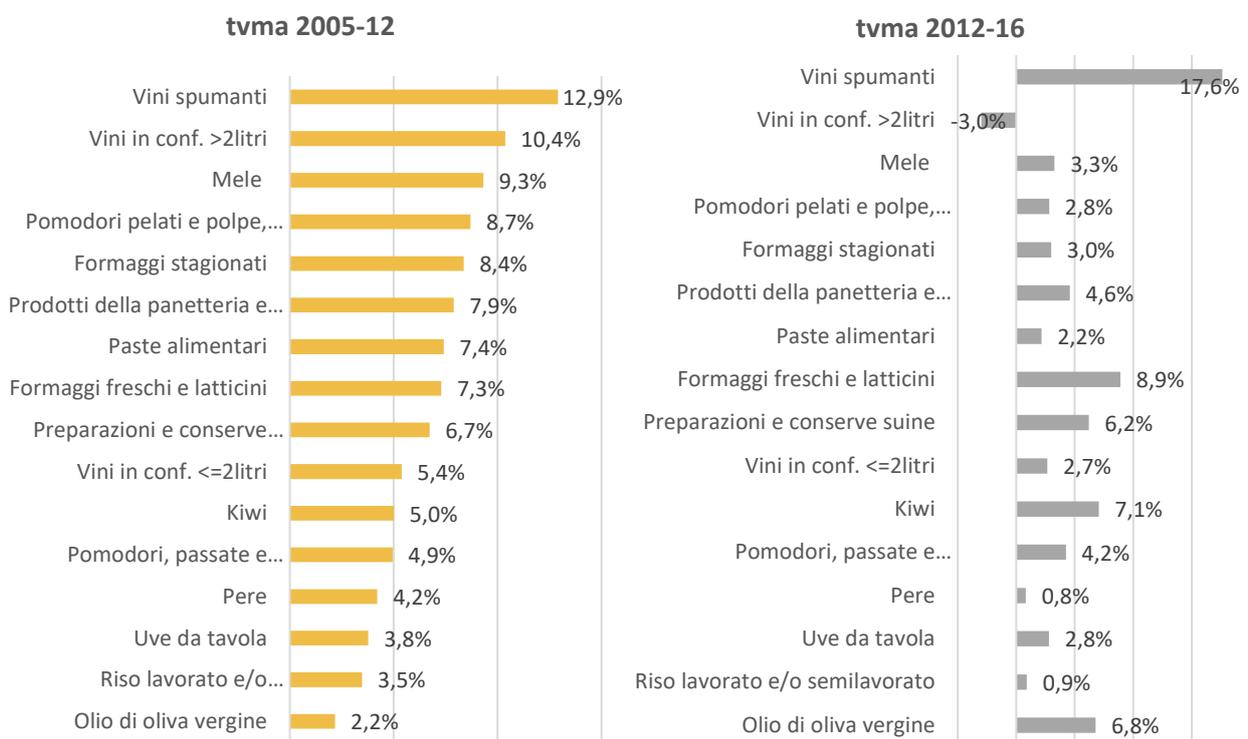
¹⁷ La voce merceologica considerata è quella relativa all'olio ottenuto dalla pressione delle olive, senza ulteriori trattamenti e cioè olio vergine, extravergine e lampante.

Vini spumanti	267	625	1.196	1,3%	2,0%	3,1%
Vini in confezioni <=2litri	2.495	3.601	4.001	11,9%	11,3%	10,4%
Vini in confezioni >2litri	218	434	385	1,0%	1,4%	1,0%
Paste alimentari	896	1.478	1.610	4,3%	4,6%	4,2%
Prodotti della panetteria e pasticceria	567	965	1.155	2,7%	3,0%	3,0%
Uve da tavola	464	601	671	2,2%	1,9%	1,7%
Mele	391	729	829	1,9%	2,3%	2,2%
Pere	125	167	172	0,6%	0,5%	0,4%
Kiwi	232	327	430	1,1%	1,0%	1,1%
Pomodori pelati e polpe, preparati o conservati	434	778	869	2,1%	2,4%	2,3%
Pomodori, passate e concentrati	409	574	678	1,9%	1,8%	1,8%
Formaggi stagionati	655	1.151	1.294	3,1%	3,6%	3,4%
Formaggi freschi e latticini	298	488	687	1,4%	1,5%	1,8%
Preparazioni e conserve suine	689	1.086	1.382	3,3%	3,4%	3,6%
Olio di oliva vergine	844	981	1.275	4,0%	3,1%	3,3%
Riso lavorato e/o semilavorato	320	406	421	1,5%	1,3%	1,1%

1 Per la descrizione estesa si rimanda alla tabella A.4.1 alla fine di questo capitolo.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Figura 17 - Tassi di crescita delle esportazioni italiane dei principali prodotti¹ (in valore, tvma 2005-12 e 2012-16)



1 Codici HS6; si rimanda alla tabella 15 per la descrizione estesa.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Poiché a questo grado di dettaglio della classificazione HS si trovano prodotti singoli (riso e olio d'oliva) ma anche aggregati più ampi, quali "prodotti della panetteria e pasticceria" e "formaggi e latticini", sono state

prese in considerazione le categorie merceologiche ancora più disaggregate (codice HS6) pervenendo a individuare le seguenti 16 voci, i cui dati sono riportati nella tabella 11¹⁸:

1. vini spumanti;
2. vini in bottiglia (in confezioni minori a due litri);
3. vini sfusi (in confezioni maggiori a due litri);
4. paste alimentari;
5. prodotti della panetteria e pasticceria;
6. uva da tavola;
7. mele;
8. pere;
9. kiwi;
10. pomodori pelati e polpe;
11. passate e concentrati di pomodoro;
12. formaggi stagionati;
13. formaggi freschi e latticini;
14. preparazioni e conserve suine (prosciutti crudi e cotti, salsicce, salami ed altri salumi)¹⁹;
15. olio di oliva di pressione (vergine, extravergine e lampante);
16. riso semilavorato/lavorato.

Tra il 2005 e il 2016 le esportazioni italiane di questi prodotti hanno mostrato una dinamica molto diversificata: il tasso di crescita medio annuo più elevato si è registrato nel caso dei vini spumanti (+15%) e il più basso per il riso lavorato e semilavorato (+2,5%); tra i due estremi è da segnalare la performance molto significativa di preparazioni e conserve suine, formaggi freschi e stagionati, pomodori pelati e polpe di pomodoro, mele e prodotti della panetteria e pasticceria che hanno registrato tassi medi annui compresi tra il +6% e il +8%. Riguardo all'andamento temporale, il periodo 2005-12 una crescita delle esportazioni molto significativa per tutti i prodotti, mentre nel 2012-16 si assiste a un rallentamento piuttosto generalizzato, con l'eccezione di olio di oliva, formaggi freschi e latticini, kiwi, e vini spumanti che crescono più del periodo precedente e una flessione del 3% annuo per i vini sfusi cioè quelli commercializzati in confezioni maggiori di 2 litri.

¹⁸ Una volta selezionati come spiegato nella nota 14 i sotto-capitoli più significativi, sono stati successivamente individuati i prodotti a 6 cifre più significativi di ciascun sotto-capitolo, cioè quelli con la maggiore quota percentuale sulle esportazioni del sotto-capitolo.

¹⁹ L'aggregato costruito ad hoc comprende sette codici a sei cifre della classificazione HS2: **021011** (Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi -non disossati- salati o in salamoia, secchi o affumicati), **021012** (Pancette "ventresche" e loro pezzi, di suidi, salati o in salamoia, secchi o affumicati), **021019** (Carni di suidi, salate o in salamoia, secche o affumicate - esclusi prosciutti, spalle, pancette "ventresche", e loro pezzi), **160100** (Salsicce, salami e prodotti simili, di carne, di frattaglie o di sangue; preparazioni alimentari a base di tali prodotti), **160241** (Preparazioni e conserve di prosciutti e loro pezzi, di suidi), **160242** (Preparazioni e conserve di spalle e loro pezzi, di suidi), **160249** (Preparazioni e conserve di carni o frattaglie, inclusi i miscugli, di suidi (esclusi solo prosciutti e loro pezzi o solo spalle e loro pezzi, salsicce, salami e prodotti simili, preparazioni omogeneizzate della sottovoce 160210, preparazioni di fegato, nonché estratti e sughi di carne).

Tabella 13 - Selezione dei prodotti più rappresentativi dell'export agroalimentare italiano

Denominazione Capitolo SH	SH2	mln euro 2016	Peso 2016 SH2 vs Tot. Agroalimentare	Denominazione comparto	SH4	mln euro 2016	Peso 2016 SH4 vs SH2	Prodotto (SH6)	SH6	mln euro 2005	mln euro 2016	Peso 2016 SH6 vs SH4	tvma % 2005-16
Bevande, liquidi alcolici ed aceti	22	7.956	21%	Vini di uve fresche	2204	5.627	71%	- Vini spumanti	220410	267	1.197	21%	14,6
								- Vini in conf. <=2litri	220421	2.495	4.004	71%	4,4
								- Vini in conf. >2litri	220429	218	385	7%	5,3
Preparazioni a base di cereali, di farine, di amidi, di fecole o di latte; prodotti della pasticceria	19	4.447	12%	Paste alimentari	1902	2.346	53%	- Paste alimentari non cotte né farcite senza uova	190219	896	1.610	69%	5,5
				Prodotti della panetteria e pasticceria	1905	1.789	40%	- Prodotti della panetteria e pasticceria	190590	567	1.157	65%	6,7
Frutta e frutta a guscio commestibili; scorze di agrumi o di meloni	08	3.558	9%	Uve fresche e secche	0806	679	19%	- Uve da tavola	080610	464	674	99%	3,5
				Mele, pere e cotogne	0808	1.002	28%	- Mele da tavola	080810	391	829	83%	7,1
				Kiwi, frutti di bosco, cachi freschi	0810	508	14%	- Pere da tavola	080830	125	174	17%	3,1
Preparazioni di ortaggi o di legumi, di frutta, di frutta a guscio o di altre parti di piante	20	3.189	8%	Pomodori, preparati o conservati	2002	1.550	49%	- Pomodori pelati e polpe, preparati o conservati	200210	434	872	56%	6,6
								- Pomodori, passate e concentrati	200290	409	678	44%	4,7
Latte e derivati del latte; uova di volatili; miele naturale; prodotti commestibili di origine animale,	04	2.808	7%	Formaggi e latticini	0406	2.422	86%	- Formaggi stagionati	040690	655	1.293	53%	6,4
								- Formaggi freschi e latticini	040610	298	691	29%	7,9
Carni suine, frattaglie commestibili e preparazioni	02, 16	3.128	8%	Carni suine salate o in salamoia	0210, 1601, 1602	1.574	50%	- Preparazioni e conserve suine	021011, 021012, 021019, 160100, 160241, 160242, 160249	689	1.385	88%	6,6
Grassi e oli animali o vegetali	15	2.149	6%	Olio di oliva	1509	1.534	71%	- Olio di oliva vergine ed extravergine	150910	844	1.275	83%	3,8
Cereali	10	704	1,8%	Riso	1006	511	73%	- Riso, semilavorato o	100630	320	421	82%	2,5

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

4.3.2 La quota di mercato dell'Italia per i singoli comparti

La performance internazionale dell'Italia a livello settoriale può essere descritta attraverso le quote di mercato che le nostre esportazioni detengono nei singoli comparti e prodotti, messe a confronto con la quota totale dell'Italia sulle importazioni agroalimentari mondiali. Tale raffronto evidenzia i comparti e i prodotti di maggior forza o di vantaggio comparato nel modello di specializzazione e il grado di successo o insuccesso che hanno avuto nel decennio e nei due sotto-periodi (tabelle 12 e 13 e figure 18 e 19).

Nel 2016 il ruolo dell'Italia è molto rilevante nella domanda mondiale di bevande, con un peso del 9,4%; gli altri settori di forza sono i derivati dei cereali (8,2%) e le preparazioni di ortaggi, legumi e frutta (6%). La quota di mercato è superiore alla media (pari al 3,3% nel 2016) anche per latte e derivati, prodotti vivaistici e fiori recisi, gomme e resine, cacao e sue preparazioni e altre preparazioni alimentari, mentre è in linea con quella media nel caso di frutta, caffè, preparazioni di carni e di pesci e oli e grassi animali e vegetali (di cui l'olio di oliva rappresenta oltre il 70%, comprendendo anche il raffinato e l'olio di sansa di oliva oltre all'olio di pressione che da solo pesa per il 59%). I restanti comparti – per lo più riferiti a materie prime, come semi oleosi, cereali, altri vegetali (soprattutto il materiale da intreccio), animali e pesce – sono quelli in cui l'Italia è relativamente debole nei mercati mondiali (tabella 12).

Nel dettaglio dei 16 prodotti più rappresentativi per le esportazioni nazionali, descritti nel paragrafo precedente, non sorprende che le quote siano in tutti i casi elevate – talvolta molto elevate – e ben superiori rispetto a quella media del settore agroalimentare (tabella 13). In particolare, si individuano quattro gruppi di prodotti: quelli di vantaggio molto elevato, tra cui spiccano le paste alimentari e i pelati e le polpe, per i quali l'Italia soddisfa rispettivamente il 52%²⁰ e il 68,3% della domanda mondiale nel 2016; i prodotti con quote di mercato alte, come vini spumanti, vini in bottiglia, kiwi, passate e concentrati di pomodoro e olio d'oliva di pressione, per i quali l'Italia ha una quota che si aggira intorno al 20-25%, o medio-alte, come vini sfusi (in confezioni superiori ai 2 litri), uva da tavola, pere, formaggi stagionati, formaggi freschi e latticini, preparazioni e conserve suine, con quote comprese tra il 10% e il 15%; infine, i prodotti con quote relativamente più basse, ma sempre ben superiori alla media del settore, e cioè i prodotti della panetteria e pasticceria e il riso, in cui la quota delle importazioni mondiali soddisfatta dall'Italia è rispettivamente del 7,5% e del 7,7%.

Nel decennio, per le bevande la quota italiana è rimasta salda al 9,4%, mentre è aumentata per latte e derivati, preparazioni di carni e di pesce, cacao e preparazioni a base di cacao e altri comparti minori, come l'aggregato altri vegetali e quello dei residui delle industrie alimentari e del tabacco. Per gli altri comparti di forza e cioè frutta, ortaggi e legumi e relative preparazioni, prodotti vivaistici e fiori recisi e oli e grassi, infine, la quota è diminuita. Nel complesso, tuttavia, queste performance settoriali non hanno modificato in maniera rilevante la struttura dei vantaggi comparati settoriali, che si è modificata poco tra il 2005 e il 2016: la gran parte dei comparti di specializzazione nelle esportazioni, con una quota di mercato superiore alla media all'inizio del periodo, lo sono ancora nel 2016, con l'unica eccezione del comparto degli oli e grassi; lo stesso avviene per i comparti deboli del modello, che hanno mantenuto quote inferiori alla media, con la sola eccezione del comparto caffè, tè e spezie che è entrato a far parte dei comparti di forza.

²⁰ Potrebbe stupire che la quota italiana nel mercato mondiale della pasta sia solo del 52%; ma va considerato che l'aggregato corrispondente al codice a 6 cifre HS 190219 (paste alimentari altre: non cotte né farcite e senza uova) comprende anche gli spaghetti asiatici (*noodle*) di riso e soia (De Filippis, 2012, pp.169-175).

Tabella 14 - Quote delle esportazioni italiane sulle importazioni agroalimentari mondiali per capitolo merceologico

	2005	2012	2016
Agroalimentare	3,8%	3,2%	3,3%
1 Animali	0,8%	0,4%	0,4%
2 Carni	2,3%	2,1%	2,1%
3 Pesci	0,8%	0,5%	0,5%
4 Latte e derivati	4,3%	4,3%	4,7%
5 Altri prodotti di origine animale	1,3%	1,7%	1,4%
6 Prodotti vivaistici e fiori recisi	4,4%	3,8%	3,9%
7 Ortaggi e legumi	3,3%	2,8%	2,6%
8 Frutta	5,3%	4,0%	3,5%
9 Caffè, tè e spezie	3,0%	2,9%	3,4%
10 Cereali	1,4%	0,8%	0,9%
11 Macinazione dei cereali	2,2%	2,0%	2,2%
12 Semi oleosi e piante industriali	0,7%	0,5%	0,5%
13 Gomme e resine	4,9%	2,5%	4,1%
14 Altri vegetali	0,7%	0,4%	0,5%
15 Oli e grassi animali e vegetali	5,7%	2,4%	3,1%
16 Preparazioni di carni e di pesci	2,5%	2,6%	3,0%
17 Zuccheri e derivati	1,3%	0,9%	1,1%
18 Cacao e preparazioni a base di cacao	3,4%	3,9%	3,9%
19 Derivati dei cereali	10,1%	9,0%	8,1%
20 Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta	6,9%	6,2%	5,9%
21 Altre preparazioni alimentari	3,8%	3,7%	3,8%
22 Bevande e aceti	9,3%	9,3%	9,3%
23 Residui delle industrie alimentari	1,1%	1,1%	1,3%
24 Tabacco	1,1%	1,0%	2,3%

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 15 - Quota dell'Italia sulle importazioni mondiali dei 16 prodotti più rappresentativi per l'export agroalimentare italiano

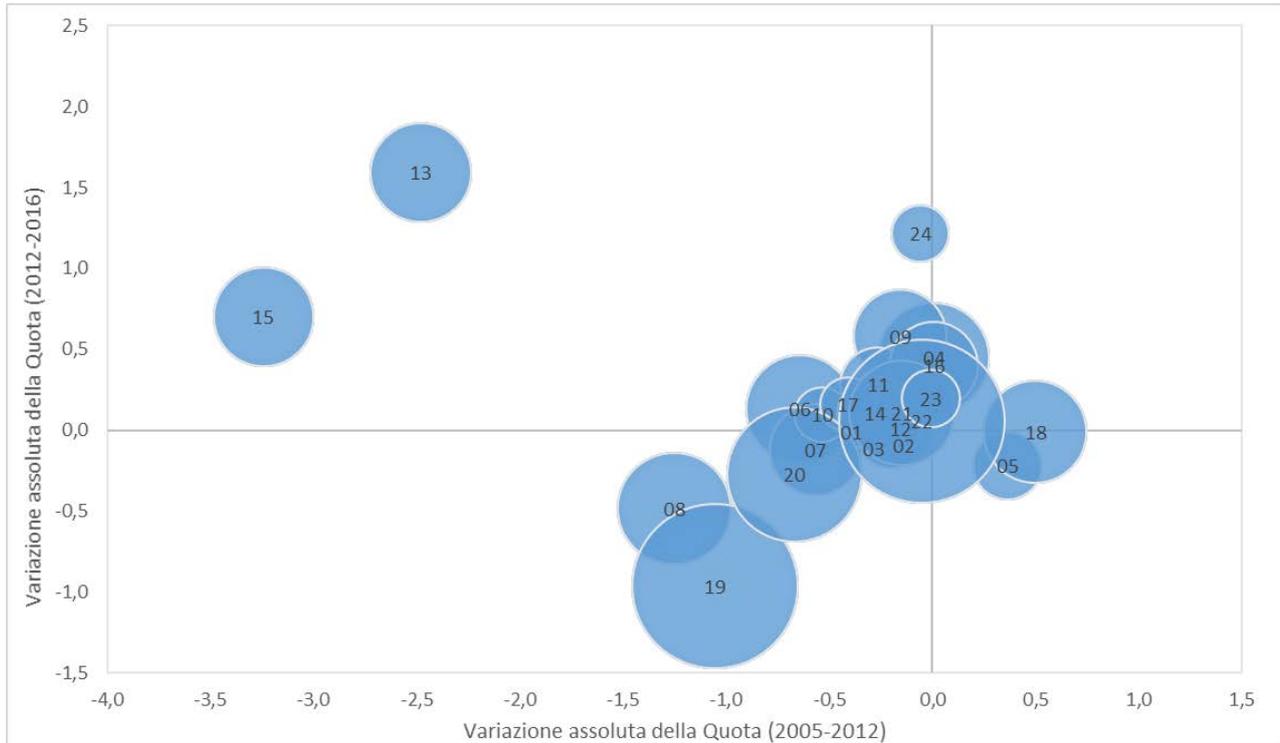
	2005	2012	2016
Agroalimentare	3,8%	3,2%	3,3%
Vini spumanti	10,1%	18,2%	25,4%
Vini in conf. <=2litri	20,6%	22,0%	22,8%
Vini in conf. >2litri	13,7%	13,7%	12,9%
Paste alimentari	58,1%	54,6%	52,0%
Prodotti della panetteria e pasticceria	8,6%	7,7%	7,5%
Uve da tavola	13,9%	12,1%	9,9%
Mele	12,6%	14,5%	15,5%
Pere	10,6%	8,6%	9,7%
Kiwi	21,5%	20,2%	19,3%
Pomodori pelati e polpe, preparati o conservati	74,1%	71,8%	68,3%
Pomodori, passate e concentrati	29,0%	25,6%	24,7%
Formaggi stagionati	8,3%	9,3%	9,9%
Formaggi freschi e latticini	12,3%	11,5%	13,2%
Preparazioni e conserve suine	13,2%	12,9%	15,0%
Olio d'oliva vergine, extravergine e lampante	27,8%	28,3%	22,9%
Riso lavorato e/o semilavorato	16,2%	8,1%	7,7%

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Considerando il grado di successo o insuccesso registrato dalle esportazioni dei diversi comparti distintamente nei due sotto-periodi, nella figura 18 si osserva che tra il 2005 e il 2012 sono state prevalenti le riduzioni delle quote di mercato; infatti, le bolle si trovano maggiormente spostate sul lato sinistro del grafico, con perdite elevate in particolare per gli oli e grassi (15) e gomme e resine (13), e minori per frutta (8), derivati dei cereali (19), preparazioni ortofrutticole (20). Questi ultimi comparti hanno perso quota anche nel secondo periodo, mentre oli e grassi e gomme e resine hanno parzialmente recuperato il calo del periodo precedente. Tra i comparti che hanno registrato una performance positiva tra il 2012 e il 2016 si evidenziano tabacco (24), caffè (9), preparazioni di carni (16) e latte e derivati (4).

Nella figura 19 si vede anche che, se la gran parte dei prodotti di punta ha avuto una performance negativa tra il 2005 e il 2012, alcuni hanno avuto successo sui mercati esteri anche in questo periodo, registrando comunque un aumento della quota di mercato: vini spumanti, vini in bottiglia, mele, formaggi stagionati e in misura minore l'olio di pressione. L'olio d'oliva, tuttavia, ha perso notevolmente quota nel periodo più recente, andandosi ad affiancare a pasta, pomodori pelati, uva da tavola, che hanno perso posizioni in entrambi i periodi. Spumanti, vini in bottiglia, mele e formaggi hanno invece confermato una performance positiva anche tra il 2012 e il 2016 e a essi si sono aggiunti preparazioni e conserve suine, formaggi freschi e latticini, kiwi e pere.

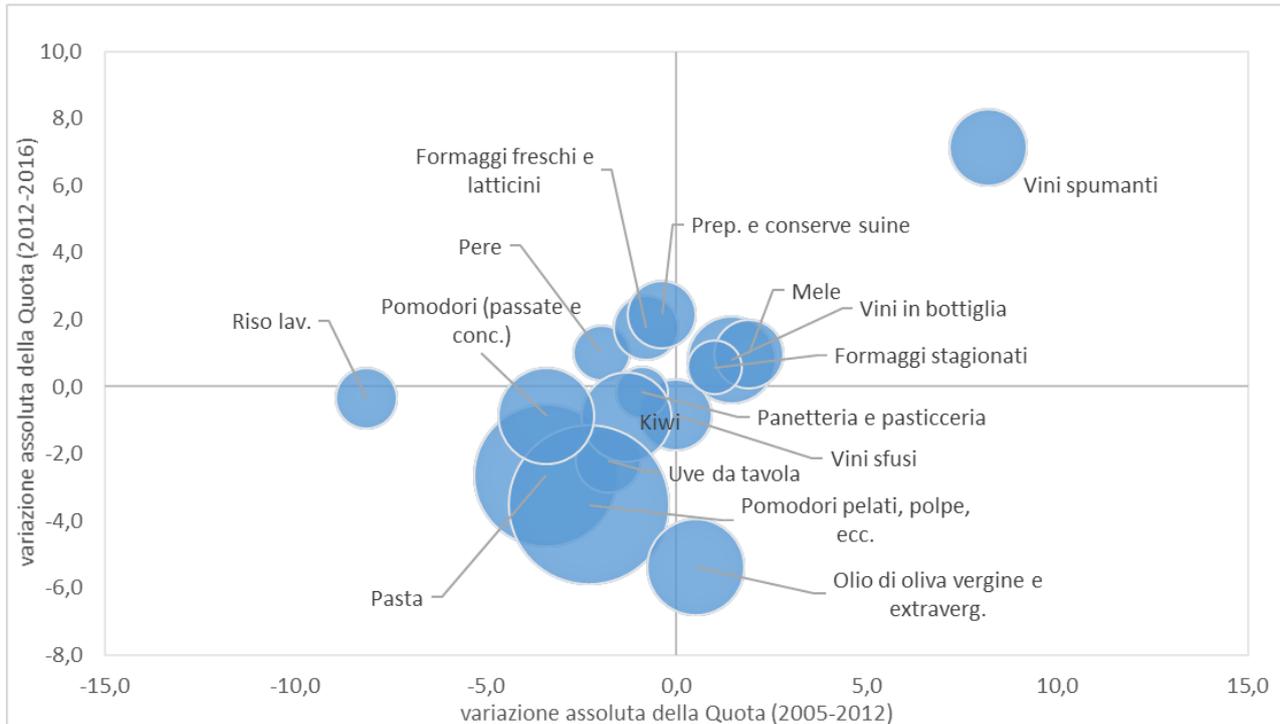
Figura 18 - Variazioni delle quote di mercato delle esportazioni italiane per capitolo merceologico: 2005-2012 e 2012-2016



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media dell'Italia nel paese nel periodo 2005-2016

Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 19 - Quota dell'Italia per i 16 prodotti e variazioni nei due sotto-periodi



La dimensione delle bolle rappresenta la quota media dell'Italia per ciascun prodotto nel periodo 2005-2016

Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

4.4 Analisi delle determinanti della performance internazionale dell'agroalimentare italiano

Per approfondire l'analisi della performance competitiva dell'agroalimentare italiano sui mercati esteri, sintetizzata dall'andamento della quota di mercato aggregata delle esportazioni descritta nel paragrafo 4.1, è stata utilizzata l'analisi *Constant-Market-Shares* (CMS), un metodo statistico che consente di attribuire la variazione della quota ai seguenti fattori:

- ✓ capacità del settore agroalimentare italiano di aumentare le proprie esportazioni più di quanto cresca la domanda dei mercati (c.d. effetto competitività);
- ✓ conformità dell'orientamento geografico e merceologico dei flussi di export (dove esportiamo e cosa) alle tendenze della domanda mondiale (c.d. effetto struttura, a sua volta distinto nelle sue tre sotto-componenti costituite dall'effetto struttura merceologica, dall'effetto struttura geografica e dall'effetto interazione strutturale);
- ✓ capacità dinamica del settore di adattarsi ai cambiamenti della domanda mondiale, cioè di reindirizzare l'offerta di esportazioni verso segmenti di mercato (paesi e prodotti) la cui domanda, nel periodo analizzato, si dimostra più dinamica (c.d. effetto adattamento); questo fattore viene spesso letto come una seconda misura di prestazione competitiva (detta anche competitività dinamica).

La tecnica CMS calcola le singole componenti a partire da dati disaggregati riferiti a singoli segmenti di mercato (prodotto-paese di destinazione)²¹. Tuttavia, essa restituisce un risultato di sintesi che riguarda la performance del settore agroalimentare nel suo complesso e che dipende dall'operato delle sue filiere produttive, comprese le fasi a monte e a valle (logistica, distribuzione, altri servizi), e dell'intero "sistema-paese", oltre che dai fattori in gran parte esogeni che determinano le tendenze della domanda mondiale.

Poiché il 2012 è stato un anno di svolta, a partire dal quale la quota di mercato mondiale dell'Italia ha cominciato a migliorare, si è deciso di applicare l'analisi CMS separatamente sui due sotto-periodi, 2005-2012 e 2012-2016, al fine di dare interpretazione del deterioramento della performance italiana nel primo periodo e del recupero nel secondo. Infatti la quota di mercato dell'Italia, dopo aver subito una diminuzione di 0,63 punti tra il 2005 e il 2012, nel secondo periodo ha registrato un aumento di 0,21 punti²².

La CMS presentata in questo lavoro è basata su una versione proposta da Memedovic e Iapadre (2010), che scompone la variazione delle quote di mercato italiane (s), tra l'anno iniziale (0) e l'anno (t)²³, in cinque componenti: l'effetto competitività (EC), l'effetto struttura merceologica (ESM), l'effetto struttura geografica (ESG), l'effetto interazione strutturale (EIS) e l'effetto adattamento (EA).

²¹ In questo lavoro, sono stati elaborati dati riferiti ad oltre 60 mila segmenti di mercato; la metodologia è descritta più in dettaglio nell'Appendice.

²² Per l'analisi di questo paragrafo la quota di mercato dell'Italia è misurata rispetto a un aggregato "mondo" rappresentato dalle importazioni di 49 paesi: i 28 dell'Unione Europea e Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cile, Cina, Corea del Sud, Ecuador, Egitto, Giappone, India, Marocco, Messico, Nuova Zelanda, Russia, Stati Uniti, Sudafrica, Svizzera, Thailandia, Turchia, Ucraina. Per questo motivo il valore della quota di mercato dell'Italia è leggermente diverso da quello commentato nel paragrafo 4.1. Durante l'intero periodo la quota è scesa di quasi mezzo punto percentuale (dal 4,07 al 3,65 per cento) toccando il valore minimo (3,44 punti percentuali) nel 2012.

²³ In ciascun periodo considerato per la CMSA, l'anno 0 è l'anno iniziale (rispettivamente il 2005 e il 2012) e l'anno t è l'anno finale (rispettivamente il 2012 e il 2016).

$$s(IT)^t - s(IT)^0 = EC + ESM + ESG + EIS + EA \quad (\text{equazione 1})$$

Attraverso questa scomposizione è possibile isolare le componenti di tipo strutturale (ESM, ESG e EIS) che incidono sulla variazione della quota di mercato aggregata, distinguendole da quelle che misurano la prestazione competitiva (EC e EA).

Le componenti di tipo strutturale sono quelle connesse con l'orientamento geografico e merceologico iniziale delle esportazioni italiane. Una struttura iniziale delle esportazioni favorevole è caratterizzata da una distribuzione (geografica e/o merceologica) dei vantaggi comparati conforme alla dinamica della composizione della domanda mondiale nel periodo considerato. Invece, le componenti che misurano la prestazione competitiva sono:

- l'effetto competitività (EC), che può essere ricondotto all'abilità degli esportatori nazionali di aumentare le proprie quote di mercato, a parità di composizione della domanda mondiale²⁴, grazie alla competitività di prezzo o di qualità dei prodotti offerti;
- l'effetto adattamento (EA), detto anche di competitività dinamica, che cattura la capacità di modificare la composizione merceologica e i paesi di sbocco delle esportazioni, riorientandole verso i prodotti e i paesi con una più forte espansione della domanda.

La scomposizione, i cui risultati sono riportati nella tabella 14 e nella figura 20, mostra che nel periodo 2005-2012 la riduzione della quota italiana è principalmente dovuta agli effetti struttura merceologica e struttura geografica, di segno negativo, a cui si aggiunge l'effetto competitività, benché di misura più limitata. Questi tre termini superano ampiamente l'effetto positivo giocato dalle componenti d'interazione strutturale e adattamento dinamico. In sostanza, in quel periodo gli svantaggi di una specializzazione produttiva che non era rispondente alle tendenze della domanda e di un orientamento delle esportazioni verso paesi poco dinamici sono stati dominanti e sono stati aggravati da una scarsa competitività complessiva, solo in parte moderata da una certa capacità di adattamento ai cambiamenti in atto.

Nel secondo periodo, la scomposizione evidenzia che il recupero della quota di mercato italiana è stato determinato principalmente dall'effetto positivo della struttura merceologica e dall'effetto competitività, che cambiano di segno rispetto al periodo precedente. Emerge quindi una "ritrovata" coerenza della composizione per prodotto delle esportazioni italiane rispetto alle tendenze della domanda e una maggiore capacità complessiva del sistema di costruire vantaggi competitivi rispetto ai concorrenti. Sul primo aspetto, come si vedrà, la maggiore coerenza delle esportazioni agroalimentari italiane con le tendenze della domanda mondiale deriva da un fattore esogeno, ossia i cambiamenti di quest'ultima in senso più favorevole per il modello di specializzazione italiano, che si è invece mantenuto sostanzialmente invariato tra i due periodi di analisi.

Un'ulteriore elaborazione della componente ESM, i cui risultati sono riportati in Appendice, fornisce inoltre una misura del grado di polarizzazione del modello di specializzazione merceologica delle esportazioni, che evidenzia una lieve riduzione tra i due periodi²⁵. Tale risultato può essere interpretato come un altro

²⁴ In termini di composizione merceologica e per paesi di destinazione.

²⁵ Il grado di polarizzazione del modello è definito come una misura della dispersione delle quote di mercato italiane nei singoli prodotti rispetto alla loro media. In altri termini, il grado di polarizzazione misura l'intensità media dei vantaggi e degli svantaggi comparati delle esportazioni italiane, presi in valore assoluto. A parità di correlazione tra la distribuzione merceologica delle quote di mercato iniziali e i cambiamenti nella domanda mondiale, i paesi con modelli

elemento positivo, perché si traduce in una minore fragilità del settore agroalimentare italiano di fronte a eventuali shock della domanda in specifici segmenti di mercato.

Invece, tra i fattori da considerare con attenzione vi sono il permanere anche nel secondo periodo dell'effetto negativo dell'orientamento geografico (seppure con un ruolo più limitato, come si vede nella figura 20) e il cambiamento di segno dell'effetto adattamento, che nel periodo più recente gioca anch'esso in senso negativo.

Tabella 16 - Risultati dell'analisi *Constant-Market-Shares* della quota di mercato dell'Italia sulle importazioni del mondo¹ nell'agroalimentare (confronto 2005-2012 e 2012-2016)

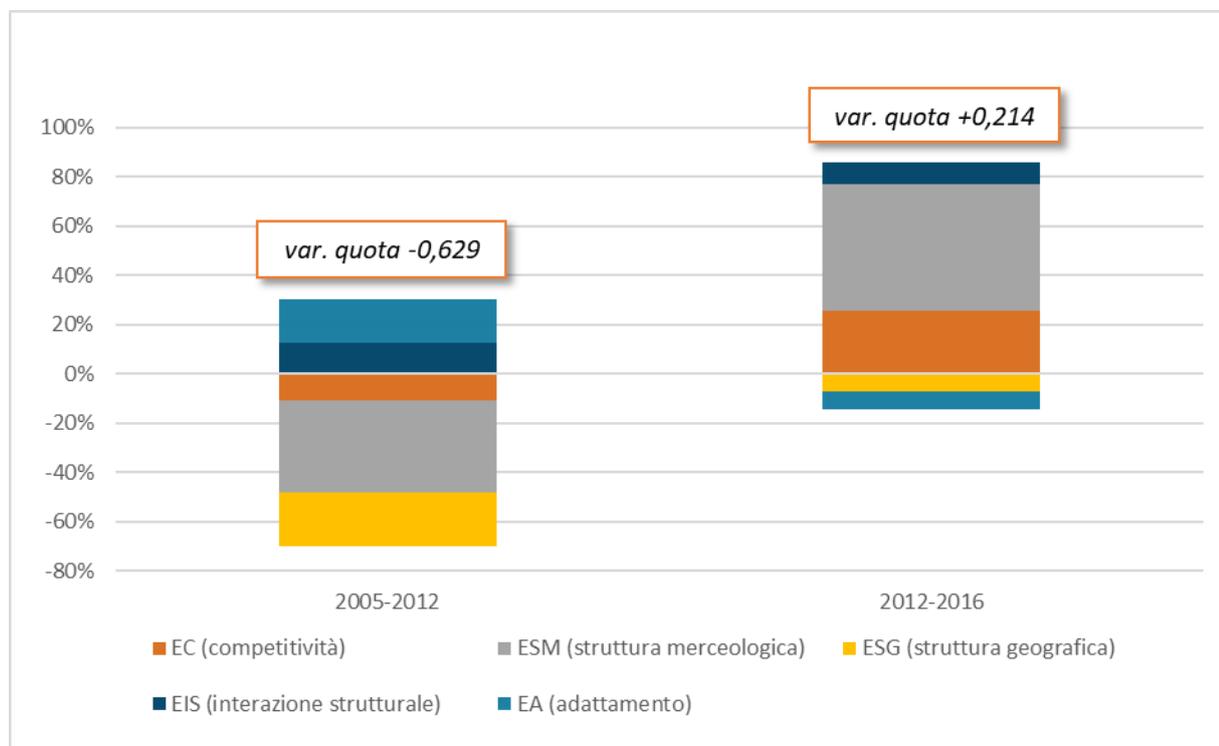
	2005-2012	2012-2016
Quota di mercato aggregata dell'ITALIA a inizio periodo	4,069	3,440
Quota di mercato aggregata dell'ITALIA a fine periodo	3,440	3,653
Variazione assoluta di quota	-0,629	0,214
EC - EFFETTO COMPETITIVITA'	-0,173	0,077
ES - EFFETTO STRUTTURA	-0,735	0,159
ESM - EFFETTO STRUTTURA MERCEOLOGICA	-0,588	0,153
ESG - EFFETTO STRUTTURA GEOGRAFICA	-0,343	-0,021
EIS - EFFETTO INTERAZIONE STRUTTURALE	0,196	0,026
EA - EFFETTO ADATTAMENTO DINAMICO	0,278	-0,021

(1) Il "mondo" è costituito da 49 paesi: i 28 dell'Unione Europea e Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cile, Cina, Corea del Sud, Ecuador, Egitto, Giappone, India, Marocco, Messico, Nuova Zelanda, Russia, Stati Uniti, Sudafrica, Svizzera, Thailandia, Turchia, Ucraina.

Fonte: Elaborazioni RRN- ISMEA su dati IHS-GTA

di specializzazione maggiormente polarizzati risentono in misura più forte di un dato shock nella composizione della domanda. Strutture produttive meno polarizzate sono invece più resilienti rispetto a shock asimmetrici della domanda.

Figura 20 - Analisi CMS della quota di mercato dell'Italia sulle importazioni del mondo nell'agroalimentare (contributi % dei diversi effetti alla variazione della quota in ciascun periodo)



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per approfondire maggiormente l'interpretazione di ciò che è accaduto nei due sotto-periodi, si può verificare come i singoli prodotti esportati abbiano contribuito agli effetti competitività, adattamento dinamico e struttura merceologica. Allo stesso modo, possono essere analizzati i contributi dei paesi di sbocco, oltre che agli effetti competitività e adattamento dinamico, all'effetto struttura geografica. Nel periodo 2005-2012, considerando i 16 prodotti di eccellenza nelle esportazioni, quelli che hanno maggiormente contribuito a determinare il valore negativo dell'effetto competitività sono stati l'olio d'oliva vergine ed extravergine e il riso lavorato; viceversa, hanno dato un contributo positivo all'EC, moderando quindi il risultato negativo, gli spumanti, i vini in bottiglia, le mele e i formaggi stagionati. Il ruolo di questi prodotti per la competitività dinamica dell'agroalimentare (EA) è però stato negativo o nullo, quasi per tutti²⁶.

Il contributo di ciascun comparto e dei principali prodotti nel determinare l'effetto struttura merceologica negativo può essere meglio compreso con l'ausilio delle figure 21 e 22; la prima mostra, per il periodo 2005-2012, la fotografia della specializzazione italiana per i 24 comparti agroalimentari rispetto alle dinamiche della domanda mondiale: nelle ascisse del grafico sono rappresentate le quote di mercato settoriali all'inizio del periodo, messe a confronto con i tassi di crescita delle importazioni mondiali che si leggono sulle ordinate. Le dimensioni delle bolle sono proporzionali al valore delle importazioni mondiali di ciascun comparto nella

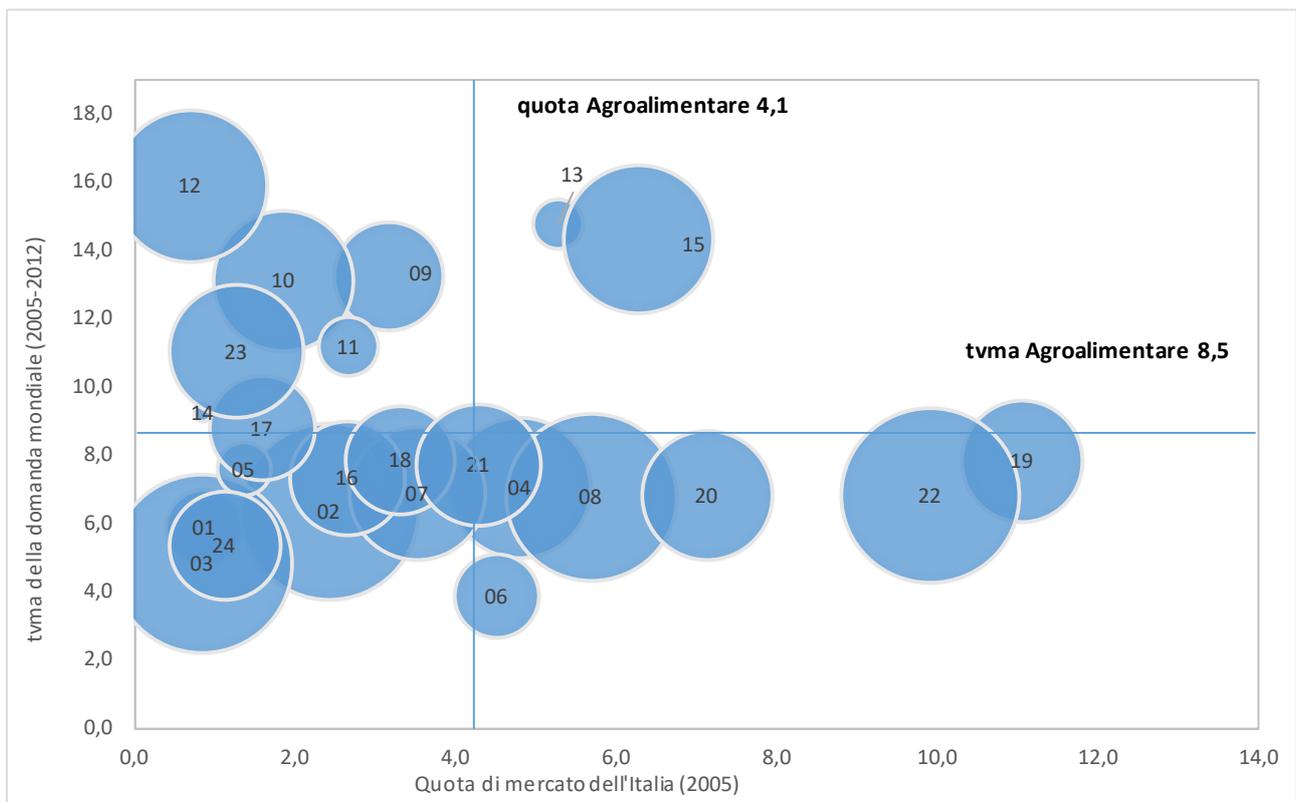
²⁶ In Appendice sono riportate alcune tabelle di dettaglio con i prodotti che hanno principalmente contribuito in senso positivo o negativo ai diversi effetti della CMS, compresi alcuni prodotti diversi dai 16 finora analizzati.

media del periodo²⁷. La stessa rappresentazione grafica è stata elaborata anche per i 16 prodotti di eccellenza nella figura 22.

Dalla figura 21 emerge con chiarezza la correlazione negativa tra le quote di mercato settoriali delle esportazioni italiane e la dinamica della domanda mondiale, che è all'origine dell'ESM sfavorevole: i comparti di vantaggio (svantaggio) comparato dell'agroalimentare italiano hanno fatto registrare tassi di crescita delle importazioni mondiali relativamente bassi (alti). Infatti, i comparti di specializzazione nel modello italiano come derivati dei cereali (19), bevande (22), preparazioni di ortaggi e legumi (20) e frutta (8), hanno avuto una lenta crescita della domanda, che invece è stata brillante per semi oleosi (12), cereali (10), cereali macinati (11), caffè (09), residui delle industrie alimentari (23), comparti in cui l'Italia è debole. Fanno eccezione soltanto gomme e resine (13) e oli e grassi (15), gli unici per i quali l'orientamento delle esportazioni all'inizio del periodo sembra coerente con le tendenze della domanda registrate tra il 2005 e il 2012. Analizzando i dati a un maggior livello di dettaglio, nella figura 22 si comprende che all'interno del comparto degli oli e grassi la domanda per l'olio d'oliva di pressione, che è il prodotto principale delle esportazioni del comparto e per il quale l'Italia ha una quota di mercato elevata, nel periodo 2005-12 è cresciuta molto poco; la domanda più dinamica, infatti, era rivolta ad altri tipi di oli (oli di semi, di cui olio di palma in primo luogo), per i quali l'Italia non ha vantaggi comparati. In generale, anche per i 16 prodotti di punta del *Made in Italy* nel periodo 2005-2012 vi è stata scarsa coerenza con le tendenze della domanda mondiale, che è stata più lenta della media dell'agroalimentare per la maggior parte di essi, come si vede nella figura 22, con la sola eccezione di riso lavorato e vino sfuso, mentre vicino alla media sono cresciute le importazioni di formaggi e latticini, pasta, prodotti della panetteria e pasticceria. L'analisi CMS conferma che, in questo periodo, i prodotti che hanno dato il contributo maggiore all'ESM negativo sono stati l'olio d'oliva vergine ed extravergine e i vini in bottiglia, cioè due tra i prodotti a maggior valore aggiunto tra quelli esportati dall'Italia.

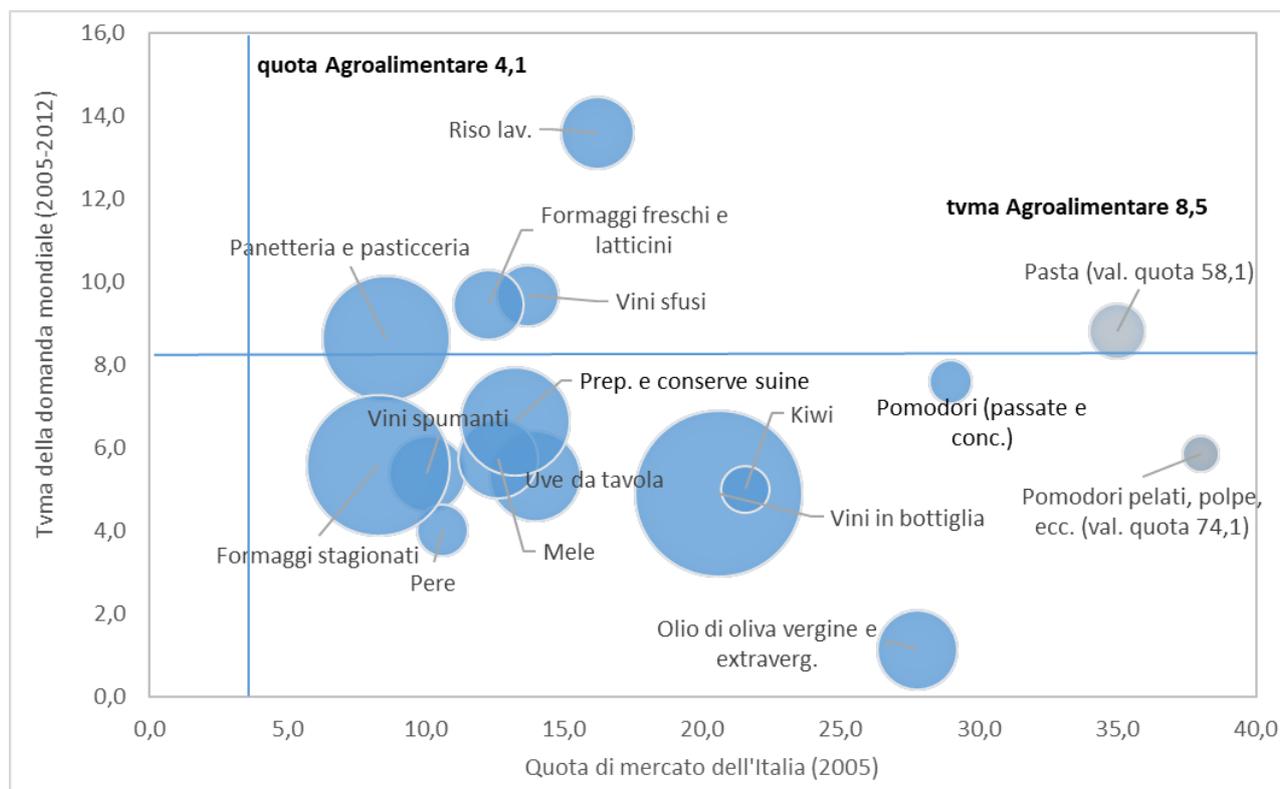
²⁷ Anche in questo grafico, come nei successivi di questo paragrafo il mondo è rappresentato da 49 paesi (cfr. la nota 22).

Figura 21 - Quote di mercato delle esportazioni italiane e tassi di crescita delle importazioni mondiali per i 24 comparti nel periodo 2005-2012 (%)



Le dimensioni delle bolle rappresentano il peso del comparto (capitolo HS2) nella domanda mondiale nel periodo 2005-2012. Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 22 - Quote di mercato delle esportazioni italiane e tassi di crescita delle importazioni mondiali dei 16 principali prodotti esportati dall'Italia nel periodo 2005-2012



Le dimensioni delle bolle rappresentano il peso medio della domanda di ciascun prodotto sul totale mondiale nel periodo 2005-2012. Le bolle in grigio sono fuori scala in termini di valore di quota.

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

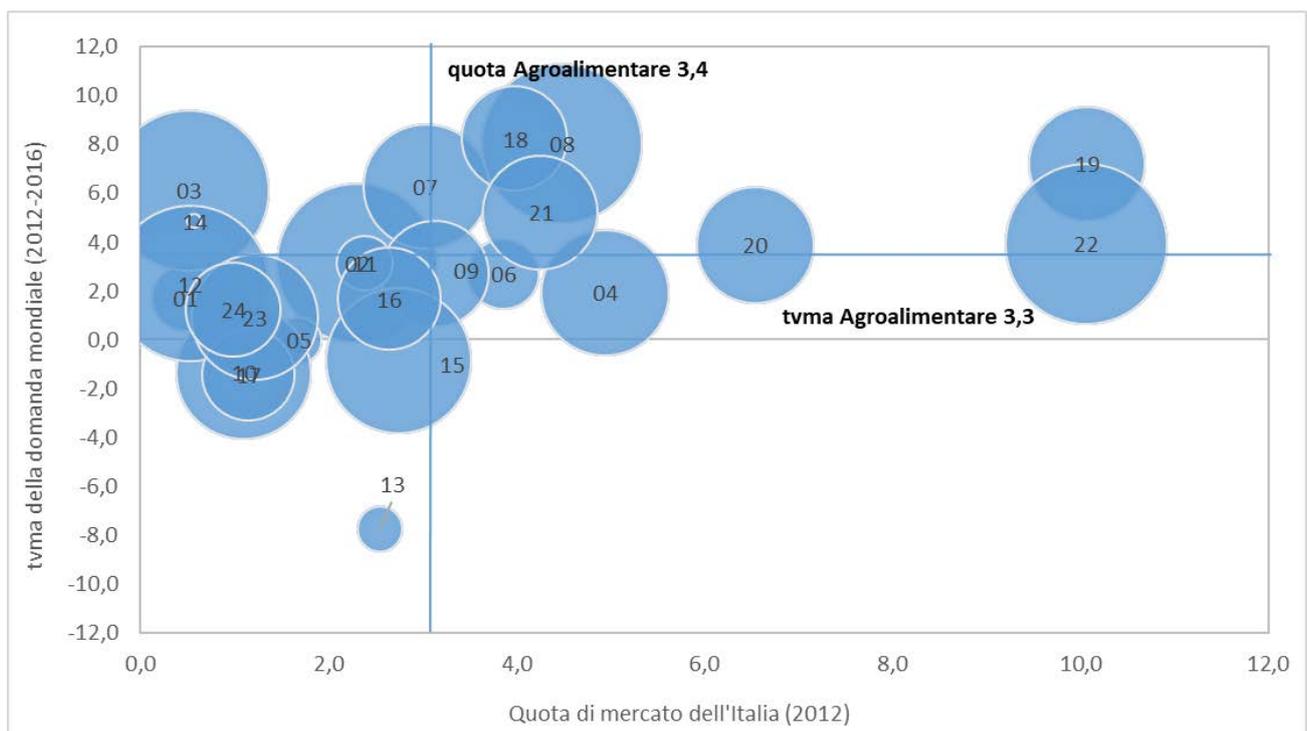
Nel periodo 2012-2016, invece, l'effetto competitività è risultato positivo grazie al contributo di vini spumanti e vini in bottiglia e, in misura minore, di carni suine conservate e preparate e formaggi freschi e latticini; inoltre, al di fuori dei 16 comparti prima richiamati, si possono menzionare i prodotti a base di cacao e cioccolata. Come nel periodo precedente, il contributo all'EC dell'olio d'oliva è rimasto invece negativo e anche l'EA è risultato sfavorevole per questo prodotto.

Per quanto riguarda l'effetto struttura merceologica, le cause del cambiamento di segno, da negativo nel periodo 2005-12 a positivo nel 2012-16, possono essere spiegate attraverso il confronto tra la figura 21 e la figura 23, che aiutano a mettere in evidenza se ci siano stati cambiamenti nella specializzazione merceologica dell'Italia e/o nelle dinamiche dalle importazioni mondiali. Dal confronto emerge che nell'ultimo quinquennio per alcuni comparti di vantaggio nelle esportazioni italiane la domanda mondiale è diventata più dinamica rispetto alla media dell'agroalimentare: frutta (08); cacao e derivati (18); derivati dei cereali (19); altre preparazioni alimentari (21); bevande (22); preparazioni di ortaggi e frutta (20). Al contrario, la domanda è diventata lenta per alcuni comparti di svantaggio come semi oleosi (12), cereali (10), cereali macinati (11), residui delle industrie alimentari (23), ma anche per oli e grassi (15) e soprattutto gomme e resine (13). Al contempo, tra il 2005 e il 2012 vi è stato solo qualche limitato cambiamento nella composizione dei vantaggi e svantaggi nel modello delle esportazioni italiane: in particolare, oli e grassi e gomme e resine da comparti forti sono divenuti deboli, muovendosi quindi in coerenza con la direzione del cambiamento della domanda per questi comparti. In definitiva, nel secondo periodo la domanda mondiale si è orientata maggiormente

verso i comparti di forza delle esportazioni italiane e ciò si è tradotto nel valore positivo e nel cambiamento di segno dell'ESM rispetto al periodo precedente.

Analogamente, il confronto tra la figura 24 e la figura 22 mostra il ruolo di ciascuno dei 16 prodotti di punta delle esportazioni italiane per l'ESM del periodo 2012-16; anche qui si osserva chiaramente che la domanda è diventata più dinamica (sempre in confronto alla media dell'agroalimentare) per molti prodotti: l'olio d'oliva, il kiwi, i prodotti della panetteria e pasticceria, gli spumanti, l'uva da tavola, le passate e i concentrati di pomodoro. La domanda è rimasta invece poco orientata verso vini in bottiglia, formaggi stagionati, mele, pere, pasta e pomodori pelati ed è divenuta debole anche per i vini sfusi e per il riso lavorato. Di nuovo risulta, inoltre, che il ruolo dei diversi prodotti nel modello di specializzazione italiano si è modificato poco, con le sole eccezioni dei vini spumanti e del riso lavorato, dove nel primo caso la specializzazione si è intensificata e nel secondo si è ridotta.

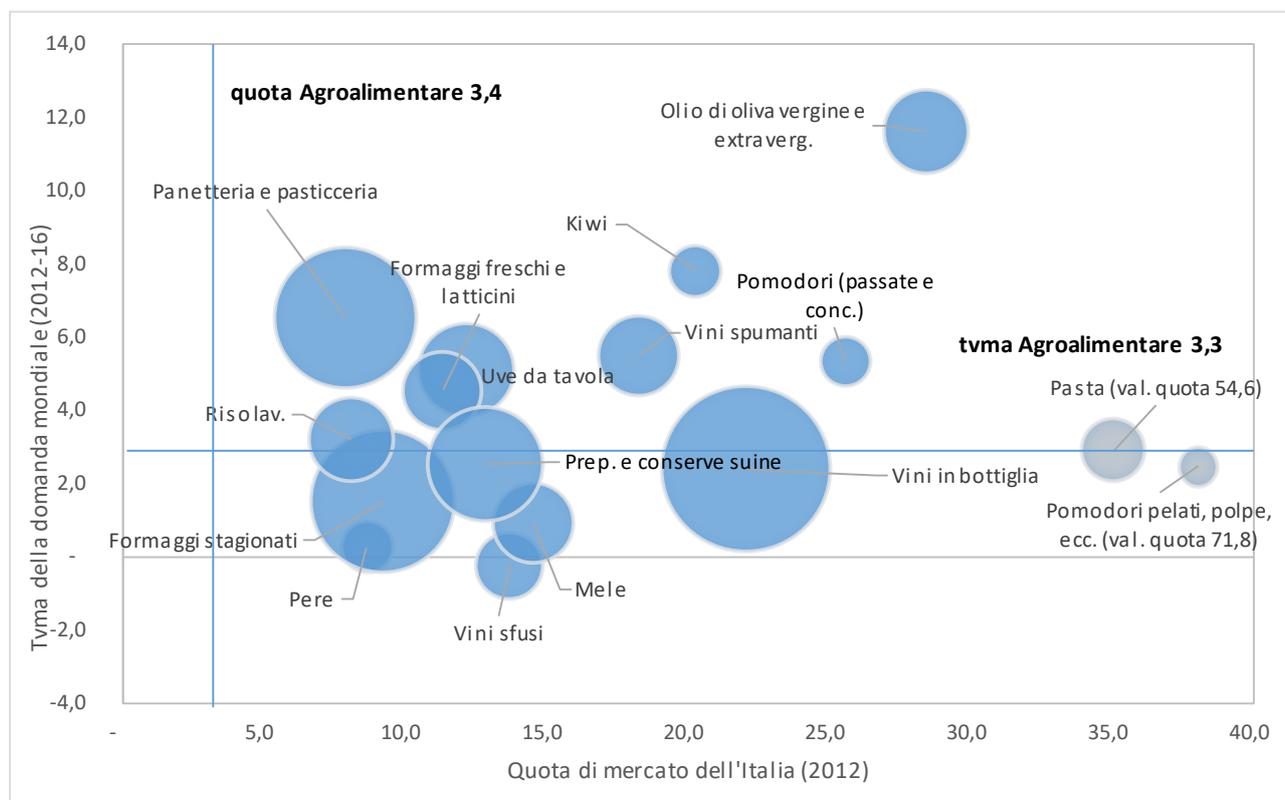
Figura 23 - Quote di mercato delle esportazioni italiane e tassi di crescita delle importazioni mondiali per i 24 comparti nel periodo 2012-2016 (%)



Le dimensioni delle bolle rappresentano il peso del comparto (capitolo HS2) nella domanda mondiale nel periodo 2012-2016.

Fonte: elaborazione RRN- ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 24 - Quote di mercato delle esportazioni italiane e tassi di crescita delle importazioni mondiali dei 16 principali prodotti esportati dall'Italia nel periodo 2012-2016



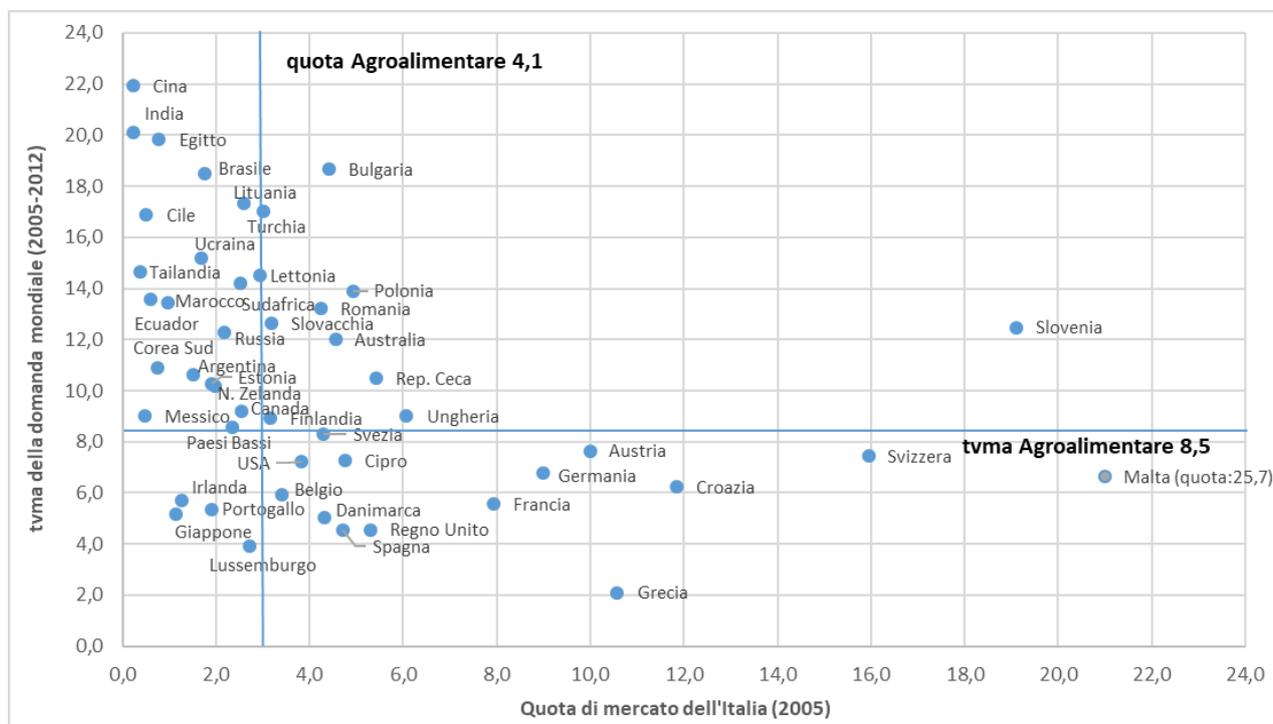
Le dimensioni delle bolle rappresentano il peso medio della domanda di ciascun prodotto sul totale mondiale nel periodo 2012-2016.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Passando ad analizzare come l'orientamento geografico delle esportazioni italiane abbia influito sulla loro performance complessiva, si può ricordare che tra il 2005 e il 2012 le quote di mercato sono diminuite in diversi paesi di sbocco. Dei 49 paesi utilizzati per l'analisi CMS il maggior peso per l'insuccesso italiano, per quanto riguarda l'EC negativo, è da attribuire ai tradizionali sbocchi europei: Germania, Francia, Spagna, Svizzera, Grecia; il contributo all'effetto adattamento comunque in questi paesi è stato positivo moderando le perdite. Alcuni paesi hanno inoltre contribuito positivamente nel determinare l'EC, in particolare tra questi Russia e Stati Uniti.

Il valore negativo dell'effetto struttura geografica è invece reso evidente facendo di nuovo ricorso ai grafici. Nella figura 25, dove sono rappresentate le quote di mercato iniziali dell'Italia e la crescita della domanda per i 49 paesi, la posizione dei punti conferma la relazione negativa tra la distribuzione dei vantaggi dell'Italia nelle esportazioni e le tendenze della domanda, che spiega l'ESG negativo. I paesi più determinanti per questo risultato sono stati Germania, Francia e Regno Unito e in generale i paesi che si trovano nel quadrante inferiore destro, relativamente lenti nella domanda ma dove l'Italia presentava una forte specializzazione all'inizio del periodo. D'altro lato, altrettanto penalizzante è stata la bassa importanza rivestita dall'Italia in paesi molto dinamici come Cina, India, Egitto, Brasile, Cile, ecc.

Figura 25 - Variazione media annua delle importazioni mondiali di prodotti agroalimentari e quota di mercato dell'Italia per 49 paesi del mondo nel periodo 2005-2012



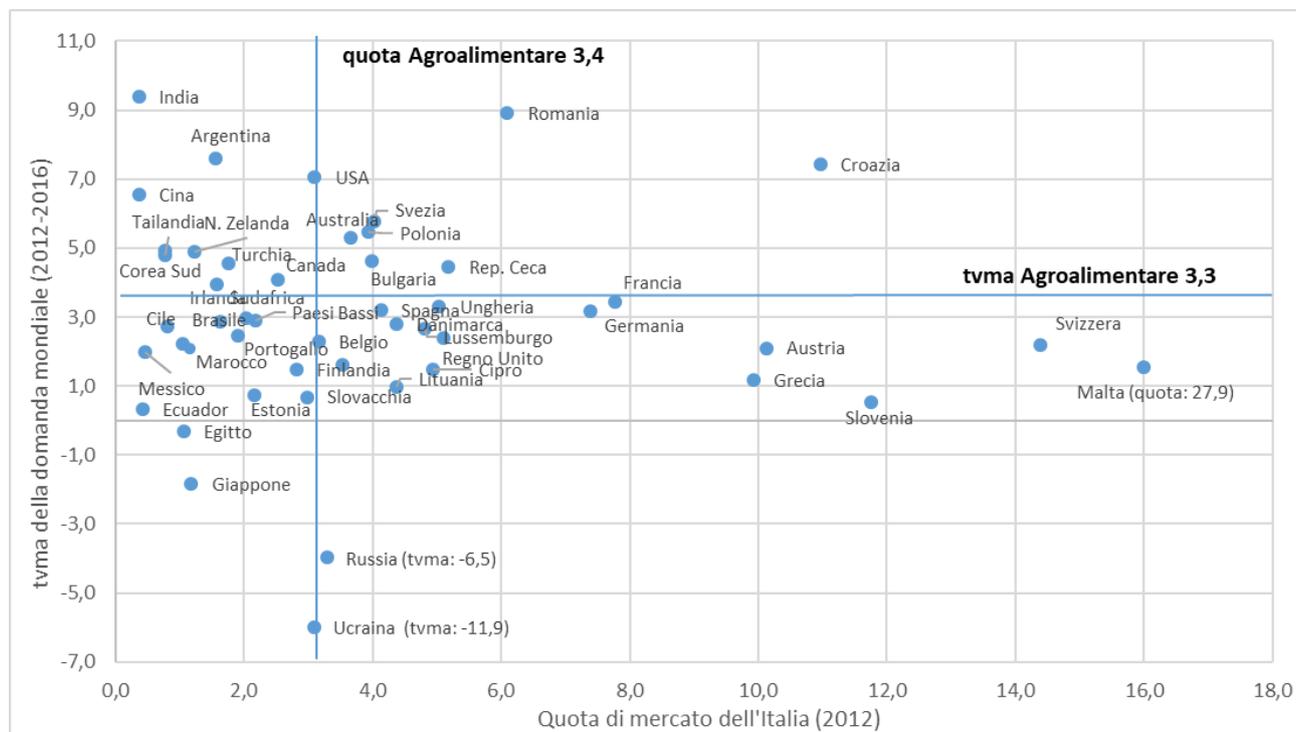
Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

Nel periodo 2012-16, invece, la quota di mercato è aumentata in quasi tutti i paesi, ma il maggior sostegno all'aumento della quota aggregata italiana è scaturito dal contributo all'EC dai mercati del Regno Unito, degli Stati Uniti, dei Paesi Bassi, della Germania, del Giappone e della Svezia. Pochi viceversa sono i paesi dove si è avuto un peso negativo sull'EC, tra cui si evidenzia in particolare la Francia.

La figura 26, a confronto con quella relativa al periodo 2005-12, fa capire perché l'ESG, pur essendo rimasto di segno negativo, abbia assunto nel secondo periodo dimensioni trascurabili. Non emerge più la netta correlazione negativa tra le quote di mercato dell'Italia e la crescita della domanda che aveva caratterizzato il sotto-periodo precedente. Tra i mercati più dinamici dell'ultimo quadriennio si trovano ora anche paesi, come Francia, Germania, Spagna, Svezia, Australia, in cui la quota italiana era relativamente elevata nel 2012. Tuttavia, ha continuato a incidere negativamente la relativa debolezza della presenza di prodotti agroalimentari italiani in mercati molto dinamici come Cina e India. Allo stesso modo hanno avuto un ruolo negativo paesi con bassa crescita delle importazioni come Malta, Slovenia, Grecia, Austria, per citarne alcuni, nei quali l'Italia aveva una posizione iniziale di particolare vantaggio.

Anche per quanto riguarda l'orientamento geografico, infine, sembra che la diminuzione dell'ESG tra i due periodi sia maggiormente da ricondurre a mutamenti nella domanda dei paesi di sbocco e in particolare ai paesi che nel secondo periodo hanno preso a crescere più della media, come ad esempio la Croazia e gli Stati Uniti, più che a cambiamenti nella specializzazione geografica iniziale dell'Italia nel secondo periodo, rispetto al periodo precedente.

Figura 26 - Variazione media annua delle importazioni mondiali di prodotti agroalimentari e quota di mercato dell'Italia per 49 paesi del mondo nel periodo 2012-2016



Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

Riepilogando, l'analisi CMS conferma e approfondisce le indicazioni che sono emerse dall'analisi generale. Nel periodo 2005-12 la domanda più dinamica è stata espressa da parte dei paesi e verso i comparti in cui l'Italia presentava una situazione di svantaggio iniziale. Complessivamente, queste difficoltà strutturali non sono state sufficientemente compensate dallo sforzo di rendere più competitive le nostre esportazioni, come dimostra l'EC negativo; tuttavia, un contributo positivo su questo aspetto, anche in un periodo di generale insuccesso, è emerso per alcuni prodotti di punta del *Made in Italy*, come spumanti, vini in bottiglia, mele e formaggi stagionati, prodotti che malgrado la crescita lenta della domanda hanno registrato un aumento della quota di mercato grazie a guadagni di competitività. Tra gli aspetti positivi per il settore agroalimentare nel complesso in questo periodo vi è invece la capacità di adattamento, cioè di riorientare le esportazioni modificando prodotti e paesi di sbocco nell'arco del periodo.

Il successo dell'agroalimentare italiano sui mercati internazionali che emerge dall'aumento della quota di mercato nell'ultimo quinquennio, può essere attribuito principalmente al nuovo interesse che la *made in Italy* agroalimentare sta incontrando sui mercati mondiali; l'ESM ha infatti cambiato segno non tanto perché il modello di esportazione italiano si sia modificato, ma quanto per il fatto che la domanda è diventata più sostenuta proprio per i comparti e i prodotti di forza del modello di specializzazione italiano (tra questi ultimi si possono citare in particolare l'olio d'oliva, il kiwi, i prodotti della panetteria e pasticceria, gli spumanti, l'uva da tavola, le passate e i concentrati di pomodoro), mentre è diventata più lenta per quelle materie prime e commodity nelle quali l'Italia è strutturalmente debole. Dall'altro lato, l'analisi CMS conferma una rinnovata capacità del sistema agroalimentare italiano di affrontare con successo i mercati esteri, con il risultato dell'EC positivo, al quale in quest'ultimo periodo hanno contribuito quasi tutti i prodotti di punta e in particolare di nuovo vini spumanti e vini in bottiglia. Per quanto riguarda le destinazioni, anche se l'orientamento geografico delle esportazioni agroalimentari italiane non è molto cambiato nel tempo e resta nel complesso

inadeguato (ESG negativo), l'ultimo quinquennio appare un periodo più favorevole per il nostro paese, poiché il trend della domanda complessiva è divenuto più marcato in molti dei paesi in cui l'Italia ha una buona posizione competitiva. Se questo trend dovesse proseguire, sono evidenti le opportunità per l'agroalimentare italiano. Molto di più dovrebbe però essere fatto per guadagnare quote nei paesi trainanti dell'area asiatica, ma anche, ad esempio, per rafforzare la posizione dell'agroalimentare nell'area nordamericana, che ha mostrato una domanda sostenuta in questi ultimi anni.

Infine, va sottolineata allo stesso tempo con preoccupazione la perdita nella flessibilità e capacità di adattamento alle modifiche dei mercati globali, segnalata dal cambiamento di segno dell'EA rispetto al periodo precedente.

È importante, in conclusione, ricordare che l'analisi CMS consente soltanto valutazioni *ex post*, dalle quali non sempre è possibile trarre suggerimenti validi per il futuro, sia sui paesi di sbocco, sia sulle produzioni su cui puntare per l'export. Ad esempio, l'uscita della Russia dalla crisi economica – che è già in atto nel 2017 – e un'eventuale risoluzione della situazione di conflitto con l'Ucraina potrebbero ribaltare completamente le considerazioni su questo mercato di sbocco. D'altronde, una conclusione piuttosto semplice che si può trarre come insegnamento per il futuro è che in uno scenario geo-politico come quello attuale, instabile e incerto su possibili inasprimenti protezionistici, è fondamentale puntare maggiormente sulla capacità di adattamento alle tendenze della domanda – ossia la cosiddetta competitività dinamica – aumentando la diversificazione geografica e produttiva delle esportazioni e modificando nel tempo il portafoglio dei mercati, intesi come segmenti paesi-prodotti, aspetto sul quale nel periodo più recente il sistema agroalimentare è risultato carente. A questo scopo, è importante che gli operatori dispongano di informazioni sistematiche e specifiche sulle tendenze e caratteristiche dei mercati di sbocco per orientare e aggiustare più tempestivamente le proprie strategie di esportazione.

Tabella A.4.1 - Nomenclatura ufficiale dei 16 principali prodotti esportati dall'Italia

Codice HS6	Denominazione
220410	Vini spumanti di uve fresche
220421	Vini di uve fresche, inclusi i vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole (mistelle), presentati in recipienti di contenuto netto ≤ 2 l
220429	Vini di uve fresche, inclusi vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole (mistelle), in recipienti di capacità > 2 litri (escl. vini spumanti)
190219	Paste alimentari, non cotte né farcite né altrimenti preparate, non contenenti uova
190590	Prodotti della panetteria, della pasticceria o della biscotteria, anche con aggiunta di cacao; ostie, capsule vuote dei tipi utilizzati per medicinali, ostie per sigilli, paste in sfoglie essiccate di farina, di amido o di fecola e prodotti simili (escl. pane croccante detto "Knackebrot, pane con spezie, biscotti dolcificati, cialde, cialdine, fette biscottate, pane tostato e prodotti simili tostati)
080610	Uve, fresche
080810	Mele fresche
080830	Pere, fresche
081050	Kiwi, freschi
200210	Pomodori, preparati o conservati ma non nell'aceto o acido acetico, interi o in pezzi
200290	Pomodori, preparati o conservati ma non nell'aceto o acido acetico (escl. pomodori interi o in pezzi)
040690	Formaggi (escl. formaggi freschi, formaggio di siero di latte (non fermentati), formaggi grattugiati o in polvere di tutti i tipi, formaggi fusi, formaggi a pasta erborinata)
040610	Formaggio fresco (non stagionato), compreso il formaggio di siero di latte e i latticini

150910	Olio di oliva vergine e sue frazioni ottenuti esclusivamente dai frutti dell'ulivo attraverso procedimenti meccanici o fisici senza pregiudizio degli oli
100630	Riso, semilavorato o lavorato, anche lucidato o brillato
Preparazioni e conserve suine	
021011	Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) salati o in salamoia, secchi o affumicati
021012	Pancette (ventresche) e loro pezzi, di suidi, salati o in salamoia, secchi o affumicati
021019	Carni di suidi, salate o in salamoia, secche o affumicate (escl. prosciutti, spalle, pancette (ventresche), e loro pezzi)
160100	Salsicce, salami e prodotti simili, di carne, di frattaglie o di sangue; preparazioni alimentari a base di tali prodotti
160241	Preparazioni e conserve di prosciutti e loro pezzi, di suidi
160242	Preparazioni e conserve di spalle e loro pezzi, di suidi
160249	Preparazioni e conserve di carni, di frattaglie o di sangue, compresi i miscugli, della specie suina domestica

Fonte: elaborazione RRN- ISMEA su dati IHS-GTA

5. MERCATI DI SBOCCO E OPPORTUNITA' PER LE ESPORTAZIONI AGROALIMENTARI ITALIANE

L'analisi CMS ha messo bene in evidenza come il successo competitivo del settore agroalimentare sui mercati esteri dipenda dalla combinazione di diversi fattori, esogeni ed endogeni, riguardanti i prodotti esportati e i mercati di destinazione, che interagiscono nel tempo. In questo capitolo si riprende l'argomento degli sbocchi di mercato, con lo scopo di approfondire le opportunità per le esportazioni agroalimentari italiane dei diversi comparti e prodotti nelle varie aree geografiche, valutando l'esistenza e la consistenza di un eventuale "potenziale non sfruttato" per le esportazioni italiane.

Molti aspetti dovrebbero essere presi in considerazione nell'analisi delle opportunità di mercato per un determinato comparto o prodotto. Tra i criteri utilizzabili ve ne sono alcuni già analizzati in precedenza e facilmente quantificabili, come la dimensione di ciascun mercato di destinazione e la sua dinamica negli ultimi anni, la posizione dell'Italia rispetto ai concorrenti e il grado di successo competitivo negli anni più recenti; a questi, si aggiunge in questo capitolo una stima della quota di mercato potenziale dell'Italia che, confrontata con la quota di mercato effettiva, fornisce una valutazione di un possibile potenziale non sfruttato per le esportazioni di un comparto in una determinata area geografica. Naturalmente, per orientare le scelte delle imprese esportatrici vi sono altri fattori che dovrebbero essere indagati specificamente per ciascun paese, quali le barriere di tipo tariffario e non tariffario, il grado di rischio e più in generale gli aspetti caratteristici, sociali, economici e commerciali del paese stesso, che in questa sede non possono essere adeguatamente approfonditi.

In questo capitolo la posizione e il successo competitivo dell'Italia sono valutati rispetto a quelli dell'Eurozona invece che rispetto all'aggregato "mondo". Questa scelta si giustifica perché la concorrenza su una determinata area di sbocco può essere considerata "ad armi pari" tra l'Italia e i paesi dell'Eurozona almeno per quanto riguarda i livelli dei dazi e il tasso di cambio. In questo quadro, si propone un'analisi delle esportazioni agroalimentari italiane verso tutti i paesi del mondo, aggregati in 13 macro-aree geografiche di destinazione²⁸.

Per ciascun comparto si analizzano i seguenti indicatori:

- la dimensione del mercato di ciascun'area geografica, che è data dal valore assoluto delle esportazioni dell'Eurozona verso l'area nel 2016;
- il tasso di crescita medio annuo delle esportazioni dell'Eurozona negli ultimi anni (2012-2016), che approssima la crescita della domanda espressa dall'area nei confronti dei paesi membri dell'Eurozona, compresa l'Italia;
- la quota di mercato effettiva dell'Italia in ciascun'area nel 2016, data dal rapporto tra le esportazioni dell'Italia e quelle dell'Eurozona;
- il successo competitivo dell'Italia in ciascun'area nel periodo 2012-16, cioè l'aumento o la diminuzione della quota di mercato effettiva dell'Italia;

²⁸ Complessivamente si tratta di 230 paesi, dati dalla totalità di quelli che importano almeno un prodotto da uno dei paesi dell'Eurozona. Si veda nell'Appendice 2 la tabella con l'elenco delle aree geografiche e dei paesi che ne fanno parte.

- la quota di mercato potenziale dell'Italia e il potenziale non sfruttato che è quindi dato dalla differenza tra la quota di mercato potenziale e quella effettiva.

L'elemento di novità introdotto nell'analisi in questo capitolo è la stima della quota di mercato potenziale dell'Italia, cioè la quota che le esportazioni italiane farebbero registrare in ciascun mercato per un certo prodotto, se tale prodotto avesse lo stesso peso in tutti i mercati. In altri termini, la quota potenziale è calcolata assumendo l'ipotesi di indipendenza statistica della distribuzione delle esportazioni italiane rispetto ai comparti e alle aree²⁹.

Tutti questi indicatori sono stati inseriti in schede relative a ciascuno dei 24 comparti agroalimentari, riportate alla fine del capitolo. Qui si è scelto di commentare solo alcuni comparti, che appaiono di maggiore interesse per le esportazioni italiane e cioè: carni (02); latte e derivati (04); ortaggi e legumi (07); frutta (08); oli e grassi (15); preparazioni di carne e pesce (16); preparazioni di cereali (19); preparazioni di ortaggi e legumi (20); bevande (22). Questi nove comparti rappresentano congiuntamente circa il 75% del valore delle esportazioni agroalimentari totali dell'Eurozona, corrispondenti a poco più di 242 miliardi di euro nel 2016 a fronte di un valore complessivo pari a 321,5 miliardi di euro.

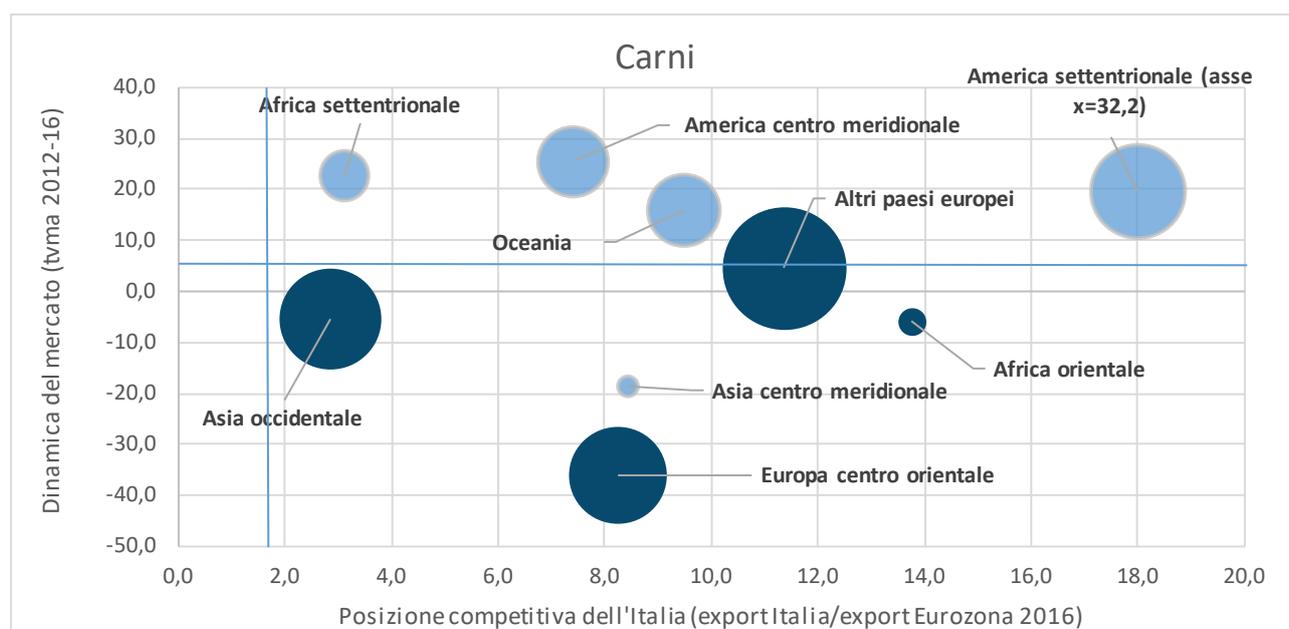
In riferimento alle aree geografiche esaminate si evidenzia una spiccata concentrazione delle esportazioni verso i paesi dell'Ue a 28 che assorbono l'89% del valore dei beni agroalimentari totali esportati dall'Eurozona (286 miliardi di euro) e il 73% (178 miliardi di euro) del valore cumulato riferito ai nove comparti oggetto di approfondimento. Al di fuori dell'UE, come indicazione generale che discende dall'analisi seguente effettuata comparto per comparto, tra le aree geografiche di potenziale interesse risultano, per quasi in tutti i comparti, l'America settentrionale e l'Asia orientale, cui si aggiungono in alcuni casi le altre aree asiatiche (Asia occidentale e centro-meridionale) e il Centro-Sud America. Questi risultati sono coerenti a quanto emerso in altri studi recenti (Centro Studi Confindustria-Prometeia, 2016) secondo i quali – in un'ottica prospettica di medio periodo – proprio in alcuni paesi ricedenti in queste macro-aree si amplierà la potenziale platea di consumatori in grado di apprezzare e, quindi, di ricercare prodotti alimentari caratterizzati da uno specifico contenuto qualitativo, culturale ed esperienziale. In particolare, lo studio stima nel 2021 i nuovi ricchi raggiungeranno 604 milioni nei 30 nuovi mercati, 154 in più rispetto al 2015 e i due terzi abiterà nei principali centri urbani di Cina e India, ma la classe benestante si sta ampliando anche in molti paesi meno complessi per i produttori italiani dal punto di vista logistico e culturale, come la Polonia. Più nel dettaglio, tra i primi 10 nuovi mercati di sbocco per l'agroalimentare italiano figurano anche Emirati Arabi Uniti e Arabia Saudita.

Entrando nel merito dell'analisi, per quanto riguarda in particolare il comparto delle carni fresche e congelate e frattaglie (tabella 16), la dimensione totale del mercato, valutata attraverso il valore delle esportazioni totali di carni dell'Eurozona nel 2016 è di circa 33 miliardi (il 10% del totale agroalimentare), di cui il 78% è diretto all'UE a 28; un ulteriore 15% si dirige verso l'Asia orientale; per queste due aree, tuttavia, non emerge un valore positivo del potenziale non sfruttato per l'Italia.

²⁹ Quest'ipotesi equivale ad assumere che il peso delle esportazioni di ciascun comparto sul totale delle esportazioni agroalimentari italiane in ogni area geografica sia uguale al peso delle esportazioni del comparto sul totale verso il mondo e contemporaneamente che, per ciascun comparto, il peso delle esportazioni italiane verso ciascun'area geografica sul totale del comparto sia uguale al peso che ciascuna area geografica ha nelle esportazioni totali dell'agroalimentare italiano verso il mondo. Per i dettagli metodologici si veda l'Appendice 2.

Nella figura 27 sono rappresentate solo le aree geografiche per le quali risulta un potenziale positivo, con le relative dinamiche della domanda diretta verso l'Eurozona (sulle ordinate) e la quota di mercato effettiva dell'Italia, cioè la sua posizione competitiva nel 2016 (sulle ascisse). Le aree di maggiore interesse sono quelle che si trovano nel quadrante in alto a destra; nello specifico, per il comparto delle carni si evidenziano l'America del Nord e quella centro-meridionale, gli altri paesi europei (Svizzera, Islanda, Norvegia, ecc.) e l'Oceania, che hanno mostrato tassi di crescita della domanda superiori alla media del comparto e dove l'Italia ha una posizione di relativo vantaggio. In particolare, gli altri paesi europei hanno registrato una crescita del mercato per le carni provenienti dall'Eurozona del 4,5% medio annuo e le esportazioni dell'Italia in quest'area rappresentano l'11% delle esportazioni dell'Eurozona; inoltre, tra il 2012 e il 2016 la quota dell'Italia in quest'area è aumentata di 1,2 punti (successo competitivo). Anche l'area dell'America settentrionale è interessante soprattutto per la dinamica del mercato, dato che le esportazioni dell'Eurozona verso il Nord America sono cresciute a un tasso medio annuo del 20%; tuttavia, va considerato che qui la posizione competitiva dell'Italia è già alta (32%) e si è notevolmente ridotta tra il 2012 e il 2016.

Figura 27 - Carni fresche e congelate: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

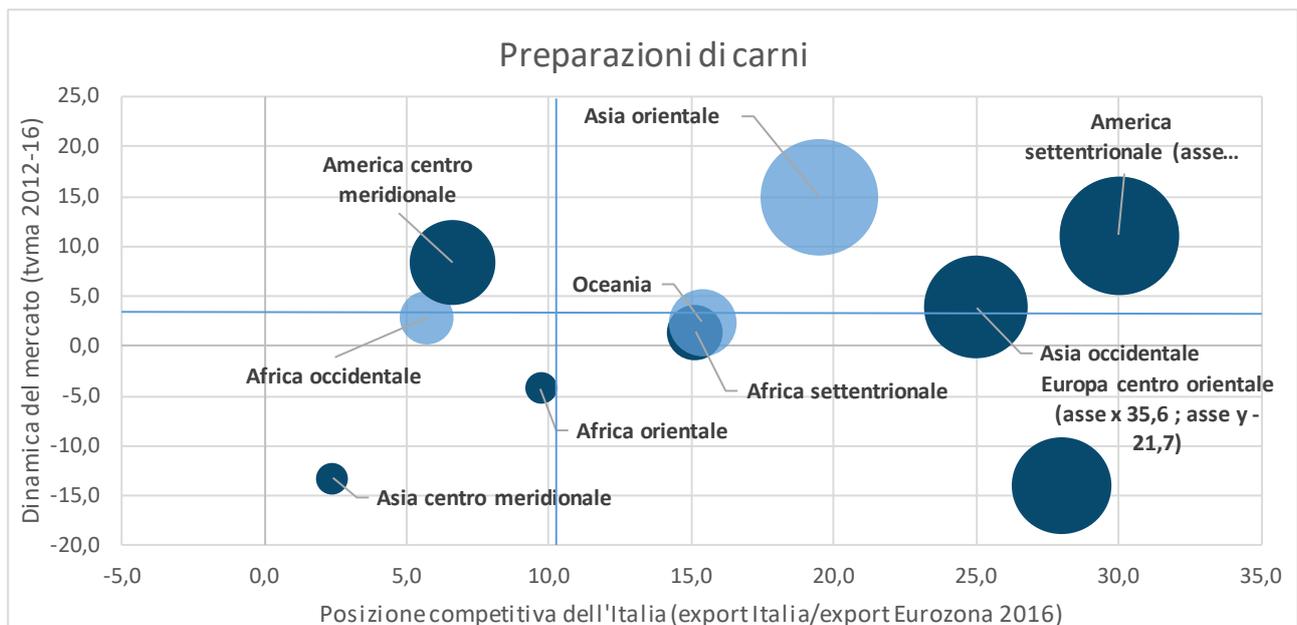
Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per il comparto delle preparazioni di carni e pesce (tabella 30 e figura 28) il mercato delle esportazioni dell'Eurozona appare piuttosto limitato e pari a poco più di 10 miliardi di euro (il 3% del totale agroalimentare); di questi il 90% è diretto verso la Ue a 28, dove tuttavia non risulta per l'Italia un potenziale di mercato non sfruttato (l'indicatore assume valore negativo). Le aree alle quali sembra interessante dedicare una verifica delle opportunità di mercato sono, quindi, l'America settentrionale e l'Asia orientale; in quest'ultima però la performance dell'Italia è peggiorata molto nel periodo considerato; anche in Asia

occidentale tutti gli indicatori sono positivi, sebbene il mercato sia più piccolo e sia cresciuto poco più della media di tutte le aree.

È evidente che quelle fino ad ora rappresentate sono indicazioni molto generali, che richiedono ulteriori analisi per identificare l'esistenza di effettive opportunità di mercato; un altro passo in questa direzione è quello di dettagliare l'analisi del potenziale non sfruttato per i singoli paesi dell'area e per i singoli prodotti che compongono il comparto. Ad esempio, si è provato a replicare la valutazione del potenziale non sfruttato per tutti le voci di prodotto a 4 cifre del comparto delle preparazioni di carni e pesce nei paesi dell'Asia orientale e dell'America settentrionale. Tale elaborazione evidenzia come per la voce "salsicce, salami e prodotti simili" esista un potenziale non sfruttato significativo in Cina, Cambogia, Corea del Sud, Mongolia, Malaysia, Singapore e Taiwan (figura 29). Nel caso dell'America settentrionale, inoltre, si stima un possibile lieve ampliamento della quota italiana di "salsicce, salami e prodotti simili" sui mercati statunitensi e di quella delle "preparazioni e conserve di carni" (prevalentemente prosciutti cotti) nel mercato canadese (figura 30).

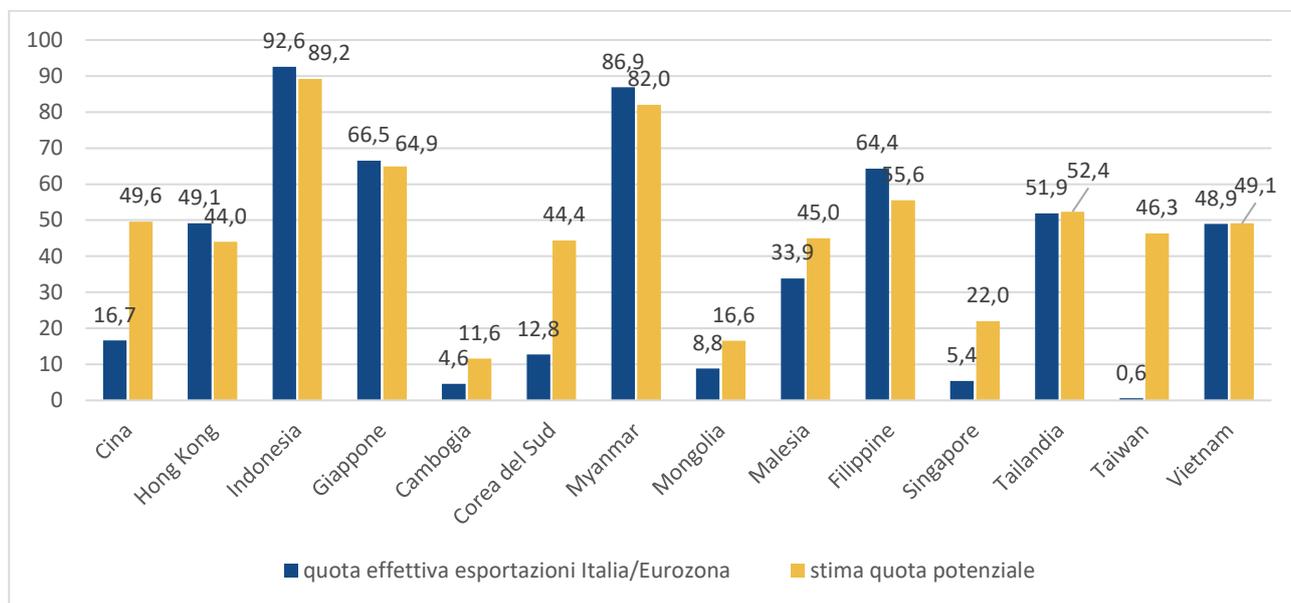
Figura 28 - Preparazioni di carne e pesce: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

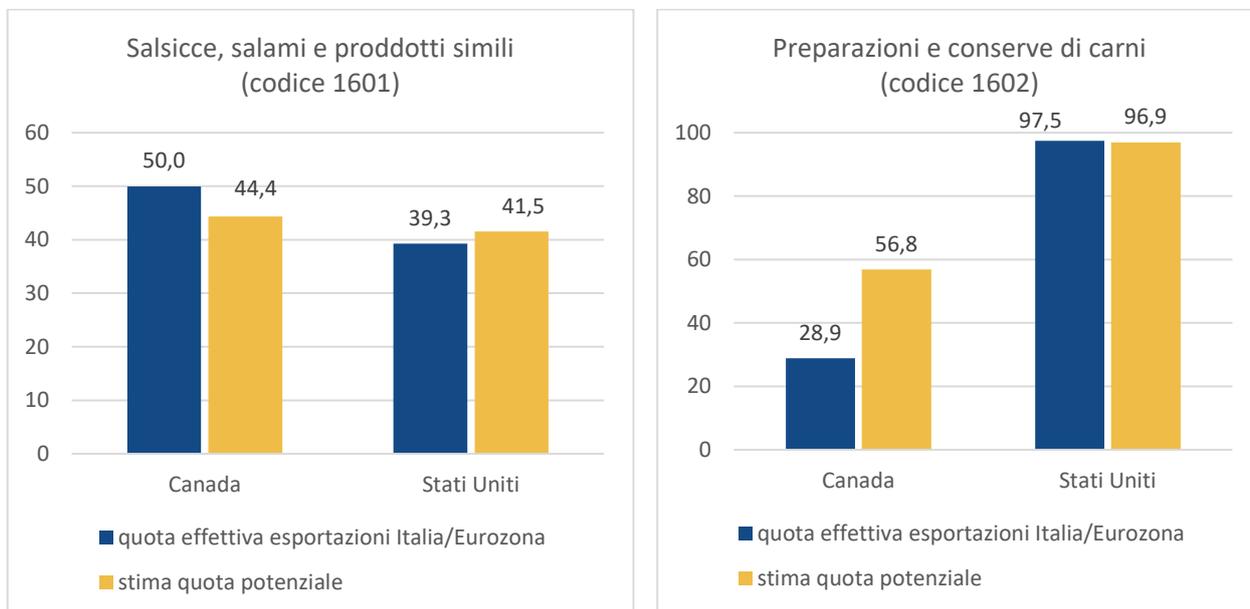
Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 29 - Salsicce, salami e prodotti simili (codice 1601): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'Asia orientale



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 30 - Preparazioni di carne e pesce (dettaglio per le più rilevanti voci HS4): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'America settentrionale



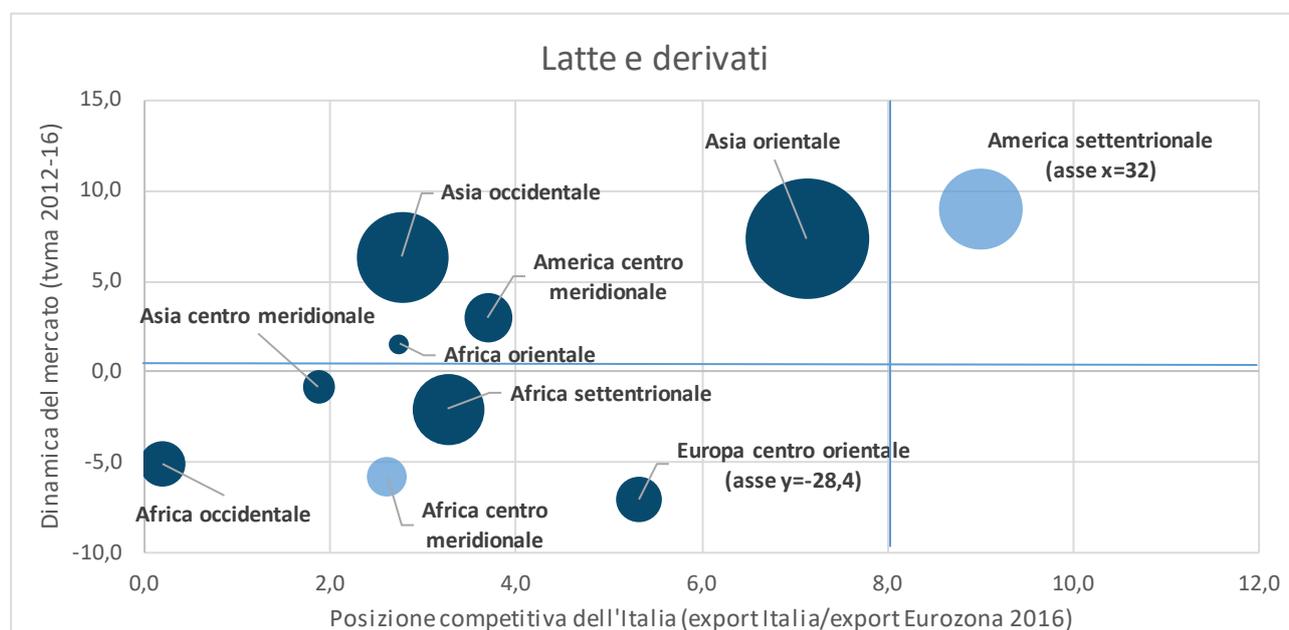
Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Nel comparto del latte e derivati, la dimensione del mercato delle esportazioni dell'Eurozona supera i 34 miliardi di euro (l'11% del totale agroalimentare) e vede sempre la Ue a 28 assorbita la quota prevalente (il 78%) dove, anche in questo caso, il potenziale di mercato non sfruttato per l'Italia risulta negativo.

In generale per questo comparto il potenziale di mercato non sfruttato è piuttosto contenuto (tabella 18 e figura 31), ad eccezione dell'area dell'Europa centro-orientale dove l'indicatore assume il valore più elevato.

Quest'area, tuttavia, è caratterizzata da una dinamica di mercato decisamente negativa negli ultimi anni, per le ragioni più volte esposte in questo Rapporto e cioè la situazione di difficoltà economica del paese e l'embargo verso alcuni prodotti agroalimentari importati introdotto nell'agosto 2014³⁰. Digni di approfondimento sono anche gli indicatori relativi all'Asia occidentale e orientale e all'America settentrionale; in quest'ultima l'Italia, come per le carni fresche, ha una quota di mercato elevata ma ha registrato un insuccesso competitivo negli ultimi anni. Per l'Asia occidentale e orientale gli indicatori risultano tutti positivi – anche se nel primo caso il potenziale di quota non sfruttato risulta molto basso – con una crescita consistente del mercato per latte e derivati provenienti dall'Eurozona (rispettivamente +6,3% e +7,3% medio annuo); le esportazioni dell'Italia verso queste aree rappresentano rispettivamente il 2,8% e 7,1% delle esportazioni dell'Eurozona, con un valore della quota di mercato effettiva inferiore alla media mondiale del comparto, ma aumentata nel quinquennio di oltre 1 punto in entrambe le aree.

Figura 31 - Latte e derivati: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



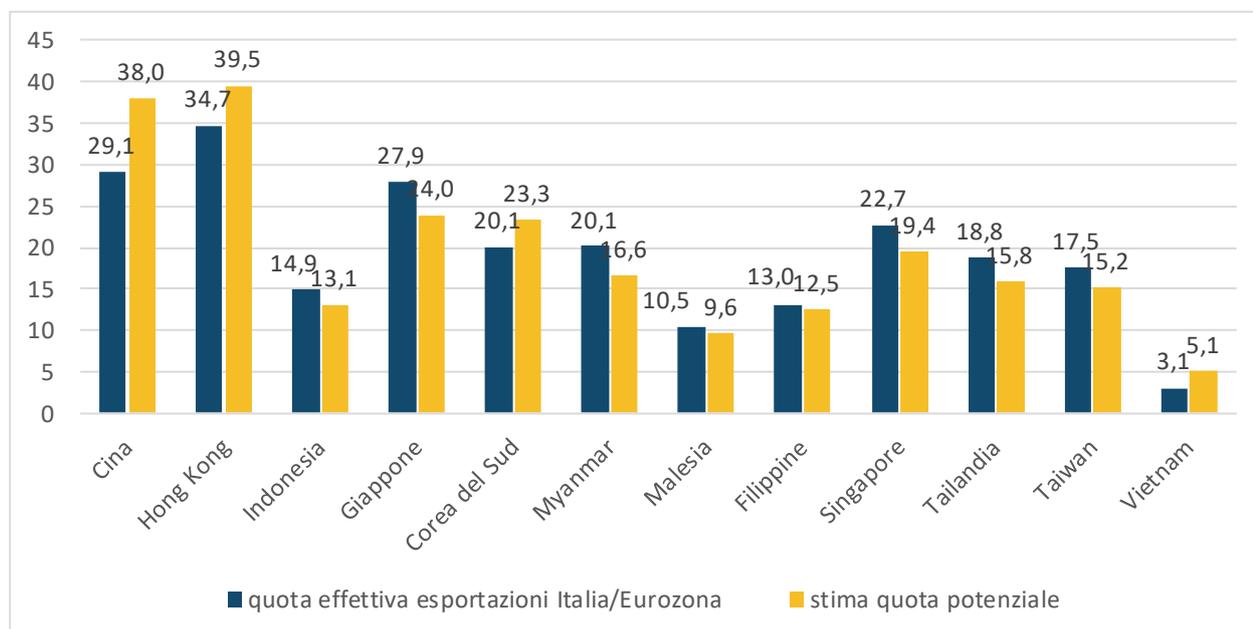
La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per questo comparto, l'elaborazione di dettaglio delle voci commerciali del comparto evidenzia un potenziale non sfruttato per i "formaggi e latticini" nell'area dell'Asia orientale, da riferire in particolare a Cina, Hong Kong e Corea del Sud, mentre per gli altri paesi risulterebbe un mercato già saturo (figura 32). In America settentrionale, e in particolare in Canada e Stati Uniti, per lo stesso segmento produttivo si rileva una quota di mercato piuttosto elevata ma risulta del tutto assente un potenziale di mercato.

³⁰ Cfr. paragrafo 3.2.1, nota 8.

Figura 32 - Formaggi e latticini (codice 0406): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'Asia orientale

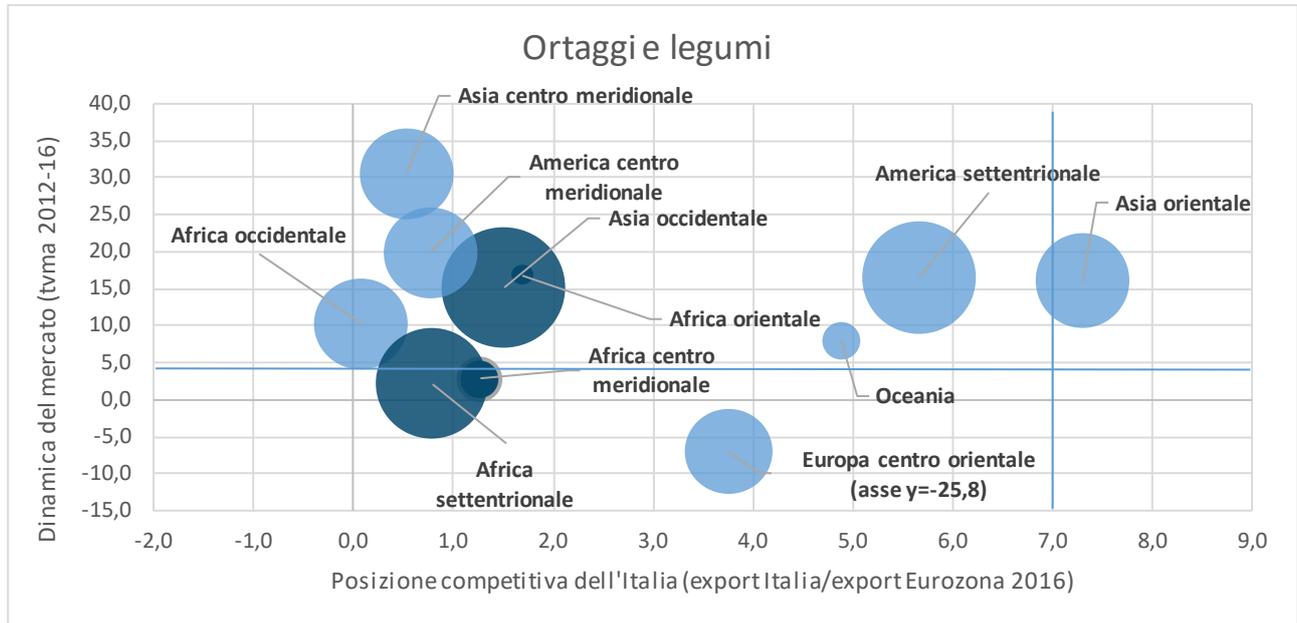


Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per il comparto degli ortaggi e legumi, con una dimensione di mercato complessiva per le esportazioni dell'Eurozona di poco inferiore a 22 miliardi di euro (il 7% del totale agroalimentare), di cui l'88% orientato verso la Ue a 28, la lettura dei dati relativi al potenziale non sfruttato riportati nella tabella 21 non fa emergere significative opportunità di mercato in gran parte delle aree territoriali esaminate. Solo per America settentrionale e Asia orientale il potenziale non sfruttato raggiunge livelli di rilievo; in queste aree, infatti, a fronte di una posizione competitiva dell'Italia rispetto ai concorrenti dell'Eurozona non particolarmente elevata (e che si è ridotta tra il 2012 e il 2016), la forte dinamicità del mercato le indica come aree di interesse per approfondimenti sugli sbocchi potenziali per le esportazioni italiane (figura 33).

L'analisi di maggior dettaglio per questo comparto fa emergere osservazioni degne di nota per le voci "ortaggi freschi e refrigerati" e "ortaggi e legumi congelati" in Asia orientale; per entrambe e per tutti i paesi dell'area sembrano emergere, infatti, potenzialità di sviluppo significative per la quota di mercato italiana (figura 34). In America settentrionale, inoltre, si evidenzia la possibilità di un ampliamento della quota italiana in Canada, attualmente estremamente bassa (pari all'1,6% delle esportazioni dell'Eurozona), mentre negli Stati Uniti, dove la quota di mercato è più consistente (13,9%), non si evidenziano margini di ampliamento.

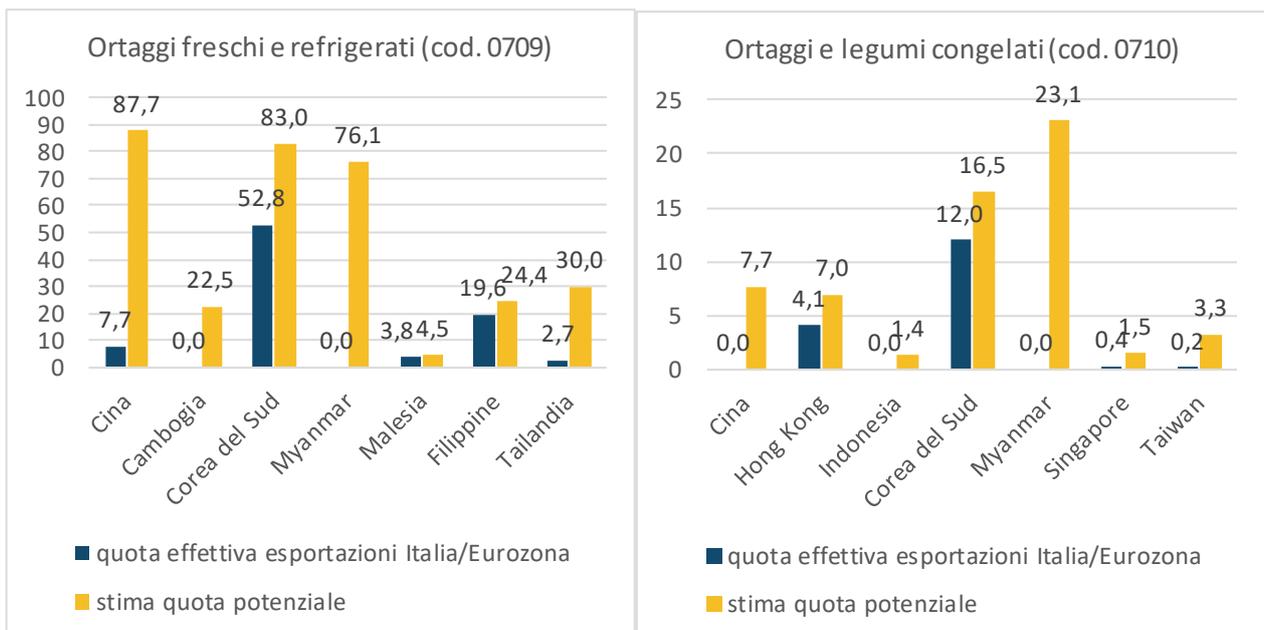
Figura 33 - Ortaggi e legumi: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

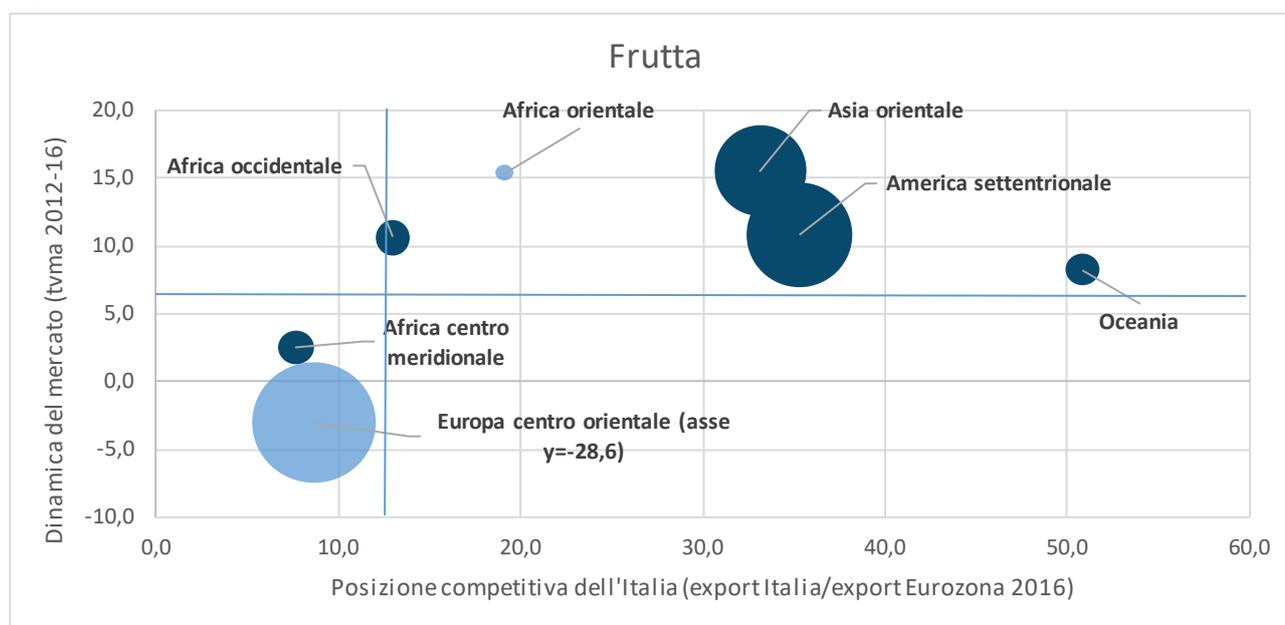
Figura 34 - Ortaggi e legumi (dettaglio per le più rilevanti voci HS4): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'Asia orientale



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per il comparto della frutta i valori dell'indicatore del potenziale non sfruttato sono piuttosto alti in diverse delle aree riportate nella tabella 22. Le esportazioni complessive di frutta dell'Eurozona superano i 26 miliardi di euro (l'8% del totale agroalimentare), dei quali oltre 23 miliardi sono indirizzati sui mercati comunitari, area nella quale l'Italia non risulta avere un potenziale non sfruttato. Gli altri mercati di maggiore dimensione sono l'Europa centro-orientale, l'America settentrionale e l'Asia orientale, mentre le altre aree hanno un'importanza molto più bassa come mercato di sbocco per questo comparto. L'analisi congiunta dei dati rafforza l'indicazione di approfondire le opportunità in America settentrionale e Asia orientale; per questi territori, infatti, si è registrata una crescita media annua del mercato per la frutta proveniente dall'Eurozona rispettivamente del 10,9% e 15,5%, le esportazioni dell'Italia in queste aree rappresentano oltre il 30% delle esportazioni dell'Eurozona e tra il 2012 e il 2016 la quota dell'Italia è aumentata del 9% in Asia orientale e del 3% in America Settentrionale. È da osservare anche il ruolo dell'Oceania per la quale più della metà delle importazioni dall'Eurozona proviene dall'Italia.

Figura 35 - Frutta: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane

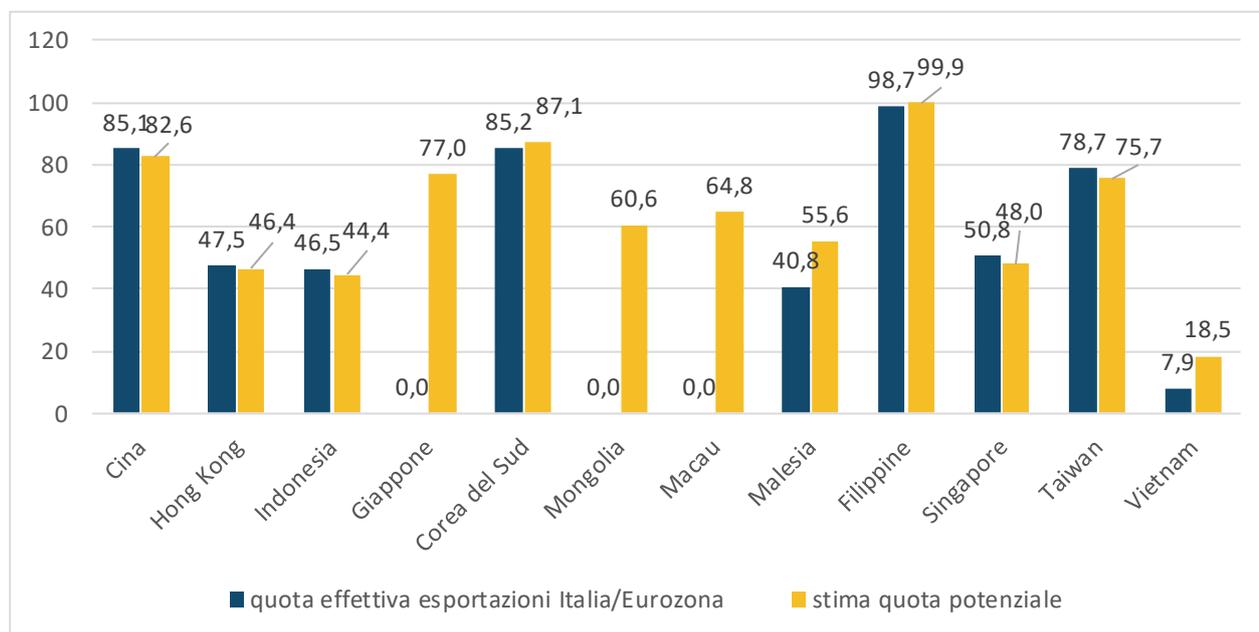


La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

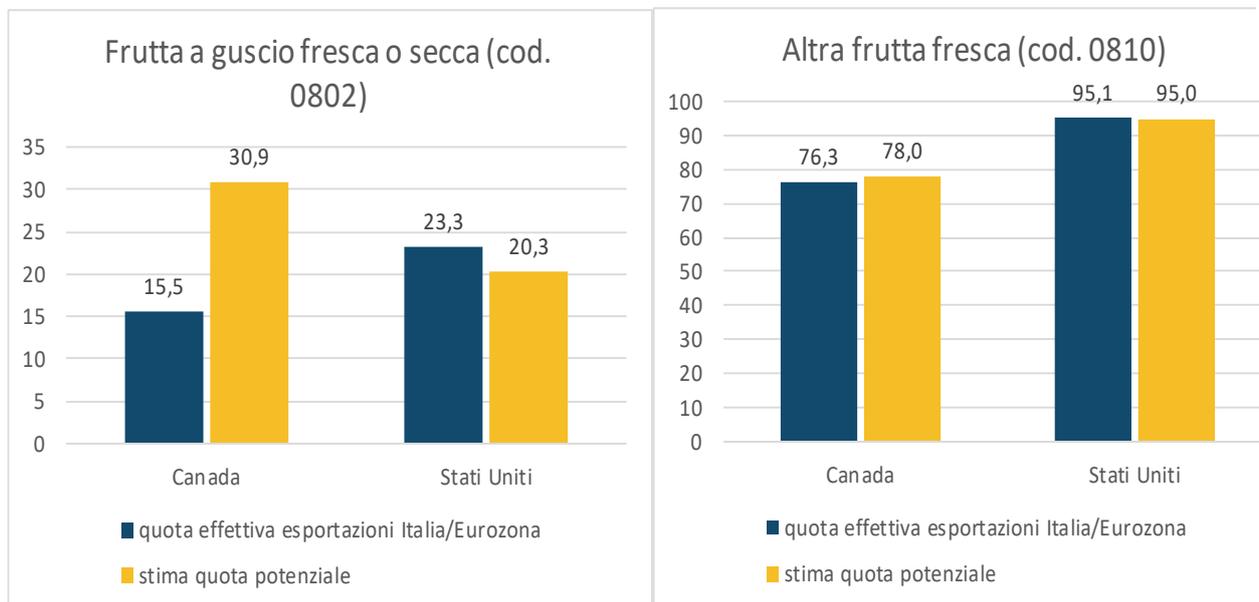
Anche per il comparto della frutta, quindi, sono in Asia orientale e in America settentrionale i mercati verso i quali rivolgere una particolare attenzione; in particolare, emergono maggiori possibilità in termini di ampliamento della quota di mercato per la "frutta a guscio" e l'"altra frutta fresca", quest'ultima rappresentata principalmente dai kiwi. Per tutti i paesi dell'Asia orientale emerge solo per la voce "altra frutta" si registra una quota potenziale sempre maggiore di quella effettiva, con particolare riferimento a Giappone, Mongolia e Macau (figura 36). Per l'America settentrionale, invece, un miglioramento della posizione detenuta dall'Italia si potrebbe realizzare solo in Canada sia per "altra frutta", sia soprattutto per la "frutta a guscio" (figura 37).

Figura 36 - Altra frutta fresca (cod. 0810): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'Asia orientale



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 37 - Frutta (dettaglio per le più rilevanti voci HS4): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'America settentrionale



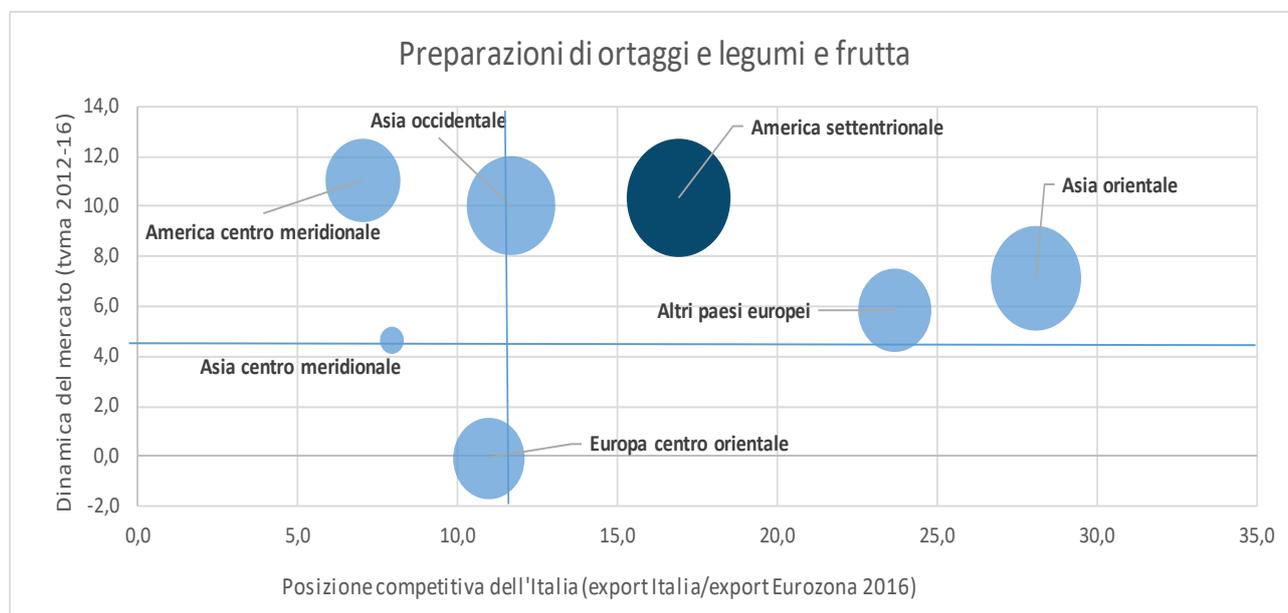
Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Anche per le preparazioni di ortaggi, legumi e frutta è da sottolineare il ruolo dell'Ue a 28, area verso cui è indirizzato quasi l'80% dei 21 miliardi di euro che costituiscono la dimensione del mercato internazionale per l'Eurozona (pari al 6% del totale agroalimentare). Ma è ancora l'America settentrionale che rappresenta il territorio più attrattivo per le esportazioni italiane, dove tutti gli indicatori risultano di un certo rilievo, sia in termini assoluti sia dinamici (tabella 34). Sebbene il potenziale non sfruttato sia piccolo, è interessante

evidenziare anche il ruolo dell'Asia orientale, verso la quale le esportazioni dell'Italia incidono per il 28% su quelle complessive dell'Eurozona, benché in flessione nell'ultimo quinquennio (figura 38).

All'interno di questo comparto si evidenziano dati più significativi per: "pomodori preparati e conservati", rappresentati in larga misura da pomodori pelati e passate e concentrati; "ortaggi e legumi preparati e conservati" in cui una voce di rilievo dell'export nazionale è da riferire ai fagioli in scatola; "frutta trasformata", sostanzialmente rappresentata dalla frutta sciroppata; "succhi di frutta". In America settentrionale si osservano possibilità di espansione in Canada per tutti i prodotti prima elencati ad eccezione dei pomodori, per i quali l'Italia rappresenta l'unico fornitore per l'intera Eurozona, con il 99% del mercato; negli Stati Uniti, al contrario, un potenziale di quota non sfruttato si registra solo per i pomodori preparati e conservati.

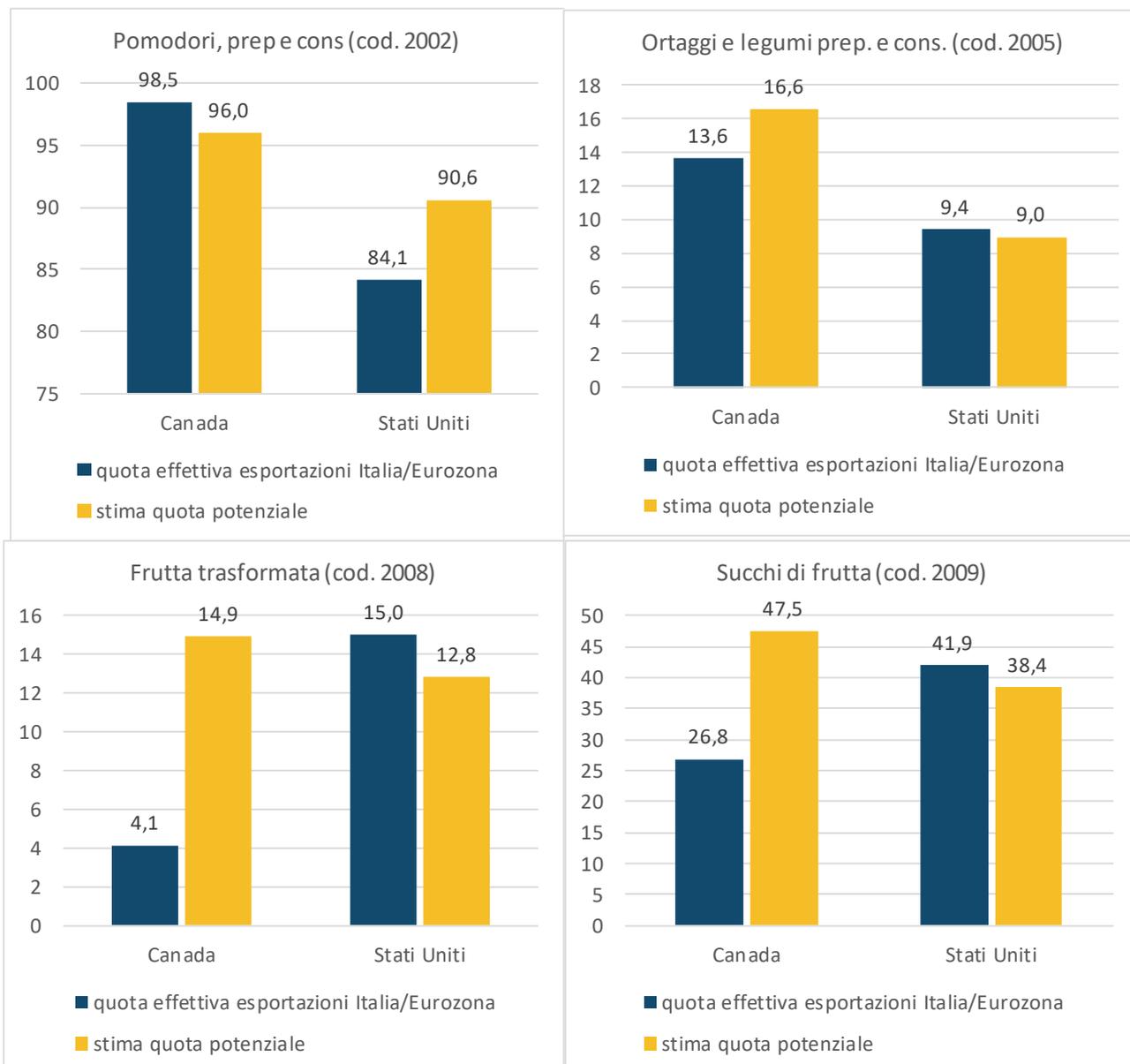
Figura 38 - Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 39 - Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta (dettaglio per le più rilevanti voci HS4): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'America settentrionale

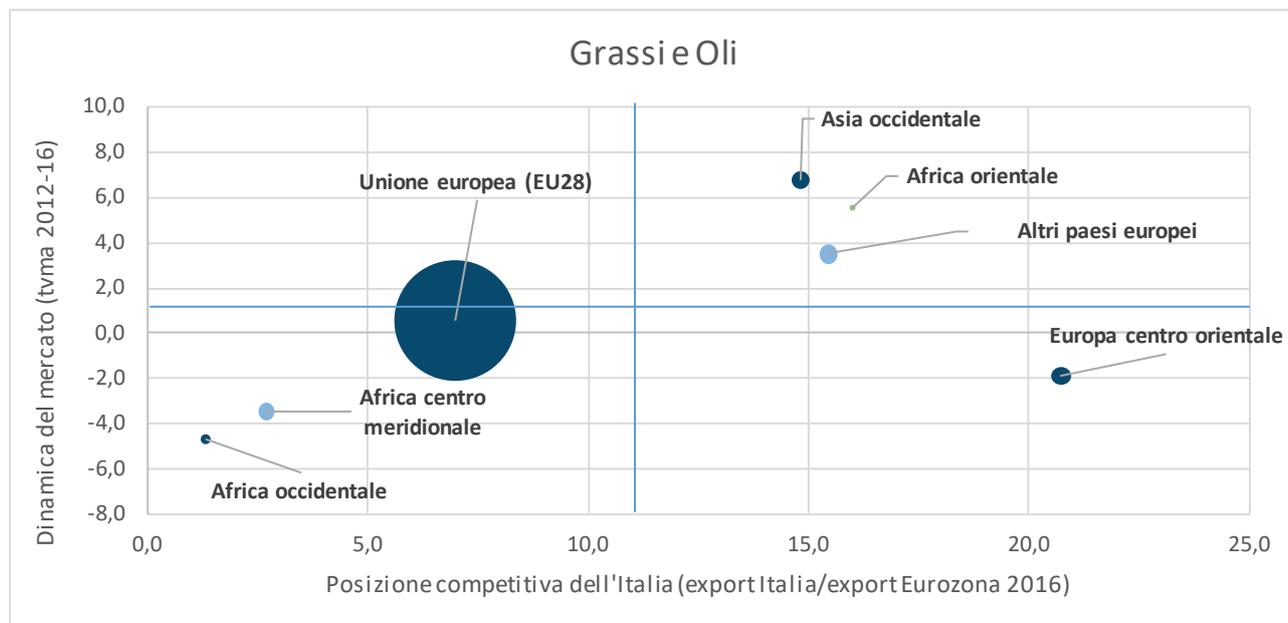


Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per quanto riguarda gli **oli e grassi** (tabella 29) a differenza dei comparti commentati in precedenza, un valore positivo del potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane emerge anche nell'area dell'UE a 28; quest'area, anche se rappresenta il 74% del mercato totale inteso come valore delle esportazioni di oli e grassi dell'intera Eurozona (17 miliardi di euro pari al 6% del totale agroalimentare), in prima analisi non è stata presa in considerazione per un ulteriore approfondimento, dato il basso valore di crescita media annua della domanda per il comparto. Più interessante, invece, sembrerebbe l'Asia occidentale, dove la domanda è dinamica e si osserva anche una performance positiva dell'Italia, che soddisfa quasi il 15% delle importazioni dall'Eurozona. Tuttavia, approfondendo l'analisi per l'olio di oliva di pressione (vergine, extravergine e lampante) nei principali paesi di sbocco in Asia occidentale – cioè Arabia Saudita, Emirati Arabi e Israele – non emerge un potenziale ampliamento dell'attuale quota di mercato.

Anche l'area degli altri paesi europei mostra un potenziale di mercato non sfruttato piuttosto significativo, il più elevato tra i paesi oggetto di osservazione; in questo caso tutti gli indicatori sono di segno positivo fatta eccezione di quello riferito al successo competitivo dell'Italia: negli ultimi cinque anni infatti la quota dell'export nazionale in questi paesi rispetto a quello dell'Eurozona è risultata in lieve flessione.

Figura 40 - Oli e grassi: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



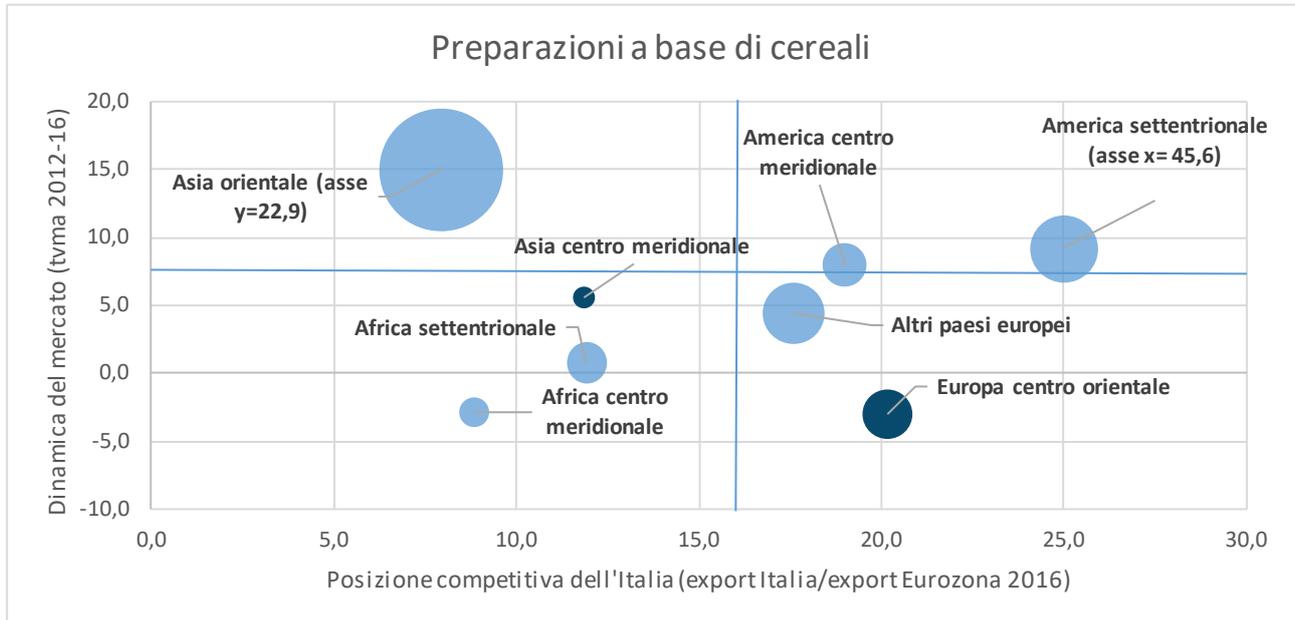
La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Per le **preparazioni a base di cereali** si osserva una dimensione del mercato estero per l'Eurozona di 27,7 miliardi di euro, pari al 9% del totale agroalimentare. Per questo comparto si rileva un potenziale non sfruttato piuttosto limitato in tutti gli aggregati territoriali esaminati. In America settentrionale (tabella 33) la posizione competitiva dell'Italia è molto elevata: il 46% delle esportazioni dell'Eurozona di questi prodotti è infatti di provenienza nazionale; tuttavia tra il 2012 e il 2016 si è registrato un insuccesso competitivo dell'Italia, con una riduzione della quota di mercato di 1,7 punti. L'Asia orientale, che ha la dimensione del mercato più rilevante rispetto agli altri territori osservati, ha mostrato una crescita della domanda per le preparazioni a base di cereali provenienti dall'Eurozona del 23% medio annuo; la quota delle esportazioni italiane verso quei territori (il 7,9%) è tuttavia risultata in flessione. Un medesimo risultato a quello appena descritto si osserva nell'area degli altri paesi europei.

I valori più consistenti delle esportazioni italiane del comparto sono riconducibili alle "paste alimentari" e ai "prodotti della panetteria, pasticceria e biscotteria". Nei paesi dell'Asia orientale si osserva un divario tra quota effettiva e potenziale molto limitato e lievemente positivo solo per Cina, Hong Kong e Indonesia. Al contrario, per i "prodotti della panetteria, pasticceria e biscotteria" solo il Giappone potrebbe configurarsi come un mercato su cui eventualmente concentrare azioni di sviluppo delle esportazioni dei prodotti italiani.

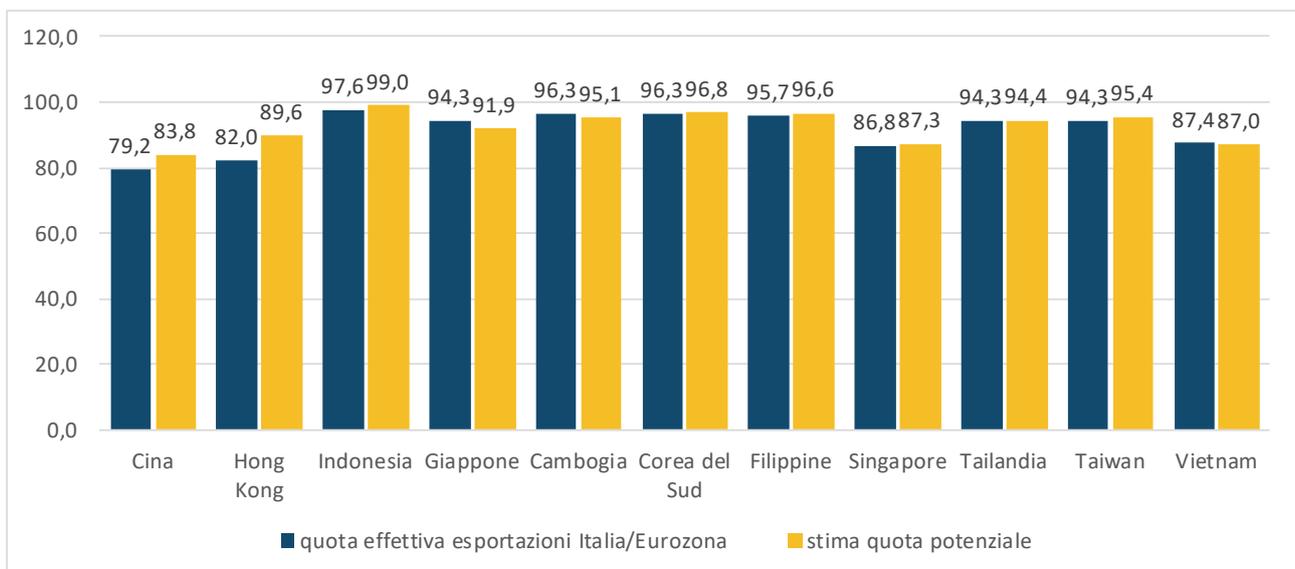
Figura 41 - Preparazione a base di cereali: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

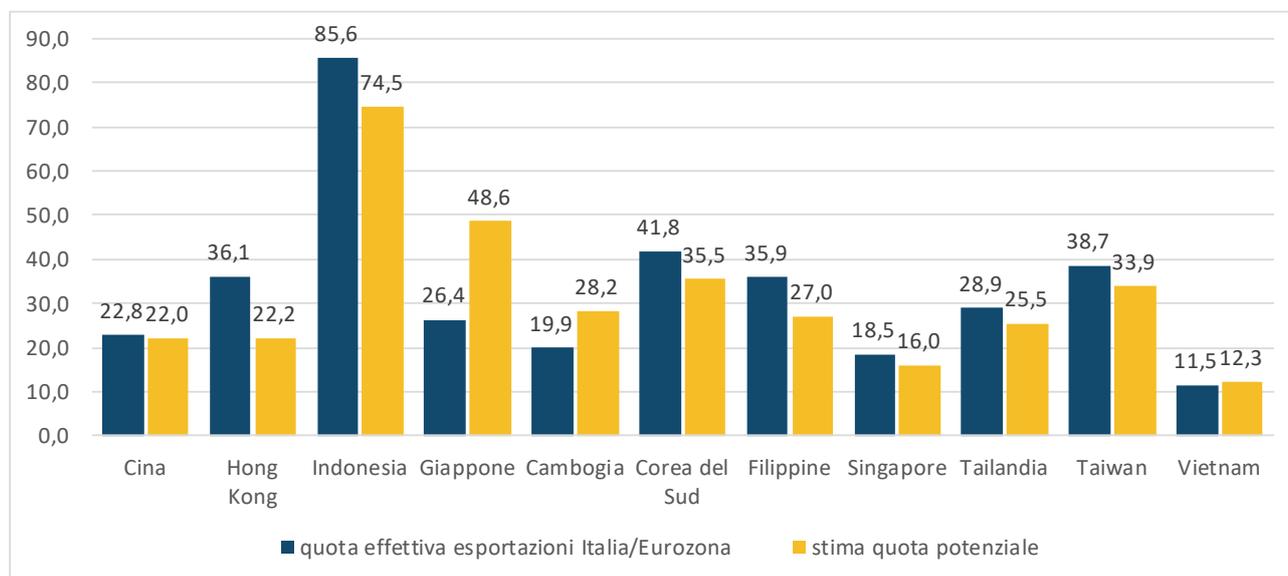
Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 42 - Paste alimentari (cod. 1902): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'Asia orientale



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 43 - Prodotti della panetteria, pasticceria, biscotteria (cod. 1905): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'Asia orientale

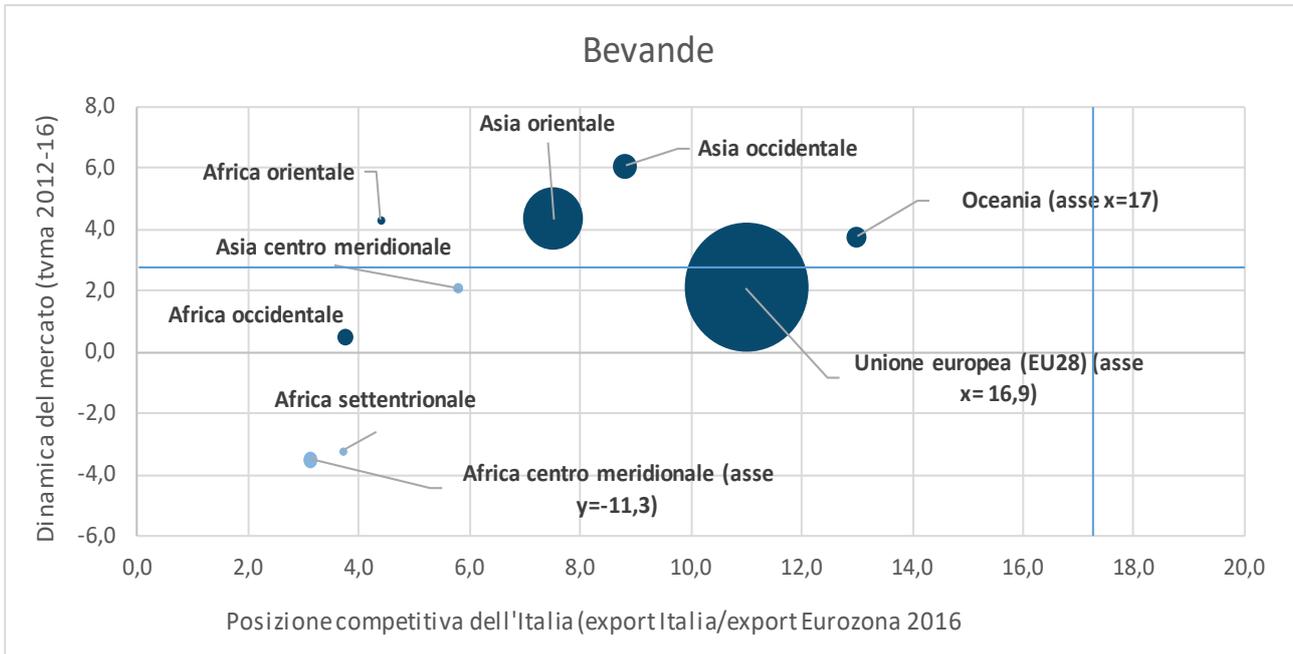


Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Infine, le bevande rappresentano la quota più consistente del valore complessivo dell'export agroalimentare dell'Eurozona con il 15% del totale, pari a 49,3 miliardi di euro (tabella 36). Tralasciando l'UE a 28, che assorbe circa la metà delle esportazioni totali dell'Eurozona e dove risultano un limitato potenziale non sfruttato e una dinamica della domanda non particolarmente elevata, le aree più interessanti per l'analisi delle opportunità sono l'Asia orientale e quella occidentale e, inoltre, l'Oceania; in esse, infatti, gli indicatori risultano sempre positivi per la dinamica del mercato, la posizione e il successo competitivo dell'Italia.

Il segmento produttivo più rilevante per l'intero comparto è quello dei "vini" per i quali, nel caso dei paesi dell'Asia orientale, sembrerebbe sussistere un potenziale di crescita della quota italiana in Indonesia, Corea del Sud e Thailandia. Nel caso dell'America settentrionale, il complesso dell'area esprime un potenziale di quota non sfruttato negativo, ma negli Stati Uniti appare un segno positivo dell'indicatore. Questo paese si configura già come il principale mercato di sbocco della produzione italiana, ma è verosimile ipotizzare la presenza di un potenziale di quota non sfruttato in alcuni dei suoi stati confederati.

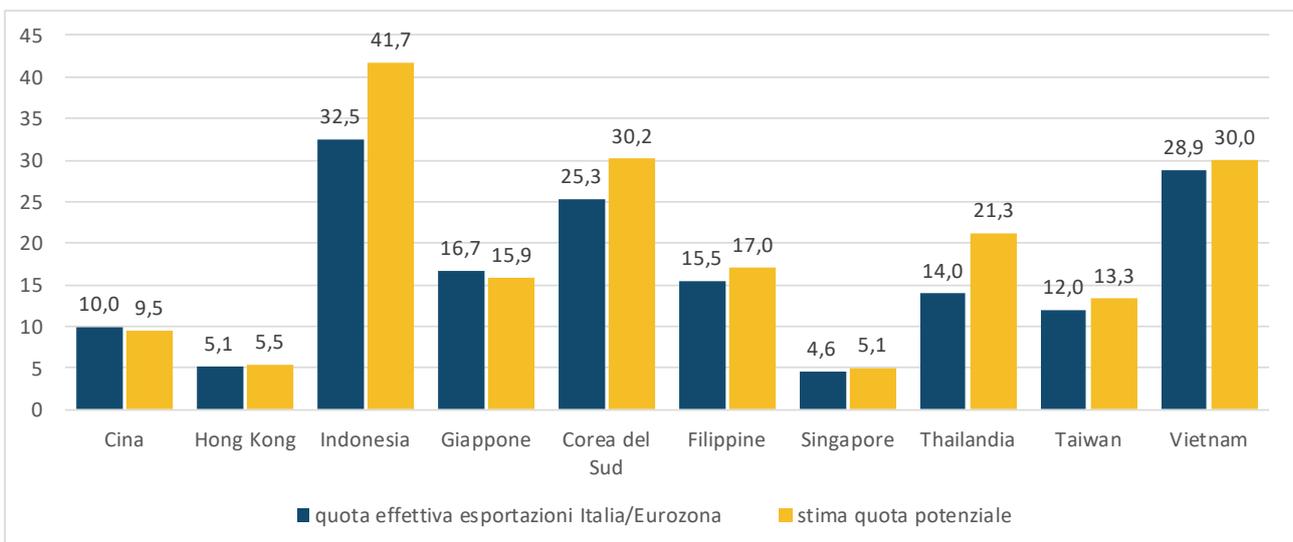
Figura 44 - Bevande: aree mondiali con potenziale non sfruttato per le esportazioni italiane



La grandezza della bolla indica la dimensione del mercato cioè il valore delle esportazioni dell'Eurozona verso ciascun'area. Le bolle blu scuro indicano successo competitivo per l'Italia nell'area nel periodo 2012-16; le azzurre insuccesso. La linea orizzontale indica la crescita media del mercato delle carni nel periodo 2012-16 e la linea verticale la quota di mercato dell'Italia nel mondo per il comparto nel 2016.

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Figura 45 - Vini (cod. 2204): quota di mercato effettiva e stima della quota potenziale nei paesi dell'Asia orientale



Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 17 - Animali vivi (Capitolo 01)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	3,84	8	-7,9	0,1	0,1
Africa occidentale	02	0,68	17	17,7	0,5	0,5
Africa orientale	03	1,42	13	14,8	0,0	0,0
Africa settentrionale	04	-0,10	439	18,7	0,4	-0,1
Asia centro meridionale	08	0,44	39	8,6	0,2	-0,5
Asia occidentale	09	0,01	288	10,9	0,8	0,3
Asia orientale	10	3,30	126	10,7	0,6	-0,2
Unione europea (EU28)	11	-0,14	6.142	0,7	0,9	0,0
Europa centro orientale	12	-2,19	339	-1,8	3,0	2,2
Altri paesi europei	13	1,52	77	2,5	2,9	-0,9
America settentrionale	41	1,93	433	19,7	0,1	-0,1
America centro meridionale	42	2,15	42	23,6	0,1	-0,1
Oceania	50	8,69	11	2,8	0,0	-4,1
Totale		0,00	7.972	2,6	0,9	0,0

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 18 - Carni fresche, congelate e frattaglie commestibili (Capitolo 02)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	-3,36	388	0,9	5,6	1,3
Africa occidentale	02	-9,02	239	-6,4	11,6	-1,9
Africa orientale	03	6,65	23	-6,0	13,8	8,9
Africa settentrionale	04	31,92	70	22,7	3,1	-5,0
Asia centro meridionale	08	28,30	13	-18,5	8,4	-5,8
Asia occidentale	09	13,86	306	-5,3	2,9	0,9
Asia orientale	10	-0,62	5.060	24,8	3,4	-0,5
Unione europea (EU28)	11	-1,14	25.753	0,3	6,1	0,6
Europa centro orientale	12	12,68	279	-36,0	8,3	3,9
Altri paesi europei	13	7,94	446	4,5	11,4	1,2
America settentrionale	41	26,69	255	19,7	32,2	-16,1
America centro meridionale	42	9,11	145	25,6	7,4	-9,3
Oceania	50	7,23	153	15,8	9,5	-1,1
Totale		0,00	33.130	1,7	6,0	0,4

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 19 - Pesci, crostacei e molluschi (Capitolo 3)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	2,99	58	-12,1	0,2	0,0
Africa occidentale	02	0,30	307	-5,2	0,1	0,0
Africa orientale	03	0,9	125	-15,4	0,0	0,0
Africa settentrionale	04	-1,00	227	1,8	4,7	-3,0
Asia centro meridionale	08	19,28	6	-9,5	2,4	-1,0
Asia occidentale	09	12,85	83	10,8	1,3	-0,4
Asia orientale	10	0,81	753	3,6	3,3	-0,2
Unione europea (EU28)	11	-0,85	10.246	6,5	3,6	0,0
Europa centro orientale	12	0,05	131	-9,5	11,7	6,6
Altri paesi europei	13	0,11	307	8,0	6,9	-0,8
America settentrionale	41	15,26	304	22,5	0,4	-0,3
America centro meridionale	42	5,24	107	-5,1	0,1	-0,3
Oceania	50	48,47	6	11,9	2,9	1,1
Totale		0,00	12.662	5,2	3,5	0,1

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 20 - Latte e derivati (Capitolo 04)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	2,20	239	-5,8	2,6	0,7
Africa occidentale	02	2,14	325	-5,1	0,2	0,0
Africa orientale	03	8,14	60	1,5	2,7	0,8
Africa settentrionale	04	3,30	753	-2,1	3,3	2,4
Asia centro meridionale	08	3,55	166	-0,8	1,9	0,0
Asia occidentale	09	3,62	1.256	6,3	2,8	1,1
Asia orientale	10	1,36	2.257	7,3	7,1	1,4
Unione europea (EU28)	11	-0,81	26.733	1,0	7,4	1,1
Europa centro orientale	12	18,54	320	-28,4	5,3	1,0
Altri paesi europei	13	-1,98	629	2,6	23,6	-0,9
America settentrionale	41	0,98	1.034	9,0	32,0	-6,1
America centro meridionale	42	6,06	356	3,0	3,7	-0,3
Oceania	50	-0,44	287	16,0	14,1	-6,0
Totale		0,00	34.416	1,0	8,0	1,2

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 21 - Altri prodotti di origine animale (Capitolo 05)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	2,96	11	5,8	1,4	-2,2
Africa occidentale	02	-13,27	5	8,1	21,0	13,1
Africa orientale	03	6,5	2	15,6	9,0	-9,0
Africa settentrionale	04	1,64	35	-7,2	4,5	-6,4
Asia centro meridionale	08	-15,88	10	9,4	20,5	7,2
Asia occidentale	09	-15,59	14	7,3	49,6	23,2
Asia orientale	10	-0,21	367	5,2	2,5	-0,9
Unione europea (EU28)	11	-0,28	1.516	-1,7	5,3	-0,2
Europa centro orientale	12	-3,04	38	-2,6	14,3	0,6
Altri paesi europei	13	2,87	60	-3,5	6,3	-0,2
America settentrionale	41	22,25	41	18,8	5,5	1,7
America centro meridionale	42	-8,47	57	-1,2	11,6	7,4
Oceania	50	21,47	6	-1,8	1,9	-4,6
Totale		0,00	2.162	-0,5	5,5	-0,1

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 22 - Piante vive e prodotti della floricoltura (Capitolo 06)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	26,72	7	-0,8	2,3	1,6
Africa occidentale	02	42,45	2	22,1	0,1	0,1
Africa orientale	03	26,2	4	-12,2	1,4	-0,4
Africa settentrionale	04	5,88	64	8,8	11,7	-0,9
Asia centro meridionale	08	-3,59	44	7,0	8,8	5,4
Asia occidentale	09	1,76	126	12,8	13,6	-9,5
Asia orientale	10	13,05	257	7,8	2,5	-0,2
Unione europea (EU28)	11	-0,42	8.872	3,3	5,1	-0,5
Europa centro orientale	12	-22,61	345	-9,0	31,3	22,2
Altri paesi europei	13	-2,87	561	0,0	8,6	-0,6
America settentrionale	41	23,84	226	4,1	3,4	0,7
America centro meridionale	42	6,99	91	4,2	1,9	0,0
Oceania	50	34,23	18	-1,4	0,2	0,0
Totale		0,00	10.619	2,8	6,2	0,1

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 23 - Ortaggi e legumi (Capitolo 07)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	12,93	39	2,9	1,3	0,2
Africa occidentale	02	2,14	189	10,3	0,1	-0,1
Africa orientale	03	27,16	9,8	16,9	1,7	0,4
Africa settentrionale	04	8,36	281	2,2	0,8	0,1
Asia centro meridionale	08	2,05	194	30,5	0,5	-1,0
Asia occidentale	09	10,70	334	15,1	1,5	0,5
Asia orientale	10	29,71	196	16,1	7,3	-1,2
Unione europea (EU28)	11	-1,99	18.943	5,0	7,2	0,3
Europa centro orientale	12	20,55	169	-25,8	3,8	-0,4
Altri paesi europei	13	-4,47	748	5,9	14,7	-1,2
America settentrionale	41	35,62	286	16,5	5,7	-2,6
America centro meridionale	42	9,04	188	20,0	0,8	-0,7
Oceania	50	34,70	34	8,0	4,9	-0,8
Totale		0,00	21.611	4,9	7,0	0,2

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 24 - Frutta commestibile e scorze di agrumi (Capitolo 08)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	29,77	28	2,5	7,7	3,8
Africa occidentale	02	16,62	28	10,6	12,9	3,0
Africa orientale	03	44,41	6,7	15,4	19,1	-10,4
Africa settentrionale	04	-22,55	351	5,0	50,4	1,6
Asia centro meridionale	08	-13,18	60	21,1	37,8	11,8
Asia occidentale	09	-9,03	406	18,9	40,1	2,2
Asia orientale	10	32,62	199	15,5	33,1	8,8
Unione europea (EU28)	11	-1,82	23.433	7,6	11,8	-1,2
Europa centro orientale	12	18,92	358	-28,6	8,6	-8,0
Altri paesi europei	13	-4,09	1.052	7,4	21,4	-2,8
America settentrionale	41	37,23	266	10,9	35,3	2,9
America centro meridionale	42	-3,30	217	12,6	26,7	10,0
Oceania	50	29,35	26	8,2	50,8	16,3
Totale		0,00	26.430	6,3	13,7	-1,0

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 25 - Caffè, Tè, spezie (Capitolo 09)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	-5,36	23	-1,4	34,3	3,8
Africa occidentale	02	15,23	11	-6,5	14,5	7,0
Africa orientale	03	27,0	4	2,2	25,4	9,8
Africa settentrionale	04	16,30	30	10,4	45,0	-16,6
Asia centro meridionale	08	-21,86	17	1,0	71,1	23,1
Asia occidentale	09	-3,12	107	14,7	45,5	0,3
Asia orientale	10	9,29	120	15,5	56,2	3,5
Unione europea (EU28)	11	-0,12	6.246	7,3	14,5	0,2
Europa centro orientale	12	-20,61	231	4,5	50,5	0,8
Altri paesi europei	13	4,27	228	-7,3	23,8	-8,8
America settentrionale	41	8,15	379	3,3	32,9	9,8
America centro meridionale	42	-3,82	99	26,5	24,1	-2,4
Oceania	50	-15,00	96	12,5	41,1	7,9
Totale		0,00	7.590	6,7	18,7	0,3

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 26 - Cereali (Capitolo 10)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	1,50	184	1,5	0,2	0,0
Africa occidentale	02	0,56	369	-3,5	0,0	0,0
Africa orientale	03	0,9	207	52,8	0,0	-0,2
Africa settentrionale	04	-4,62	1.852	2,4	5,4	2,7
Asia centro meridionale	08	3,80	46	90,3	1,5	-17,4
Asia occidentale	09	0,56	1.214	1,5	1,3	-0,4
Asia orientale	10	14,03	308	63,7	0,6	-1,8
Unione europea (EU28)	11	-0,80	8.315	-3,9	6,5	1,2
Europa centro orientale	12	-0,46	322	14,7	8,5	-3,3
Altri paesi europei	13	3,26	210	-5,7	13,1	6,4
America settentrionale	41	38,08	74	21,1	24,5	-11,9
America centro meridionale	42	1,66	192	8,1	3,5	0,3
Oceania	50	17,59	9	9,8	54,5	-0,2
Totale		0,00	13.301	-1,1	5,6	1,0

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 27 - Prodotti della macinazione dei cereali (Capitolo 11)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	-0,90	291	-4,0	1,3	-0,9
Africa occidentale	02	-1,34	150	-2,8	1,9	0,2
Africa orientale	03	-0,4	68	2,0	1,5	0,5
Africa settentrionale	04	-0,74	48	-10,0	12,2	-16,2
Asia centro meridionale	08	1,00	24	1,1	3,0	-0,3
Asia occidentale	09	-1,59	107	7,1	10,0	-5,0
Asia orientale	10	1,79	556	7,3	1,8	0,8
Unione europea (EU28)	11	-0,53	3.533	0,4	5,8	1,2
Europa centro orientale	12	2,46	122	0,7	5,6	0,2
Altri paesi europei	13	1,86	197	20,1	5,1	-3,0
America settentrionale	41	2,60	321	9,8	8,5	3,1
America centro meridionale	42	0,28	245	-1,2	1,3	0,8
Oceania	50	-2,88	27	6,5	18,5	10,9
Totale		0,00	5.690	1,5	5,1	0,7

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 28 - Semi e frutti oleosi (Capitolo 12)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	3,07	28	-1,8	4,0	0,8
Africa occidentale	02	2,62	25	-17,7	2,7	-26,3
Africa orientale	03	-6,0	21	-4,0	12,3	-1,1
Africa settentrionale	04	-2,78	152	-3,2	8,8	-2,2
Asia centro meridionale	08	-6,22	57	-10,2	9,3	3,6
Asia occidentale	09	-13,05	429	-14,4	17,0	0,4
Asia orientale	10	-5,12	198	5,0	23,4	4,3
Unione europea (EU28)	11	0,71	6.675	-0,6	3,8	0,2
Europa centro orientale	12	-4,73	391	-2,6	9,2	-2,2
Altri paesi europei	13	4,78	194	-5,0	6,5	0,8
America settentrionale	41	13,77	253	10,8	6,6	0,9
America centro meridionale	42	-1,71	162	-0,4	5,8	0,9
Oceania	50	-5,03	52	8,9	18,9	11,5
Totale		0,00	8.637	-1,6	5,6	-0,2

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 29 - Gomme, resine e altri succhi (Capitolo 13)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	0,89	19	-3,6	4,4	-4,2
Africa occidentale	02	7,54	7	-1,1	0,6	-1,7
Africa orientale	03	9,7	5	8,6	0,6	0,4
Africa settentrionale	04	11,17	27	0,9	3,1	-7,8
Asia centro meridionale	08	-8,18	25	7,0	11,6	-12,0
Asia occidentale	09	9,28	33	-4,7	9,8	-20,1
Asia orientale	10	-4,80	194	5,3	13,7	-2,1
Unione europea (EU28)	11	2,01	1.017	2,9	12,1	0,1
Europa centro orientale	12	0,10	98	10,0	8,0	1,6
Altri paesi europei	13	10,98	52	5,8	7,9	-6,4
America settentrionale	41	-5,48	316	10,6	15,3	3,5
America centro meridionale	42	-7,43	106	6,4	10,6	-2,5
Oceania	50	0,42	24	7,7	13,4	-2,1
Totale		0,00	1.922	4,7	12,1	-0,7

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 30 - Materie da intreccio et al. (Capitolo 14)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	5,36	0	-13,0	1,8	1,8
Africa occidentale	02	-12,97	0	20,9	17,0	-22,4
Africa orientale	03	10,4	0	0,3	1,4	1,4
Africa settentrionale	04	1,74	1	0,4	12,3	3,4
Asia centro meridionale	08	16,01	0	-34,3	0,0	-0,6
Asia occidentale	09	12,04	0	-8,0	27,2	-0,1
Asia orientale	10	13,37	1	-27,8	23,4	11,4
Unione europea (EU28)	11	0,39	84	8,0	3,9	-2,3
Europa centro orientale	12	5,96	1	-7,6	20,2	13,2
Altri paesi europei	13	7,71	2	-14,2	3,7	-9,9
America settentrionale	41	-11,68	8	14,2	22,3	22,3
America centro meridionale	42	3,64	2	5,0	0,1	-3,9
Oceania	50	31,61	0	17,0	0,0	-4,1
Totale		0,00	99	6,0	5,7	-0,9

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 31 - Grassi e oli vegetali e animali (Capitolo 15)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	0,67	277	-3,5	2,7	-0,7
Africa occidentale	02	4,74	98	-4,6	1,3	0,0
Africa orientale	03	3,04	28,9	5,6	16,0	1,0
Africa settentrionale	04	-1,81	558	0,6	9,3	4,8
Asia centro meridionale	08	-9,74	89	8,1	19,1	-1,3
Asia occidentale	09	6,92	282	6,8	14,8	3,6
Asia orientale	10	-9,85	871	9,5	30,2	-2,6
Unione europea (EU28)	11	2,85	13.812	0,6	7,0	0,9
Europa centro orientale	12	0,36	359	-1,9	20,7	3,4
Altri paesi europei	13	10,71	353	3,5	15,4	-0,7
America settentrionale	41	-19,80	1.322	12,4	48,8	-13,2
America centro meridionale	42	-3,49	445	3,3	10,4	2,0
Oceania	50	-4,29	165	4,8	24,2	1,3
Totale		0,00	18.659	1,7	11,9	1,6

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 32 - Preparazioni di carne e pesce (Capitolo 16)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	-10,24	103	-6,3	15,3	4,6
Africa occidentale	02	4,69	28	2,8	5,7	-3,0
Africa orientale	03	12,66	10,8	-4,2	9,7	5,0
Africa settentrionale	04	28,09	31	1,4	15,1	-1,8
Asia centro meridionale	08	25,12	10	-13,2	2,4	0,0
Asia occidentale	09	4,31	106	3,9	25,0	4,0
Asia orientale	10	21,38	138	14,9	19,5	-12,5
Unione europea (EU28)	11	-1,48	9.235	3,7	9,1	1,0
Europa centro orientale	12	1,77	98	-21,7	35,6	23,1
Altri paesi europei	13	-4,88	293	3,5	23,8	-1,4
America settentrionale	41	20,66	141	11,1	41,7	9,4
America centro meridionale	42	10,91	74	8,3	6,6	-0,4
Oceania	50	12,73	46	2,4	15,4	1,3
Totale		0,00	10.314	3,2	10,6	1,2

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 33 - Zucchero e prodotti a base di zucchero (Capitolo 17)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	0,89	52	6,3	2,1	0,2
Africa occidentale	02	1,77	42	-13,9	0,7	0,6
Africa orientale	03	3,1	6	-7,1	13,5	6,2
Africa settentrionale	04	0,28	103	-17,3	6,5	-3,4
Asia centro meridionale	08	-3,94	63	2,7	6,1	1,5
Asia occidentale	09	0,24	278	-6,6	3,8	0,2
Asia orientale	10	4,19	316	3,2	3,8	0,5
Unione europea (EU28)	11	-0,60	6.878	-1,9	4,1	0,7
Europa centro orientale	12	-3,68	210	8,9	10,1	-3,4
Altri paesi europei	13	3,92	223	-0,2	3,8	-1,7
America settentrionale	41	7,26	287	9,0	7,8	2,7
America centro meridionale	42	1,91	80	3,9	4,3	0,7
Oceania	50	1,69	68	3,6	5,9	2,0
Totale		0,00	8.605	-1,6	4,4	0,6

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 34 - Cacao e sue preparazioni (Capitolo 18)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	-8,24	63	7,5	21,8	0,0
Africa occidentale	02	11,59	16	9,7	15,8	4,9
Africa orientale	03	-9,4	21	12,5	35,3	15,5
Africa settentrionale	04	-5,17	161	0,7	27,4	3,6
Asia centro meridionale	08	-11,11	61	5,1	22,5	-3,6
Asia occidentale	09	-19,12	668	12,7	29,5	9,0
Asia orientale	10	-10,55	896	3,9	26,7	-0,6
Unione europea (EU28)	11	0,65	14.156	7,9	7,4	0,3
Europa centro orientale	12	-2,40	560	0,7	13,8	-0,2
Altri paesi europei	13	9,12	568	8,6	4,6	-0,2
America settentrionale	41	15,43	811	1,2	7,7	2,0
America centro meridionale	42	-3,64	163	1,1	19,1	-5,2
Oceania	50	-8,61	211	7,1	22,0	6,3
Totale		0,00	18.356	7,1	9,8	0,5

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 35 - Preparazioni a base di cereali (Capitolo 19)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	0,03	213	-2,8	8,8	-1,3
Africa occidentale	02	-1,52	447	3,8	4,4	-1,5
Africa orientale	03	-26,17	149,6	13,1	37,0	13,2
Africa settentrionale	04	8,12	374	0,8	11,9	-5,1
Asia centro meridionale	08	2,10	106	5,6	11,9	1,3
Asia occidentale	09	-7,34	1.307	7,9	18,5	0,4
Asia orientale	10	0,93	3.493	22,9	7,9	-6,1
Unione europea (EU28)	11	-0,24	18.402	4,8	15,6	-0,6
Europa centro orientale	12	4,74	578	-3,1	20,1	0,5
Altri paesi europei	13	4,66	903	4,4	17,6	-0,7
America settentrionale	41	3,85	1.046	9,2	45,6	-1,7
America centro meridionale	42	-4,85	447	7,9	19,0	-9,3
Oceania	50	-3,03	264	9,6	27,8	-5,9
Totale		0,00	27.728	6,5	16,1	-1,4

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 36 - Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta (Capitolo 20)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	-15,73	134	-3,7	27,3	-8,9
Africa occidentale	02	-18,59	80	-11,4	32,1	-29,3
Africa orientale	03	-10,99	34	5,1	37,6	-10,0
Africa settentrionale	04	-21,33	245	6,6	54,6	26,6
Asia centro meridionale	08	10,13	50	4,7	7,9	-0,1
Asia occidentale	09	1,22	693	10,1	11,7	-0,9
Asia orientale	10	0,37	737	7,1	28,1	-2,0
Unione europea (EU28)	11	-0,72	16.014	3,8	12,7	-1,0
Europa centro orientale	12	9,12	460	-0,1	11,0	-2,5
Altri paesi europei	13	4,49	479	5,9	23,7	-1,2
America settentrionale	41	14,49	985	10,4	16,9	1,8
America centro meridionale	42	1,14	486	11,0	7,0	-2,7
Oceania	50	-18,74	249	3,2	41,1	1,6
Totale		0,00	20.648	4,3	14,5	-0,9

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 37 - Preparazioni alimentari diverse (Capitolo 21)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	-1,86	265	1,1	5,2	1,2
Africa occidentale	02	0,84	246	8,1	1,5	-0,1
Africa orientale	03	1,1	118	7,9	3,4	-2,2
Africa settentrionale	04	3,55	382	8,6	6,0	0,1
Asia centro meridionale	08	4,17	83	-2,1	3,8	0,0
Asia occidentale	09	-1,18	760	9,5	9,4	2,0
Asia orientale	10	3,44	1.209	5,9	8,0	2,1
Unione europea (EU28)	11	-0,40	14.152	3,9	9,6	0,7
Europa centro orientale	12	-3,95	1.063	-1,4	10,9	3,5
Altri paesi europei	13	0,39	671	-0,9	14,1	3,5
America settentrionale	41	7,61	610	8,4	29,7	3,8
America centro meridionale	42	-2,97	539	11,9	8,2	-0,7
Oceania	50	-1,96	368	6,2	9,9	-5,9
Totale		0,00	20.466	4,1	10,0	1,0

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 38 - Bevande, liquidi alcolici e aceti (Capitolo 22)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	5,29	408	-11,3	3,1	-0,8
Africa occidentale	02	2,49	376	0,5	3,7	0,5
Africa orientale	03	14,11	102	4,3	4,4	0,2
Africa settentrionale	04	50,69	138	-3,2	3,7	-3,5
Asia centro meridionale	08	11,22	150	2,1	5,8	-0,2
Asia occidentale	09	15,49	881	6,1	8,8	2,3
Asia orientale	10	1,92	6.240	4,4	7,5	0,5
Unione europea (EU28)	11	3,58	25.320	2,1	16,9	0,9
Europa centro orientale	12	-0,30	1.279	-5,1	23,3	-1,5
Altri paesi europei	13	-7,79	2.021	2,3	30,3	2,7
America settentrionale	41	-12,04	10.849	6,9	23,4	0,6
America centro meridionale	42	-0,25	926	5,9	12,7	0,0
Oceania	50	0,96	662	3,8	17,0	3,2
Totale		0,00	49.350	3,1	17,3	0,9

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 39 - Residui e cascami delle industrie alimentari (Capitolo 23)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	2,61	91	2,4	1,4	-0,4
Africa occidentale	02	-0,07	88	9,7	2,9	2,3
Africa orientale	03	6,4	30	8,8	0,7	0,1
Africa settentrionale	04	-12,11	295	11,3	18,5	5,8
Asia centro meridionale	08	-6,75	134	16,4	9,1	6,6
Asia occidentale	09	-0,69	328	7,3	8,8	2,8
Asia orientale	10	-7,29	967	8,9	14,2	3,9
Unione europea (EU28)	11	0,40	12.560	0,2	4,0	0,6
Europa centro orientale	12	-9,65	574	-12,1	15,5	9,5
Altri paesi europei	13	2,70	456	1,5	6,3	3,9
America settentrionale	41	28,30	244	6,1	3,5	0,0
America centro meridionale	42	0,52	254	1,9	4,1	-4,3
Oceania	50	11,56	81	12,5	1,9	0,5
Totale		0,00	16.102	0,6	5,5	1,4

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella 40 - Tabacchi e succedanei del tabacco (Capitolo 24)

		Potenziale di quota non sfruttato	Dimensioni del mercato	Dinamica del mercato	Posizione competitiva dell'Italia	Successo competitivo dell'Italia
Africa centro meridionale	01	8,75	13	-23,8	12,7	5,5
Africa occidentale	02	0,50	150	5,9	0,9	0,4
Africa orientale	03	29,6	5	-15,5	0,0	-2,5
Africa settentrionale	04	5,40	201	-18,5	1,1	-1,6
Asia centro meridionale	08	1,46	22	0,7	9,8	-11,9
Asia occidentale	09	-0,25	1.153	2,9	2,2	1,4
Asia orientale	10	-29,83	1.226	-18,2	36,1	34,3
Unione europea (EU28)	11	3,47	7.744	-1,5	2,5	0,3
Europa centro orientale	12	-8,46	487	6,7	14,3	0,6
Altri paesi europei	13	9,46	293	5,9	1,6	0,4
America settentrionale	41	48,51	89	7,1	3,6	-6,9
America centro meridionale	42	3,11	92	16,0	7,4	-4,5
Oceania	50	7,49	130	14,3	0,0	0,0
Totale		0,00	11.609	-3,6	6,5	4,0

Fonte: Elaborazioni RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

6. CONCLUSIONI

Negli ultimi anni il settore agroalimentare italiano – in particolare il *Made in Italy* agroalimentare – ha mostrato le sue tipiche caratteristiche anticicliche, risentendo relativamente meno di altre componenti dell'economia nazionale della crisi economica della prima decade del nuovo millennio. La ridotta dinamica dei consumi alimentari che si è manifestata sul mercato interno ha infatti trovato una compensazione nelle nostre esportazioni agroalimentari sui mercati mondiali, cresciute tra il 2005 e il 2016 a un tasso del 5,8% medio annuo, ben maggiore del +3% fatto registrare dalle esportazioni complessive. Grazie a tali andamenti, nello stesso arco di tempo l'agroalimentare ha praticamente dimezzato il proprio deficit commerciale, contribuendo quindi molto positivamente al miglioramento della bilancia commerciale italiana.

Nonostante ciò, la performance dell'economia Italiana sui mercati internazionali nel raffronto con i nostri concorrenti non è stata altrettanto positiva: la quota di mercato, cioè il peso delle esportazioni italiane sulla domanda mondiale, si è leggermente contratta nell'arco del decennio, e questo è avvenuto sia per il totale dei beni esportati, sia per l'agroalimentare. In particolare, l'agroalimentare – pur confermandosi strutturalmente come settore di forza nel modello di specializzazione dell'Italia – ha visto la propria quota di mercato passare dal 3,8% del 2005 al 3,3% del 2016, anche se la tendenza declinante si è interrotta nel 2012, con un leggero ma evidente miglioramento negli anni successivi; negli ultimi anni, l'Italia ha anche recuperato posizioni nella graduatoria dei principali esportatori mondiali di prodotti agroalimentari: scesa dal nono posto del 2005 all'undicesimo del 2012, è tornata al nono nel 2016.

Le esportazioni agroalimentari italiane restano molto concentrate geograficamente, con i primi venti paesi di sbocco che congiuntamente assorbono più dell'80% delle vendite all'estero, e circa la metà è da imputare ai primi tre "clienti", ossia Germania, Francia e Stati Uniti. Tuttavia, nel decennio tale concentrazione si è ridotta, se si pensa che nel 2005 i primi venti paesi di destinazione spiegavano addirittura l'86% dell'export nazionale. Le imprese italiane hanno quindi avviato un percorso di maggiore diversificazione del "portafoglio" dei propri clienti, con una riduzione dell'importanza dello sbocco europeo e una maggiore apertura verso i paesi terzi: nel periodo analizzato, i flussi di prodotti agroalimentari italiani diretti ai mercati extra-UE sono cresciuti mediamente del 7,3%, contro il 4,9% di quelli rivolti al mercato interno.

Il commercio estero dell'Italia per area geografica e paese, comunque, evidenzia il ruolo più forte dell'agroalimentare italiano nell'UE a 28, dove nel 2016 la nostra quota di mercato è pari al 5,1%, e negli altri paesi europei (Svizzera, Norvegia, ecc.) dove i prodotti italiani coprono oltre il 10% delle importazioni. La quota di mercato è appena in linea con la media globale – intorno al 3,3% – in America settentrionale e Oceania e di poco più bassa nell'Europa centro-orientale, ma soprattutto è ancora troppo piccola nelle altre aree geografiche, comprese quelle dei mercati emergenti dell'Asia e dell'America Latina.

Dal punto di vista della specializzazione merceologica delle esportazioni italiane, va sottolineato il ruolo rilevante dell'Italia nel coprire la domanda mondiale di bevande (con un peso del 9,4%), di derivati dei cereali (8,2%) e di preparazioni di ortaggi, legumi e frutta (6%). Altri comparti di forza sono latte e derivati, prodotti vivaistici e fiori recisi, gomme e resine, cacao e sue preparazioni e altre preparazioni alimentari, mentre la quota di mercato è in linea con la media del settore nel caso di frutta, caffè, preparazioni di carni e di pesci e

oli e grassi animali e vegetali (di cui l'olio di oliva rappresenta oltre il 70%, comprendendo anche il raffinato e l'olio di sansa di oliva oltre all'olio di pressione, che da solo pesa per il 59%).

D'altronde, più in dettaglio, per diversi prodotti di punta del *Made in Italy* nelle esportazioni, le quote del mercato mondiale sono di tutto rispetto: 68% per pelati e polpe di pomodoro; 52% per la pasta; intorno al 20-25% per vini spumanti, vini in bottiglia, passate e concentrati di pomodoro, kiwi, olio d'oliva di pressione; tra il 10% e il 15% per vini sfusi (in confezioni superiori ai 2 litri), uva da tavola, pere, formaggi stagionati, formaggi freschi e latticini, preparazioni e conserve suine. Sono relativamente più basse, ma sempre ben superiori alla media del settore, anche quelle dei prodotti della panetteria e pasticceria e del riso (rispettivamente del 7,5% e del 7,7%).

L'applicazione della *Constant Market Share Analysis* allo studio dell'andamento della quota di mercato italiana aiuta l'interpretazione dei fenomeni prima descritti, scomponendolo in una serie di effetti. L'analisi dimostra che nel periodo 2005-2012 le difficoltà attraversate dall'export agroalimentare nazionale sui mercati esteri erano principalmente dovute al disallineamento tra la specializzazione merceologica delle esportazioni agroalimentari italiane e le tendenze della domanda mondiale (il cosiddetto effetto struttura merceologica), oltre che dall'orientamento geografico dei flussi verso paesi poco dinamici nelle importazioni (effetto struttura geografica). Inoltre, in quel periodo gli svantaggi di una specializzazione geografica e merceologica dell'export che non era rispondente alle tendenze della domanda, sono stati aggravati da una scarsa competitività complessiva ("effetto competitività"), cioè, in definitiva, una ridotta capacità da parte del settore di utilizzare leve competitive come quelle di prezzo o qualità per guadagnare spazi di mercato; solo in parte moderata attraverso un certo adattamento della combinazione prodotti esportati-paesi di sbocco ai cambiamenti in atto nella domanda ("effetto adattamento" o di "competitività dinamica").

Nel periodo 2012-2016, contrassegnato da migliori performance dell'export agroalimentare italiano, il recupero della quota di mercato italiana è stato determinato al contrario principalmente dall'effetto struttura merceologica e dall'effetto competitività, che cambiano di segno rispetto al periodo precedente e diventano positivi.

Per quanto riguarda la specializzazione merceologica, infatti, il disallineamento con le tendenze della domanda non è più presente negli anni 2012-2016, anche se questo fenomeno non è da attribuire a una modifica del modello di specializzazione italiano, che è rimasto sostanzialmente invariato, quanto piuttosto ai cambiamenti della domanda mondiale, che negli ultimi anni si è orientata maggiormente verso prodotti a maggiore contenuto di qualità tipici del *Made in Italy* alimentare. Questo risultato può essere attribuito alla concomitanza di diversi fenomeni, che hanno aperto nuove opportunità all'agroalimentare italiano: da un lato la crescita dei redditi pro-capite nei ceti più elevati dei paesi emergenti, dall'altro lato la ripresa economica dei paesi avanzati con una rinnovata attenzione verso l'alimentazione.

Tra gli aspetti positivi del periodo più recente va registrata anche l'inversione di segno dell'effetto competitività, sebbene esso sia stato limitato in termini di dimensione. Infatti, mentre nel periodo 2005-2012 alle difficoltà associate al nostro modello di specializzazione si è aggiunta una debolezza competitiva complessiva dell'agroalimentare sui mercati esteri (con le eccezioni di alcuni prodotti quali spumanti, vini in bottiglia, mele e formaggi stagionati), negli ultimi anni la leva competitiva è stata usata con maggior successo e quasi tutti i prodotti di punta dell'agroalimentare hanno contribuito positivamente all'effetto competitività. Sarebbe interessante approfondire l'analisi per capire se questo risultato possa mettersi in relazione con strategie di competitività di prezzo o di qualità da parte delle imprese, e, in questo secondo caso, anche con

una maggiore capacità delle imprese e/o del sistema di supporto pubblico nazionale e regionale di promuovere la qualità dei prodotti italiani, in mercati dove la domanda è in crescita ma per i quali allo stesso tempo è forte la concorrenza dei diversi competitor mondiali.

Un altro aspetto critico riguarda l'orientamento geografico delle esportazioni agroalimentari italiane, che è cambiato troppo poco nel tempo e che, nei risultati della CMS, si conferma un punto di debolezza anche nel periodo più recente. Resta valida comunque la conclusione che le tendenze dell'ultimo quinquennio siano molto più favorevoli per il nostro Paese, poiché la domanda sta crescendo maggiormente in paesi in cui l'Italia ha una buona posizione competitiva o dove ha guadagnato posizioni. Se questo trend dovesse proseguire, sono evidenti le opportunità per l'agroalimentare italiano. Si confermano, ad esempio, le potenzialità e le possibili azioni da mettere in atto per guadagnare vantaggi nei paesi trainanti dell'area asiatica, ma anche, ad esempio, per rafforzare la posizione nell'area nordamericana, che ha mostrato una domanda sostenuta in questi ultimi anni.

Un insegnamento che si può trarre dall'analisi dell'evoluzione passata è che in uno scenario geo-politico instabile e incerto su possibili inasprimenti protezionistici come quello attuale è fondamentale puntare maggiormente sulla capacità di adattamento alle tendenze della domanda – ossia la cosiddetta competitività dinamica, che è un altro aspetto sul quale nel periodo più recente il sistema agroalimentare italiano è risultato carente – aumentando la diversificazione geografica e produttiva delle esportazioni e modificando nel tempo il portafoglio dei mercati, intesi come segmenti paesi-prodotti.

A questo scopo, è importante che gli operatori dispongano di informazioni organizzate e specifiche sulle tendenze e sulle caratteristiche dei mercati di sbocco, per orientare e aggiustare tempestivamente le proprie strategie di esportazione. In questa direzione si inquadra l'analisi del capitolo 5 del Rapporto, basata su indicatori statistici delle dinamiche e potenzialità delle diverse aree geografiche di sbocco per i principali comparti agroalimentari, su cui inserire una serie di approfondimenti, anche successivi a questa pubblicazione, delle caratteristiche e potenzialità per differenti prodotti in singoli paesi. E' questo l'ulteriore obiettivo, d'altronde, che ci si pone di raggiungere nell'ambito delle attività di supporto all'internazionalizzazione previste dalla Rete Rurale Nazionale, di fornire agli operatori uno strumento concreto di valutazione delle opportunità e delle condizioni tecnico-operative necessarie a esportare attraverso la predisposizione di schede "prodotto/paese", con informazioni riguardanti le caratteristiche del mercato, il posizionamento competitivo dei concorrenti, dazi, documenti doganali, normativa sanitaria, etichettatura, ecc.

In coerenza con gli obiettivi di alimentare la cultura d'impresa, agevolare l'accesso ai finanziamenti e favorire le azioni di rete tra le imprese stesse, è auspicabile inoltre predisporre analisi di natura microeconomica – anche attraverso il coinvolgimento diretto delle imprese – delle caratteristiche economiche e gestionali e delle strategie delle imprese esportatrici, anche per individuare casi di successo e buone pratiche eventualmente replicabili sia a livello individuale che in progetti collettivi di cooperazione e/o in reti d'impresa. Parallelamente, rispetto ai finanziamenti e alle politiche per l'internazionalizzazione, adottate da molteplici soggetti pubblici e privati, individuare le azioni di intervento nazionali e regionali più efficaci.

Su questo fronte, si può notare come alla capacità del tema dell'internazionalizzazione di attrarre l'attenzione nel dibattito – sia a livello nazionale che comunitario – non corrisponda altrettanta attenzione all'interno della PAC nel predisporre efficaci strumenti che favoriscano l'effettiva attuazione di politiche di incremento delle esportazioni agroalimentari, al netto di esperienze settoriali come quella dell'OCM vino – spesso

evocata come una buona pratica da trasporre in altri settori – dove nell’ambito del budget destinato al settore i progetti di promozione sui mercati dei Paesi terzi hanno un ruolo importante. In particolare nell’ambito del fondo FEASR non vi sono misure specificamente destinate alle imprese che intendono avviare un’attività di export o ampliare quella già in essere, se non un generico supporto alle imprese attraverso la formazione e consulenza e la possibilità di sostegno ad azioni di promozione e comunicazione dei soli prodotti con certificazioni di qualità, esclusivamente sul mercato interno dell’UE.

In conclusione, diversi indicatori evidenziano come il paventato appiattimento del gusto a livello mondiale, che secondo alcuni la globalizzazione avrebbe dovuto portare con sé, si è realizzato in misura limitata. Piuttosto, è ormai palese come in tutto il mondo vi siano categorie di consumatori che si riconoscono all’interno di un modello alimentare e, più in generale culturale, non massificato. Con la graduale crescita del reddito disponibile, lo svilupparsi delle potenzialità informative attraverso il Web, l’ampliarsi dei flussi turistici che hanno messo in contatto – non solo virtualmente – culture differenti, sempre più ampie categorie di popolazione hanno cominciato a distaccarsi progressivamente dal mero “approccio metabolico” con il cibo ma orientandosi, piuttosto, verso un progressivo cambiamento delle aspettative culturali e degli stili di vita. Gli ingredienti di questo nuovo mix culturale sono molteplici, ma generalmente, riconducibili a salute, benessere, coscienza ambientale, principi di etica commerciale che possono abbracciare le condizioni di lavoro così come le distanze fisiche. In questo contesto il cibo può diventare la sintesi perfetta tra il piacere, il benessere e la cultura di un territorio (una città, una regione, un intero paese)

In termini concreti, questi mutamenti culturali hanno attivato un processo di deconcentrazione dell’offerta di *Made in Italy* agroalimentare verso un più ampio bacino di domanda di eccellenze agroalimentari che si allarga a paesi che, sebbene in termini di capacità di acquisto non sono ancora in grado di garantire grandi numeri, fanno registrare tassi di crescita talvolta esaltanti.

In prospettiva, non meno rilevanti appaiono le sfide da affrontare per concretizzare queste potenzialità, prima tra tutte la difesa di denominazioni e marchi che al crescere delle potenzialità commerciali che si prospettano vedranno giocoforza aumentare i tentativi di evocazione, simulazione e contraffazione.

Altri elementi determinanti per la favorevole evoluzione delle sorti del *Made in Italy* riguardano l’incertezza geopolitica che ha contrassegnato questi ultimi anni e che alimenta nuove sorgenti di preoccupazione: il tramonto del modello di globalizzazione fondato sul bipolarismo USA-UE e gestito in ambito WTO; l’evidente obsolescenza delle istituzioni sovranazionali tipo G7, o G20 di fronte a un contesto internazionale sempre più articolato e multipolare dove hanno fatto irruzione i giganti asiatici; l’avvio della Brexit; lo spostamento verso accordi commerciali bilaterali o plurilaterali; le minacce protezionistiche della nuova presidenza statunitense. Se, quindi, da un lato, lo scacchiere dei mercati internazionali tende ad allargarsi per la fortuna potenziale dell’agroalimentare italiano, dall’altro, esso tende a complicarsi per fattori di varia natura e indipendenti dal sistema produttivo. Una volta di più appare quindi evidente la necessità di un rafforzamento del sistema che sappia andare al di là della critica, ampiamente scontata, sulla frammentazione della base produttiva; nella consapevolezza che nonostante i limiti dimensionali le nostre imprese agroalimentari possono avere successo con il supporto di un sistema politico-istituzionale capace di assicurare il necessario coordinamento nelle strategie di internazionalizzazione.

APPENDICE 1. ANALISI CMS: NOTA METODOLOGICA E RISULTATI DI DETTAGLIO

A1.1 Il modello di scomposizione

L'analisi CMS presentata in questo lavoro è basata sulla versione proposta da Memedovic e Iapadre (2010), che scompone la variazione della quota di mercato aggregata italiana (s), tra l'anno iniziale (0) e l'anno (t)³¹, in cinque componenti: l'effetto competitività (EC), l'effetto struttura merceologica (ESM), l'effetto struttura geografica (ESG), l'effetto interazione strutturale (EIS) e l'effetto adattamento (EA).

$$s(IT)^t - s(IT)^0 = EC + ESM + ESG + EIS + EA \quad (\text{equazione 1})$$

I cinque termini generati dalla scomposizione sono i seguenti:

$$EC = \sum_i \sum_j (s_{ij}^t - s_{ij}^0) w_{ij}^0$$

$$ESM = \sum_i (p_i^t - p_i^0) s_i^0$$

$$ESG = \sum_j (g_j^t - g_j^0) s_j^0$$

$$EIS = \sum_i \sum_j (w_{ij}^t - w_{ij}^0) s_{ij}^0 - ESM - ESG$$

$$EA = \sum_i \sum_j (s_{ij}^t - s_{ij}^0) (w_{ij}^t - w_{ij}^0)$$

Dove j indica ciascuno dei paesi che compongono il mercato d'importazione e i ciascuno dei prodotti importati. Inoltre:

- s_{ij} rappresenta la quota di mercato detenuta dal paese oggetto di analisi (in questo caso l'Italia) sulle importazioni del prodotto i da parte del paese j ;
- w_{ij} è il peso delle importazioni del prodotto i da parte del paese j sul totale delle importazioni mondiali;
- p_i è il peso del prodotto i sul totale delle importazioni mondiali;
- g_j è il peso del paese j sul totale delle importazioni mondiali.

Per ulteriori approfondimenti, si rimanda a UNIDO (2009).

Nel riquadro che segue è descritto il significato dei singoli effetti.

³¹ In ciascun periodo considerato per l'analisi CMS, e cioè 2005-12 e 2012-16, l'anno 0 è l'anno iniziale (rispettivamente il 2005 e il 2012) e l'anno t è l'anno finale (rispettivamente il 2012 e il 2016).

EFFETTO COMPETITIVITA' (EC)

L'effetto competitività è la media ponderata (a pesi fissi, cioè a parità di struttura iniziale della domanda) delle variazioni delle quote di mercato (s_{ij}^t) registrate per i singoli prodotti esportati nei singoli paesi. Essa misura con precisione la prestazione competitiva delle esportazioni di un paese, che è conseguenza dei molteplici fattori che concorrono alla formazione dei prezzi di vendita (inclusa la dinamica dei tassi di cambio) e alla qualità dei prodotti e che quindi incidono sul successo concorrenziale delle esportazioni, a parità di struttura della domanda. In sostanza l'EC non è una misura ex-ante della capacità competitiva dei prodotti di un paese, ma è un indicatore sintetico ex-post del loro successo concorrenziale.

EFFETTO ADATTAMENTO (EA)

$$EA = \sum_i \sum_j [s_{ij}^t - s_{ij}^0] [w_{ij}^t - w_{ij}^0]$$

$$EA = EAM + EAG + EAR$$

La flessibilità delle esportazioni di un paese rispetto ai cambiamenti intervenuti sul mercato globale, sia nella struttura merceologica, sia nella composizione delle destinazioni, è misurata dall'effetto adattamento (EA), che è anche definito "effetto competitività dinamica". L'effetto adattamento misura la capacità del paese di modificare la composizione delle proprie esportazioni, in termini di segmenti di mercato, coerentemente con le dinamiche che intervengono sul mercato mondiale nel corso del periodo osservato. Quanto più la quota del paese in ciascun segmento presenta variazioni tendenzialmente coerenti nel segno con le variazioni di peso del segmento nel mercato mondiale, tanto più l'effetto adattamento è positivo.

EFFETTI STRUTTURA (ES)

A parità di altre circostanze, la dinamica delle esportazioni di un paese di cui si analizza la quota può essere più o meno sostenuta a seconda del grado di conformità del suo modello iniziale di specializzazione geografica e merceologica rispetto ai cambiamenti nella composizione della domanda del mercato mondiale.

EFFETTO STRUTTURA MERCEOLOGICA (ESM)

Quanto più la composizione delle esportazioni per prodotto del paese analizzato è conforme, all'inizio del periodo, con i cambiamenti nella composizione merceologica della domanda mondiale durante il periodo analizzato, tanto più l'effetto struttura merceologica (ESM) sarà positivo. L'effetto struttura merceologica (o effetto prodotto) sarà cioè positivo se il paese era specializzato (aveva quote di mercato relativamente più elevate) in prodotti che a livello mondiale sono risultati più dinamici in termini di domanda o, all'opposto, sarà negativo se nel paniere

delle esportazioni del Paese pesano molto i settori più stagnanti.

EFFETTO STRUTTURA GEOGRAFICA (ESG)

$$ESG = \sum_i [g_j^t - g_i^0] s_j^0$$

EFFETTO INTERAZIONE STRUTTURALE (EIS)

Quanto più la composizione del portafoglio dei “paesi di sbocco” del paese analizzato è conforme, all’inizio del periodo, con i cambiamenti della composizione geografica della domanda mondiale durante il periodo analizzato, tanto più l’effetto struttura geografica (ESG) sarà positivo. L’effetto struttura geografica (anche detto “effetto paese”) sarà cioè positivo se già all’inizio del periodo le quote di mercato delle esportazioni erano relativamente più elevate nei paesi che a livello mondiale sono risultati più dinamici in termini di domanda o, all’opposto, sarà negativo se il paese ha indirizzato le proprie esportazioni perlopiù su mercati che sono cresciuti poco o affatto.

L’effetto interazione strutturale (EIS) dipende dal modo in cui si combinano reciprocamente i mutamenti delle strutture geografica e merceologica delle importazioni mondiali. Più in particolare l’effetto interazione strutturale è positivo se tali mutamenti tendono a far aumentare in termini di domanda mondiale, l’incidenza relativa dei segmenti di mercato in cui un paese è specializzato. L’effetto interazione strutturale (EIS) combina assieme i “*fitting* della composizione merceologica e dell’orientamento geografico” Va detto che nella dinamica temporale tale termine della CMS dà luogo ad un effetto combinato relativamente piccolo (*second order effect*)³².

A1.2. Dati del modello

In questo lavoro è stata utilizzata la banca dati *Global Trade Atlas* (GTA) fornita dalla società IHS attraverso il sistema informativo *Global Trade Information Services* (GTI). Essa fornisce informazioni sui flussi d’importazione ed esportazione di numerosi Paesi, con possibilità di effettuare disaggregazioni per settori merceologici. La banca dati GTA, essendo alimentata su base mensile, dispone di statistiche internazionali molto aggiornate benché le informazioni siano disponibili solo per circa 85 Paesi.

In questo lavoro sono stati utilizzati i dati di 49 paesi dichiaranti³³, che per l’esattezza sono: i 28 paesi dell’Unione Europea, più 21 paesi extra-UE: Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cile, Cina, Corea del Sud,

³² Cfr. De Filippis e altri (2012).

³³ I dati utilizzati sono basati sulla versione disponibile nel sistema GTA alla data del 17/07/2017.

Ecuador, Egitto, Giappone, India, Marocco, Messico, Nuova Zelanda, Russia, Stati Uniti, Sudafrica, Svizzera, Thailandia, Turchia, Ucraina.

I segmenti di mercato “ij” nella formula (2) sono gli specifici *target* di mercato dove può realizzarsi un flusso di importazione dal paese analizzato, in questo caso l’Italia. Tali target visti in una rappresentazione matriciale sono definiti dall’incrocio tra comparto merceologico e area territoriale (paesi o aggregazioni di paesi) di destinazione dei prodotti esportati dall’Italia.

Il comparto merceologico è definito dalle categorie di prodotti disponibile nella classificazione internazionale SA (Sistema Armonizzato per la descrizione e la classificazione delle merci), in lingua inglese HS (*Harmonized System*)³⁴. In questo lavoro, ogni voce dell’agroalimentare³⁵ presente nella classificazione HS al dettaglio del codice a 6 cifre e per la quale si è realizzato, in almeno uno degli anni considerati, un flusso di scambio tra due qualsiasi paesi del mondo, è entrato nella banca dati su cui si è costruita l’analisi CMS. Negli anni considerati in questo lavoro (2005, 2012 e 2016) il numero di voci (codici a 6 cifre) e quindi di prodotti scambiati a livello mondiale, è risultato essere di 1.238.

Il mondo in questo modello di elaborazione della CMSA è costituito dai 49 paesi sopra elencati e quindi la matrice completa dei target “ij” che rappresenta la segmentazione del mercato mondiale dell’agroalimentare vista come matrice dei mercati di sbocco del teorico esportatore “mondo”, è composta da 60.662 segmenti che derivano dall’incrocio di 1.238 prodotti con 49 paesi, potenziali o effettivi importatori (dal mondo) di tali merci.

I dati dei flussi estratti dalla banca dati GTA-IHS e utilizzati nell’analisi CMS sono espressi in valore e sono a prezzi correnti. Essi a differenza dei dati a prezzi costanti hanno il vantaggio di garantire una valutazione della componente competitività che dipenda non solo dai prezzi relativi ma anche da altri fattori quali la qualità del prodotto³⁶.

In questo lavoro per la costruzione dei dati di base si è seguito l’approccio *mirror* secondo cui il dato di esportazione dell’Italia verso una determinata area di sbocco “j” è costruito come somma dei flussi di import dichiarati dall’insieme di paesi che formano l’area “j”. Quindi nelle notazioni del modello la variabile flusso $X(IT)_{ij}^t$ che serve alla costruzione delle quote di mercato, è sostituito dalla variabile *mirror* $m(IT)_{ij}^t$ che misura il flusso di import di prodotti di tipo “i” dichiarati dal paese “j” come flussi in entrata provenienti dall’Italia.

34 Sistema internazionale standardizzato di nomenclatura della tariffe doganali e che classifica ogni singolo prodotto attraverso l’uso di un codice numerico. L’armonizzazione è gestita dall’Organizzazione Mondiale delle Dogane (World Customs Organization, WCO).

35 I codici dell’agroalimentare sono tutti quelli compresi tra i codici dei capitoli della HS (a 2 cifre) che vanno da 01 a 24.

36 Iapadre in UNIDO (2009) suggerisce l’utilizzo dei dati a prezzi costanti per la valutazione del solo “effetto competitività di prezzo” sulle quantità esportate. I dati a prezzi correnti sono invece preferibili qualora si intenda analizzare la competitività in senso più ampio (non solo il prezzo, ma tutte le caratteristiche del prodotto, cioè la qualità, l’organizzazione di vendita, ecc.). Un prodotto di qualità superiore a un altro può ad esempio essere venduto a un prezzo maggiore e ciò segnalerebbe un miglioramento della competitività intesa in senso ampio (cfr. UNIDO, 2009, paragrafo 3.2.1).

A1.3 Scomposizione dell'ESM³⁷

Attraverso la scomposizione in tre fattori della componente effetto struttura merceologica (ESM) citata nel paragrafo 4.4 del Rapporto, è possibile evidenziare il grado di polarizzazione del modello di specializzazione merceologica dell'Italia. La seguente è la formula

$$ESM = r_{sc} \sqrt{\sum (s_i^{t0} - \mu_i^0)^2} \sqrt{\sum (p_i^t - p_i^0)^2}$$

Fattore 1 – coefficiente di correlazione lineare (r_{sc}) tra il modello di specializzazione per prodotti e la variazione della struttura merceologica della domanda nel periodo di riferimento e cioè tra:

(s_i^0) : quota di mercato del paese a inizio periodo per il prodotto i , che rappresenta il modello di specializzazione iniziale.

$(p_i^t - p_i^0)$: variazione del peso del prodotto i sulle importazioni mondiali.

Fattore 2 – $\sqrt{\sum (s_i^{t0} - \mu_i^0)^2}$ misura la variabilità del modello di specializzazione cioè delle quote di mercato del paese (a inizio periodo) intorno alla media μ_i^0 ; questo fattore rappresenta una misura del grado di polarizzazione del modello di specializzazione.

Fattore 3 – $\sqrt{\sum (p_i^t - p_i^0)^2}$ misura la variabilità della struttura merceologica della domanda (mondiale) nel periodo di riferimento.

Nella tabella sono riportati i risultati della scomposizione della componente ESM per i due periodi per i quali è stata effettuata l'analisi CMS.

Tabella A.1 - Risultati della scomposizione in tre fattori della componente ESM

	2005-2012	2012-2016
Componente ESM totale per l'agroalimentare	-0,588	0,153
Fattore 1 – Coefficiente di Correlazione lineare (r_{sc}) tra la struttura settoriale delle quote di mercato del paese, che definisce il suo modello di specializzazione, e le modifiche della struttura settoriale della domanda del mercato	-0,029	0,040
Fattore 2 - Un indicatore della variabilità del modello di specializzazione cioè delle quote di mercato del paese (a inizio periodo) intorno alla media μ_i^0 . Esso rappresenta una misura del grado di polarizzazione del modello di specializzazione	2,974	2,465
Fattore 3 – Un indicatore di dispersione che misura l'instabilità nella struttura della domanda mondiale	0,069	0,016

Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

Il primo fattore evidenzia per il nostro sistema agroalimentare che il modello di specializzazione merceologica inizialmente “non concorde” ai cambiamenti della struttura merceologica della domanda mondiale diventa “concorde” nel secondo periodo. Il fattore non spiega se dietro tale cambiamento vi siano cambiamenti nella

³⁷ Cfr. UNIDO (2009).

struttura merceologica del modello italiano oppure un cambio delle tendenze della domanda mondiale che è divenuta più “in linea” con il modello italiano.

Il secondo fattore ci mostra una lieve riduzione della polarizzazione del modello di specializzazione merceologica e questo ci segnala una minore fragilità del nostro sistema agroalimentare di fronte a shock della domanda in specifici comparti.

Il terzo fattore evidenzia una riduzione dell’instabilità della struttura della domanda mondiale tra i due periodi.

A1.4 Contributo dei prodotti e dei paesi alle componenti CMS

Tabella A.2 - Riepilogo del contributo alle componenti CMS dei 16 prodotti d’interesse

Cod. HS6	Prodotto	EC: EFFETTO COMPETITIVITA'		EA: EFFETTO ADATTAMENTO		ESM: EFFETTO STRUTTURA MERCEOLOGICA	
		2005-2012	2012-2016	2005-2012	2012-2016	2005-2012	2012-2016
220410	Vini spumanti	0,038	0,029	-0,009	0,004	-0,010	0,007
220421	Vini in conf. <=2litri	0,071	0,023	-0,019	-0,004	-0,103	-0,014
220429	Vini in conf. >2litri	0,003	-0,001	-0,004	-0,001	0,003	-0,006
190219	Paste alimentari	-0,005	-0,005	0,000	0,001	0,003	-0,002
190590	Prodotti della panetteria e pasticceria	-0,003	-0,003	0,000	0,000	0,001	0,013
080610	Uve da tavola	0,001	-0,009	-0,001	0,004	-0,019	0,005
080810	Mele	0,019	0,001	0,001	0,004	-0,011	-0,006
080830	Pere	0,000	-0,001	0,016	0,001	0,000	-0,002
081050	Kiwi	0,000	-0,002	-0,001	0,003	-0,009	0,006
200210	Pomodori (pelati, polpe, preparati o conservati)	-0,003	-0,003	0,001	0,000	-0,015	-0,002
200290	Pomodori, passate e concentrati	0,000	0,000	0,000	0,000	-0,003	0,003
040690	Formaggi stagionati	0,029	0,001	-0,007	0,000	-0,025	-0,009
040610	Formaggi freschi e latticini	-0,003	0,006	-0,001	-0,001	0,003	0,002
150910	Olio di oliva vergine	-0,014	-0,022	0,005	-0,008	-0,069	0,040
100630	Riso lavorato e/o semilavorato	-0,014	-0,003	-0,001	-0,002	0,022	0,000
Prep. e conserve suine							
021011	Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi - non disossati- salati o in salamoia, secchi o affumicati	-0,003	0,000	0,002	0,000	-0,002	0,000
021012	Pancette "ventresche" e loro pezzi, di suidi, salati o in salamoia, secchi o affumicati	0,000	0,001	0,000	0,000	-0,001	0,000
021019	Carni di suidi, salate o in salamoia, secche o affumicate - esclusi prosciutti, spalle, pancette "ventresche", e loro pezzi	0,003	0,008	-0,002	-0,002	-0,016	-0,007
160100	Salsicce, salami e prodotti simili, di carne, di frattaglie o di sangue; preparazioni alimentari a base di tali prodotti	0,003	0,005	-0,001	-0,001	0,000	0,000
160241	Preparazioni e conserve di prosciutti e loro pezzi, di suidi	0,000	0,005	-0,005	0,000	0,000	0,000

160242	Preparazioni e conserve di spalle e loro pezzi, di suidi	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
160249	Preparazioni e conserve di carni o frattaglie, inclusi i miscugli, di suidi (esclusi solo prosciutti e loro pezzi o solo spalle e loro pezzi, salsicce, salami e prodotti simili, preparazioni omogeneizzate della sottovoce 160210, preparazioni di fegato, nonché estratti e sughi di carne)	-0,002	0,000	0,000	0,000	-0,001	0,000

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.3 - Prodotti con il maggior contributo all'effetto competitività (EC) 2005-2012

Codice HS6	Prodotto	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Performance competitiva positiva			
220421	Vini di uve fresche, incl. i vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole "mistelle" presentati in recipienti di contenuto netto =< 2 l	0,071	41,0
220410	Vini spumanti di uve fresche	0,038	21,8
040690	Formaggi [escl. formaggi freschi, formaggio di siero di latte, (non fermentati) formaggi grattugiati o in polvere di tutti i tipi, formaggi fusi, formaggi a pasta erborinata]	0,029	16,7
Performance competitiva negativa			
070990	Ortaggi, freschi o refrigerati	-0,028	16,1
080820	Pere e cotogne, fresche	-0,026	15,2
090121	Caffè, torrefatto (non decaffeinizzato)	-0,021	11,9
Performance totale dell'agroalimentare		-0,173	100,0

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.4 - Prodotti con il maggior contributo all'effetto competitività (EC) 2012-2016

Codice HS6	Prodotto	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Performance competitiva positiva			
220410	Vini spumanti di uve fresche	0,029	38,1
220421	Vini di uve fresche, incl. i vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole "mistelle" presentati in recipienti di contenuto netto =< 2 l	0,023	29,7
130232	Mucillagini e ispessenti di carrube, di semi di carrube o di semi di guar, anche modificati	0,015	20,0
020329	Carni di suino, congelate (escl. carcasse, mezzene, nonché prosciutti, spalle, e loro pezzi)	0,011	14,9
180690	Cioccolata e altre preparazioni alimentari contenenti cacao, in recipienti o in imballaggi immediati di contenuto =< 2 kg (escl. Quelle in forma di tavolette, barre o bastoncini, nonché cacao in polvere)	0,011	14,6
Performance competitiva negativa			
150910	Olio di oliva vergine e sue frazioni ottenuti esclusivamente dai frutti dell'ulivo attraverso procedimenti meccanici o fisici senza pregiudizio degli oli trattati, (ma non modificati chimicamente)	-0,022	28,6
080930	Pesche, incl. pesche noci, fresche	-0,011	14,9
080610	Uve, fresche	-0,009	11,4
Performance totale dell'agroalimentare		0,077	100,0

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.5 - Prodotti con il maggior contributo all'effetto struttura merceologica (ESM) 2005-2012

Codice HS6	Prodotto	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Effetto positivo			
090121	Caffè, Torrefatto (Non Decaffeinizato)	0,057	9,6
130232	Mucillagini e ispessenti di carrube, di semi di carrube o di semi di guar, anche modificati	0,028	4,8
Effetto negativo			
220421	Vini di uve fresche, incl. i vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole "mistelle" presentati in recipienti di contenuto netto =< 2 l	-0,103	17,6
150910	Olio di oliva vergine e sue frazioni ottenuti esclusivamente dai frutti dell'ulivo attraverso procedimenti meccanici o fisici senza pregiudizio degli oli trattati (ma non modificati chimicamente)	-0,069	11,7
150990	Olio di oliva e sue frazioni ottenuti esclusivamente dai frutti dell'ulivo attraverso procedimenti meccanici o fisici senza pregiudizio degli oli, trattati, (ma non modificati chimicamente)	-0,031	5,2
070990	Ortaggi, freschi o refrigerati	-0,028	4,7
080820	Pere e cotogne	-0,025	4,3
040690	Formaggi (escl. formaggi freschi, formaggio di siero di latte, (non fermentati) formaggi grattugiati o in polvere di tutti i tipi, formaggi fusi, formaggi a pasta erborinata)	-0,025	4,2
Componente ESM totale per l'agroalimentare		-0,588	100,0

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.6 - Prodotti con il maggior contributo all'effetto struttura merceologica (ESM) 2012-2016

Prodotto HS6	Prodotto	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Effetto positivo			
150910	Olio di oliva vergine e sue frazioni ottenuti esclusivamente dai frutti dell'ulivo attraverso procedimenti meccanici o fisici senza pregiudizio degli oli trattati (ma non modificati chimicamente)	0,040	26,4
090121	Caffè, Torrefatto (Non Decaffeinizato)	0,017	11,4
190590	Prodotti della panetteria, della pasticceria o della biscotteria, anche con aggiunta di cacao; ostie, capsule vuote dei tipi utilizzati per medicamenti, ostie per sigilli, paste in sfoglie essiccate di farina, di amido o di fecola e prodotti simili (escl. pane croccante detto "knackebrot, pane con spezie, biscotti dolcificati, cialde, cialdine, fette biscottate, pane tostato e prodotti simili tostati)	0,013	8,5
22MMM0	Forniture, Servizi non dett. assimilabili al cap. 22 Bevande, liquidi alcolici e aceti	0,010	6,8
220410	Vini spumanti di uve fresche	0,007	4,5
19MMM0	Forniture, Servizi non dett. assimilabili al capitolo 19 Preparazioni a base di cereali, di farine, di amidi, di fecole o di latte; prodotti della pasticceria	0,006	4,2
081050	Kiwi, freschi	0,006	4,2
Effetto negativo			
220421	Vini di uve fresche, incl. i vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole "mistelle" presentati in recipienti di contenuto netto =< 2 l	-0,014	9,2
220510	Vermut e altri vini di uve fresche, preparati con piante o con sostanze aromatiche, presentati in recipienti di contenuto netto =< 2 l	-0,010	6,6
040690	Formaggi (escl. formaggi freschi, formaggio di siero di latte, (non fermentati) formaggi grattugiati o in polvere di tutti i tipi, formaggi fusi, formaggi a pasta erborinata)	-0,009	5,7
021019	Carni di suini, salate o in salamoia, secche o affumicate (escl. prosciutti, spalle, pancette "ventresche", e loro pezzi)	-0,007	4,7
Componente ESM totale per l'agroalimentare		0,1531	100,0

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.7 - Prodotti con il maggior contributo all'effetto adattamento (EA) 2005-2012

HS6	Prodotto	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Effetto positivo			
070990	Ortaggi, freschi o refrigerati, n.n.a.	0,028	10,0
080820	Pere e cotogne, fresche	0,026	9,5
070999	Ortaggi non nominati altrove, freschi o refrigerati	0,021	7,5
080300	Banane, comprese le frutta della piantaggine, fresche o essiccate	0,020	7,1
200590	Ortaggi e legumi e miscugli di ortaggi e legumi, preparati o conservati ma non nell'aceto o acido acetico, non congelati (escl. quelli cotti negli zuccheri o canditi, ortaggi e legumi omogeneizzati della sottovoce 2005.10, nonchè pomodori, funghi, tartufi, patate, piselli "pisum sativum", fagioli "vigna spp." e "phaseolus spp.", asparagi, olive e granturco dolce "zea mays var. saccharata", non miscelati)	0,016	5,8
080830	Pere, fresche	0,016	5,7
030269	Pesci, commestibili, freschi o refrigerati (escl. salmonidi, pesci di forma appiattita, tonni, tonnetti striati, aringhe, merluzzi bianchi, sardine, alacce, spratti, eglefini, merluzzi carbonari, sgombri, squali e anguille, nonchè fegati, uova e lattimi)	0,016	5,7
200980	Succhi di altri frutti o di altri ortaggi (non fermentati) (senza aggiunta di alcole) anche con aggiunta di zuccheri o di altri dolcificanti (escl. miscugli e succhi di agrumi, succhi di ananasso, succhi di pomodoro, succhi di uva, incl. i mosti di uva e succhi di mela)	0,013	4,5
060310	Fiori e boccioli di fiori, recisi, per mazzi o per ornamento, freschi	0,012	4,4
060491	Fogliame, foglie, rami ed altre parti di piante, senza fiori nè boccioli, erbe, per mazzi o per ornamento, freschi	0,011	4,1
Effetto negativo			
220429	Vini di uve fresche, incl. i vini arricchiti di alcole, e i mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole "mistelle" presentati in recipienti di contenuto netto > 2 l	-0,004	-1,4
180610	Cacao in polvere, dolcificato	-0,004	-1,5
160241	Preparazioni e conserve di prosciutti e loro pezzi, di suidi	-0,005	-1,6
220870	Liquori	-0,006	-2,1
220110	Acque minerali e acque gassate, senza aggiunta di zucchero o di altri dolcificanti o di aromatizzanti	-0,007	-2,5
040690	Formaggi (escl. formaggi freschi, formaggio di siero di latte, (non fermentati) formaggi grattugiati o in polvere di tutti i tipi, formaggi fusi, formaggi a pasta erborinata)	-0,007	-2,7
220410	Vini spumanti di uve fresche	-0,009	-3,2
130232	Mucillagini e ispessenti di carrube, di semi di carrube o di semi di guar, anche modificati	-0,016	-5,8
220421	Vini di uve fresche, incl. i vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole "mistelle" presentati in recipienti di contenuto netto =< 2 l	-0,019	-6,9
090121	Caffè, torrefatto (non decaffeinizzato)	-0,024	-8,7
Componente EA totale per l'agroalimentare		0,278	100

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.8 - Prodotti con il maggior contributo all'effetto adattamento (EA) 2012-2016

HS6	Prodotto	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Effetto positivo			
240319	Tabacco da fumo, anche contenente succedanei del tabacco in qualsiasi proporzione (escl. destinato ad essere fumato in un narghilè)	0,043	-200,2
22MMMM0	Forniture, Servizi non dettagliati assimilabili al capitolo 22 Bevande, liquidi alcolici ed aceti	0,005	-22,6
080610	Uve, fresche	0,004	-19,9
080810	Mele fresche	0,004	-18,4
220410	Vini spumanti di uve fresche	0,004	-17,1
080222	Nocciole "corylus spp." fresche o secche, sgusciate, anche decorticate	0,003	-13,1
130220	Sostanze pectiche, pectinati e pectati	0,003	-12,9
081050	Kiwi, freschi	0,003	-12,2
080930	Pesche, incl. pesche noci, fresche	0,002	-9,5
020230	Carni di bovini, disossate, congelate	0,002	-9,1
Effetto negativo			
230400	Panelli e altri residui solidi, anche macinati o agglomerati in forma di pellet, dell'estrazione dell'olio di soia	-0,002	10,3
170199	Zuccheri di canna o di barbabietola; saccarosio chimicamente puro, allo stato solido (escl. zuccheri di canna o di barbabietola aromatizzati o colorati e zuccheri di canna greggi)	-0,003	14,2
020329	Carni di suidi, congelate (escl. carcasse, mezzene, nonchè prosciutti, spalle, e loro pezzi)	-0,003	15,4
220421	Vini di uve fresche, incl. i vini arricchiti di alcole, e mosti di uva la cui fermentazione è stata impedita o fermata con l'aggiunta di alcole "mistelle" presentati in recipienti di contenuto netto =< 2 l	-0,004	18,1
180690	Cioccolata e altre preparazioni alimentari contenenti cacao, in recipienti o in imballaggi immediati di contenuto =< 2 kg (escl. Quelle in forma di tavolette, barre o bastoncini, nonchè cacao in polvere)	-0,004	19,5
090121	Caffè, torrefatto (non decaffeinizzato)	-0,004	19,9
240120	Tabacchi parzialmente o totalmente scostolati (non altrimenti lavorati)	-0,005	25,6
100119	Fruento (grano) duro (escl. destinato alla semina)	-0,006	28,9
150910	Olio di oliva vergine e sue frazioni ottenuti esclusivamente dai frutti dell'ulivo attraverso procedimenti meccanici o fisici senza pregiudizio degli oli	-0,008	37,8
130232	Mucillagini e ispessenti di carrube, di semi di carrube o di semi di guar, anche modificati	-0,013	60,7
Componente EA totale per l'agroalimentare		-0,021	100

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.9 - Dieci paesi con il maggior contributo all'effetto competitività (EC)

EC 2005-12			EC 2012-16		
Paese	Contributo assoluto	Contributo percentuale	Paese	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Performance competitiva positiva			Performance competitiva positiva		
Russia	0,023	-13,2	Regno Unito	0,033	43,5
Stati Uniti	0,019	-11,0	Stati Uniti	0,020	25,9
Romania	0,006	-3,6	Paesi Bassi	0,014	18,6
Canada	0,006	-3,4	Germania	0,012	16,1
Ucraina	0,005	-2,8	Svezia	0,008	10,6
Irlanda	0,004	-2,6	Giappone	0,008	10,0
Corea del Sud	0,004	-2,3	Ungheria	0,007	8,6
Danimarca	0,003	-2,0	Australia	0,005	5,9
Lussemburgo	0,003	-1,7	Danimarca	0,004	5,9
Bulgaria	0,003	-1,7	Portogallo	0,004	5,6
Performance competitiva negativa			Performance competitiva negativa		
Austria	-0,003	1,8	Sudafrica	-0,002	-2,3
Paesi Bassi	-0,004	2,5	Egitto	-0,002	-2,3
Ungheria	-0,007	4,1	Romania	-0,002	-2,4
Australia	-0,008	4,5	Thailandia	-0,002	-2,8
Grecia	-0,010	5,8	Slovacchia	-0,002	-3,0
Slovenia	-0,011	6,4	Belgio	-0,003	-4,2
Svizzera	-0,020	11,5	Russia	-0,004	-5,2
Spagna	-0,043	25,0	Grecia	-0,005	-6,9
Francia	-0,056	32,3	Austria	-0,008	-9,9
Germania	-0,086	50,1	Francia	-0,028	-36,0
Performance totale	-0,173	100	Performance totale	0,077	100

Tabella A.10 - Dieci paesi con il maggior contributo all'effetto struttura geografica (ESG)

ESG 2005-12			ESG 2012-16		
Paese	Contributo assoluto	Contributo percentuale	Paese	Contributo assoluto	Contributo percentuale
Effetto positivo			Effetto positivo		
Polonia	0,023	-6,6	Stati Uniti	0,052	-247,4
Russia	0,016	-4,6	Romania	0,008	-38,2
Slovenia	0,012	-3,6	Svezia	0,006	-27,7
Turchia	0,012	-3,5	Polonia	0,005	-26,0
Australia	0,011	-3,1	Croazia	0,004	-20,4
Cina	0,010	-2,9	Cina	0,004	-19,1
Brasile	0,008	-2,4	Australia	0,003	-16,5
Romania	0,006	-1,8	Canada	0,003	-12,0
Bulgaria	0,006	-1,6	Francia	0,002	-10,9
Repubblica Ceca	0,005	-1,5	Repubblica Ceca	0,002	-9,1
Effetto negativo			Effetto negativo		
Svizzera	-0,013	3,7	Germania	-0,003	14,8
Danimarca	-0,014	4,1	Slovenia	-0,004	16,8
Giappone	-0,021	6,0	Belgio	-0,004	20,1
Belgio	-0,022	6,3	Grecia	-0,006	27,3
Stati Uniti	-0,035	10,2	Austria	-0,006	28,0
Grecia	-0,041	11,9	Svizzera	-0,007	32,9
Spagna	-0,048	14,0	Ucraina	-0,010	46,9
Francia	-0,090	26,1	Regno Unito	-0,010	48,6
Regno Unito	-0,091	26,6	Giappone	-0,016	76,3
Germania	-0,094	27,5	Russia	-0,037	176,3
Effetto struttura	-0,343	100	Effetto struttura	-0,021	100

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

Tabella A.11 - Dieci paesi con il maggior contributo all'effetto adattamento (EA)

EA 2005-12			EA 2012-16		
	Contributo assoluto	Contributo percentuale		Contributo assoluto	Contributo percentuale
Effetto positivo			Effetto positivo		
Germania	0,075	26,9	Giappone	0,038	-179,3
Spagna	0,056	20,3	Regno Unito	0,004	-20,1
Francia	0,052	18,6	Egitto	0,002	-9,5
Svizzera	0,026	9,2	Ucraina	0,001	-5,7
Austria	0,022	7,9	Russia	0,001	-4,2
Paesi Bassi	0,014	5,0	Lituania	0,001	-3,3
Regno Unito	0,010	3,6	Paesi Bassi	0,000	-2,1
Grecia	0,010	3,5	Malta	0,000	-2,0
Russia	0,007	2,6	India	0,000	-1,9
Belgio	0,007	2,4	Lussemburgo	0,000	-1,8
Effetto negativo			Effetto negativo		
Ecuador	-0,001	-0,2	Danimarca	-0,003	12,3
Portogallo	-0,001	-0,3	Sudafrica	-0,003	13,5
Messico	-0,002	-0,6	Romania	-0,003	15,0
Irlanda	-0,002	-0,6	Thailandia	-0,004	16,4
Australia	-0,002	-0,9	Slovenia	-0,004	16,7
Corea del Sud	-0,003	-1,1	Francia	-0,006	26,9
Bulgaria	-0,004	-1,6	Belgio	-0,007	31,9
Brasile	-0,005	-1,6	Spagna	-0,007	33,7
Cina	-0,005	-1,7	Germania	-0,007	34,8
Stati Uniti	-0,023	-8,4	Stati Uniti	-0,014	63,5
Effetto adattamento dell'agroalimentare	0,278	100	Effetto adattamento dell'agroalimentare	-0,021	100

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati IHS-GTA

APPENDICE 2. POTENZIALI NON SFRUTTATI

Per la misura dei potenziali non sfruttati in questo lavoro si è scelto di applicare un metodo basato sul criterio di indipendenza statistica. In generale due variabili statistiche sono indipendenti se le modalità di una non influenzano le modalità dell'altra. Per determinare se due variabili statistiche sono dipendenti o indipendenti bisogna utilizzare le distribuzioni marginali delle frequenze di una tabella a doppia entrata.

In particolare la variabile X e la variabile Y sono indipendenti se la frequenza congiunta f_{ij} ³⁸, è il prodotto delle corrispondenti frequenze marginali³⁹, divise per il numero di dati (frequenza complessiva) ($f_{..}$)

Le frequenze teoriche di indipendenza statistica sono quindi ottenibili con la formula [1]

$$\tilde{f}_{ij} = f_{i.} * f_{.j} / f_{..} \quad [1]$$

In questo lavoro, dove si è considerato il valore del flusso di export (o import se si adotta l'approccio *mirror*) le variabili X, Y di cui si verifica la dipendenza e indipendenza sono:

- Y: il prodotto per capitolo merceologico;
- X: il mercato per aree o paese (destinazione geografica dell'export o origine geografica dell'import).

La tabella a doppia entrata sarà quindi la matrice dei mercati (Prodotti-Aree Geografiche) dove la frequenza congiunta sarà basata sull'ammontare in valore dei flussi di import effettivi (m_{ij}).

m_{ij}	area ₁	area ₂	...	area _j	...		Tot.
prodotto ₁	m_{11}	m_{12}	...	m_{1j}	...	m_{1k}	$m_{1.}$
prodotto ₂	m_{21}	m_{22}	...	m_{2j}	...	m_{2k}	$m_{2.}$
....
prodotto _i	m_{i1}	m_{i2}	...	m_{ij}	...	m_{ik}	$m_{i.}$
....
prodotto _r	m_{r1}	m_{r2}	...	m_{rj}	...	m_{rk}	$m_{r.}$
Tot.	$m_{.1}$	$m_{.2}$		$m_{.j}$...	$m_{.k}$	$m_{..}$

La tabella a doppia entrata in questo lavoro è stata costruita sia in riferimento al paese esportatore Italia [$m_{ij}(IT)$] sia al *competitor* medio Eurozona [$m_{ij}(EZ)$].

Sotto l'ipotesi di indipendenza statistica si è quindi costruita la tabella delle frequenze teoriche per l'esportatore Italia che nel nostro lavoro costituisce la matrice dei flussi potenziali (flussi potenziali teorici) basati sull'ipotesi di non dipendenza tra la variabile area geografica e tipo di prodotto.

³⁸ Dette X e Y le due variabili statistiche, la distribuzione delle frequenze delle loro modalità {x₁, x₂,x_q} e {y₁, y₂,y_p} può essere rappresentata attraverso una tabella a doppia entrata in cui si associa ad ogni coppia (x_i; y_i) la sua frequenza assoluta detta frequenza congiunta. Le colonne e le righe interne della tabella a doppia entrata sono le distribuzioni condizionate.

³⁹ La colonna dei totali e la riga dei totali con le frequenze marginali della variabile x e della variabile y, sono dette distribuzioni marginali e rappresentano le distribuzioni di ognuno dei due caratteri considerati singolarmente (distribuzioni univariate).

Usando la [1] si avrà una matrice teorica dove ogni cella è ottenuta con la formula

$$\tilde{m}_{ij}(IT) = m_{i.} * m_{.j}/m_{..}$$

Per cui nell'ipotesi di indipendenza si ha che:

- $\frac{\tilde{m}_{ij}(IT)}{m_{.j}} = \frac{m_{i.}}{m_{..}}$ (ciascun profilo interno di colonna è uguale al profilo marginale di colonna)
- $\frac{\tilde{m}_{ij}(IT)}{m_{i.}} = \frac{m_{.j}}{m_{..}}$ (ciascun profilo interno di riga è uguale al profilo marginale di riga)

che equivale a dire che:

- in ciascun mercato (paese o area J) la distribuzione relativa per prodotti dei flussi di import è uguale alla distribuzione relativa per prodotti dei flussi di import totali;
- in ciascun comparto (capitolo merceologico) la distribuzione relativa per aree (o paesi) dei flussi di import è uguale alla distribuzione relativa per aree (o paesi) dei flussi di import del totale agroalimentare.

In altri termini, quest'ipotesi equivale ad assumere che il peso delle esportazioni di ciascun comparto sul totale delle esportazioni agroalimentari italiane in ogni area geografica sia uguale al peso delle esportazioni del comparto sul totale verso il mondo (ad esempio, il rapporto tra la carne esportata in Asia e il totale delle esportazioni agroalimentari verso l'Asia sia uguale al rapporto tra la carne esportata in media verso il mondo e il totale delle esportazioni agroalimentari verso il mondo e lo stesso per le altre aree geografiche) e contemporaneamente che, per ciascun comparto, il peso delle esportazioni italiane verso ciascun'area geografica sul totale del comparto sia uguale al peso che ciascuna area geografica ha nelle esportazioni totali dell'agroalimentare italiano verso il mondo (ad esempio, il rapporto tra le esportazioni di carne verso l'Asia e il totale delle esportazioni di carne verso il mondo sia uguale al rapporto tra le esportazioni di prodotti agroalimentari in generale verso l'Asia sul totale delle esportazioni agroalimentari verso il mondo). In pratica, si assume che il peso di ciascun'area geografica sia indipendente dal comparto e il peso di ciascun comparto sia indipendente dall'area geografica.

Le quote potenziali sono state calcolate applicando il denominatore riferito all'eurozona (Ez). Il flusso per ciascuna cella della matrice riferita al totale Eurozona si ottiene sostituendo il dato effettivo dell'Italia con quello teorico.

$$\tilde{m}_{ij}(Ez) = m_{ij}(Ez) - m_{ij}(IT) + \tilde{m}_{ij}(IT)$$

La quota di potenziale non sfruttato per ciascuna cella $\tilde{p}_{ij}(IT)$ è misurato con un indicatore che varia tra [-100 +100] e che di seguito indicheremo per semplicità di notazione con PnS.

$$\tilde{p}_{ij}(IT) = \tilde{m}_{ij}(IT)/\tilde{m}_{ij}(Ez)$$

Il metodo in questo lavoro è stato applicato in 2 fasi:

1 – individuazione dei macro-segmenti con elevato potenziale non sfruttato, sono definiti dall’incrocio dei capitoli merceologici (HS a 2 cifre) e le aree-geografiche⁴⁰;

2 – individuazione dei micro-segmenti con elevato potenziale non sfruttato all’interno dei macro-segmenti individuati al primo step; essi sono definiti a livello di dettaglio minimo cioè incrocio prodotti (HS a 6 cifre) e paesi.

Mentre il primo passaggio è stato applicato alla totalità dei capitoli dell’agroalimentare, il secondo si è applicato solo ad un sottoinsieme di macro-segmenti che rappresentano i capitoli di maggiore interesse per le esportazioni agroalimentari italiane:

- Capitolo 02 - Carni
- Capitolo 04 - Latte e derivati
- Capitolo 07 - Ortaggi e legumi
- Capitolo 08 - Frutta
- Capitolo 15 - Oli e grassi animali e vegetali
- Capitolo 16 - Preparazioni di carni e di pesci
- Capitolo 19 - Derivati dei cereali
- Capitolo 20 - Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta
- Capitolo 22 - Bevande

Nella tabella che segue sono indicati i segmenti codificati su cui si è applicato il secondo step ripetendo l’analisi dei potenziali a livello di prodotto (HS6) e paese.

Tabella A.12 - Segmenti d’analisi dei potenziali non sfruttati

Codice segmento	Capitolo HS2	Codice AREA	AREA GEOGRAFICA
0213	Capitolo 02 - Carni	13	Altri paesi europei
0409	Capitolo 04 - Latte e derivati	09	Asia occidentale
0410		10	Asia orientale
0441		41	America settentrionale
0704	Capitolo 07 - Ortaggi e legumi	04	Africa settentrionale
0708		08	Asia centro meridionale
0710		10	Asia orientale
0741		41	America settentrionale
0742		42	America centro meridionale
0810	Capitolo 08 - Frutta	10	Asia orientale
0841		41	America settentrionale
1509	Capitolo 15 - Oli e grassi animali e vegetali	09	Asia occidentale
1610	Capitolo 16 - Preparazioni di carni e di pesci	10	Asia orientale
1641		41	America settentrionale
1642		42	America centro meridionale
1910	Capitolo 19 - Derivati dei cereali	10	Asia orientale
1913		13	Altri paesi europei
1941		41	America settentrionale
2008	Capitolo 20 - Preparazioni di ortaggi, legumi e frutta	08	Asia centro meridionale
2009		09	Asia occidentale
2013		13	Altri paesi europei
2041		41	America settentrionale
2042		42	America centro meridionale

⁴⁰ Vedi tabella A.13 con la lista dei paesi utilizzati per ciascuna aree geografica.

2209	Capitolo 22 - Bevande	09	Asia occidentale
2210		10	Asia orientale
2250		50	Oceania

Tabella A.13 - Aree geografiche utilizzate nell'analisi dei potenziali (continua)

AREA	MERCATO - Paese(j)
Antartide	Antartide
	Terre australi e antartiche francesi
Africa centro meridionale	Angola
	Botswana
	Camerun
	Ciad
	Gabon
	Guinea Equatoriale
	Lesotho
	Namibia
	Repubblica Centrafricana
	Repubblica del Congo
	Repubblica Democratica del Congo
	Sant'Elena, Ascensione e Tristan da Cunha
	Sao Tome e Principe
	Sudafrica
Swaziland	
Africa occidentale	Benin
	Burkina Faso
	Capo Verde
	Costa d'Avorio
	Gambia
	Ghana
	Guinea
	Guinea-Bissau
	Liberia
	Mali
	Mauritania
	Niger
	Nigeria
	Senegal
	Sierra Leone
	Togo
Africa orientale	Burundi
	Comore
	Eritrea
	Etiopia
	Gibuti
	Kenya
	Madagascar
	Malawi
	Maurizius
	Mozambico
	Ruanda
	Seychelles
	Somalia
	Sudan del Sud
	Tanzania
Uganda	
Zambia	
Zimbabwe	

AREA	MERCATO - Paese(j)
Africa settentrionale	Algeria
	Egitto
	Libia
	Marocco
	Sahara Occidentale
	Sudan
	Tunisia
Asia centro meridionale	Afghanistan
	Bangladesh
	Bhutan
	India
	Kazakhstan
	Kirghizistan
	Maldive
	Nepal
	Pakistan
	Sri Lanka
	Tagikistan
	Turkmenistan
	Uzbekistan
	Asia occidentale
Armenia	
Azerbaijan	
Bahrain	
Emirati Arabi Uniti	
Georgia	
Giordania	
Iran	
Iraq	
Israele	
Kuwait	
Libano	
Oman	
Qatar	
Siria	
West Bank	
Yemen	

AREA	MERCATO - Paese(j)
Asia orientale	Democratic Republic of Timor-Leste (TL) ex Portuguese Timor (TP)
	Brunei Darussalam
	Cambogia
	Cina
	Corea del Nord
	Corea del Sud
	Filippine
	Giappone
	Hong Kong
	Indonesia
	Laos
	Macao
	Malaysia
	Mongolia
	Myanmar
	Singapore
	Taiwan
	Thailandia
	Vietnam
Unione europea	Austria
	Belgio
	Bulgaria
	Cipro
	Croazia
	Danimarca
	Estonia
	Finlandia
	Francia
	Germania
	Grecia
	Irlanda
	Italia
	Lettonia
	Lituania
	Lussemburgo
	Malta
	Paesi Bassi
	Polonia
	Portogallo
	Regno Unito
	Repubblica Ceca
	Romania
	Slovacchia
	Slovenia
	Spagna
Svezia	
Ungheria	

AREA	MERCATO - Paese(j)
Europa centro orientale	Albania
	Bielorussia
	Bosnia Erzegovina
	Kosovo
	Macedonia
	Moldavia
	Montenegro
	Russia
	Serbia
	Turchia
	Ucraina
Altri paesi europei	Andorra
	Ceuta, Melilla
	Città del Vaticano
	Fær Øer
	Gibilterra
	Groenlandia
	Islanda
	Liechtenstein
	Norvegia
	San Marino
Svizzera	
America settentrionale	Saint-Pierre e Miquelon
	Bermuda
	Isole BES
	Canada
	Stati Uniti

AREA	MERCATO - Paese(j)
America centro meridionale	Sint Maarten
	Turks e Caicos
	Anguilla
	Antigua e Barbuda
	Argentina
	Aruba
	Bahamas
	Barbados
	Belize
	Bolivia
	Brasile
	Cile
	Colombia
	Costa Rica
	Cuba
	Curaçao
	Dominica
	Ecuador
	El Salvador
	Giamaica
	Grenada
	Guatemala
	Guyana
	Haiti
	Honduras
	Isole Cayman
	Isole Falkland
	Isole Vergini americane
	Isole Vergini britanniche
	Messico
	Montserrat
	Nicaragua
	Panamá
	Paraguay
	Peru
	Repubblica Dominicana
	Saint Kitts e Nevis
	Saint Vincent e Grenadine
	Santa Lucia
	Suriname
Trinidad e Tobago	
Uruguay	
Venezuela	

AREA	MERCATO - Paese(j)
Oceania	Isole minori esterne degli Stati Uniti
	Australia
	Fiji
	Guam
	Isole Cook
	Isole Marianne Settentrionali
	Isole Marshall
	Isole Pitcairn
	Isole Solomon
	Kiribati
	Nauru
	Niue
	Nuova Caledonia
	Nuova Zelanda
	Palau
	Papua Nuova Guinea
	Polinesia Francese
	Samoa
	Samoa Americane
	Stati Federati della Micronesia
	Tokelau
Tonga	
Vanuatu	
Wallis e Futuna	

BIBLIOGRAFIA

Centro Studi Confindustria – Prometeia (2016), *Esportare la dolce vita. Il bello e ben fatto italiano nei nuovi mercati. Le forze che trasformano i consumi*, Ed. SIPI.

CER (2015) Rapporto n.3/2015.

De Filippis F., a cura di (2012), *L'Agroalimentare italiano nel commercio mondiale: specializzazione, competitività e dinamiche*, Quaderni del Gruppo 2013, Edizioni Tellus.

Guerrieri P. e C. Milana (1990), *L'Italia e il commercio mondiale*, Il Mulino, Bologna.

Iapadre L. (1994), *Fattori strutturali e competitività nel commercio internazionale: una rielaborazione del metodo di analisi constant-market-shares*, Università "La Sapienza" Roma.

ICE (2017), *L'Italia nell'economia internazionale*, Rapporto ICE 2016-17.

ISMEA (2007), *Nuovi protagonisti nel mercato mondiale: Brasile, Cina e India. Le sfide per il sistema agroalimentare italiano*, Roma, settembre.

ISMEA (2014), *La competitività dell'agroalimentare italiano*, Check Up 2014, luglio.

ISMEA (2015), *La competitività dell'agroalimentare italiano*, Check Up 2015, dicembre.

ISMEA-RRN (2016a), *L'internazionalizzazione del settore agroalimentare e il sostegno alle attività di promozione e comunicazione dei prodotti di qualità nei PSR 2014-2020*, agosto.

ISMEA-RRN (2016b), *Internazionalizzazione delle imprese agricole e agroalimentari italiane: ricognizione dei soggetti e degli strumenti disponibili per favorire l'accesso ai mercati esteri*, dicembre.

ISTAT-ICE (2017), *Commercio estero e attività internazionali delle imprese*, Annuario 2017.

Memedovic O. e Iapadre L. (2010), *Industrial development and dynamics of international specialization patterns*, UNIDO, Working Paper 23/2009.

AREA	MERCATO - Paese(j)
Oceania	Isole minori esterne degli Stati Uniti
	Australia
	Fiji
	Guam
	Isole Cook
	Isole Marianne Settentrionali
	Isole Marshall
	Isole Pitcairn
	Isole Solomon
	Kiribati
	Nauru
	Niue
	Nuova Caledonia
	Nuova Zelanda
	Palau
	Papua Nuova Guinea
	Polinesia Francese
	Samoa
	Samoa Americane
	Stati Federati della Micronesia
	Tokelau
Tonga	
Vanuatu	
Wallis e Futuna	

BIBLIOGRAFIA

Centro Studi Confindustria – Prometeia (2016), *Esportare la dolce vita. Il bello e ben fatto italiano nei nuovi mercati. Le forze che trasformano i consumi*, Ed. SIPI.

CER (2015) Rapporto n.3/2015.

De Filippis F., a cura di (2012), *L'Agroalimentare italiano nel commercio mondiale: specializzazione, competitività e dinamiche*, Quaderni del Gruppo 2013, Edizioni Tellus.

Guerrieri P. e C. Milana (1990), *L'Italia e il commercio mondiale*, Il Mulino, Bologna.

Iapadre L. (1994), *Fattori strutturali e competitività nel commercio internazionale: una rielaborazione del metodo di analisi constant-market-shares*, Università "La Sapienza" Roma.

ICE (2017), *L'Italia nell'economia internazionale*, Rapporto ICE 2016-17.

ISMEA (2007), *Nuovi protagonisti nel mercato mondiale: Brasile, Cina e India. Le sfide per il sistema agroalimentare italiano*, Roma, settembre.

ISMEA (2014), *La competitività dell'agroalimentare italiano*, Check Up 2014, luglio.

ISMEA (2015), *La competitività dell'agroalimentare italiano*, Check Up 2015, dicembre.

ISMEA-RRN (2016a), *L'internazionalizzazione del settore agroalimentare e il sostegno alle attività di promozione e comunicazione dei prodotti di qualità nei PSR 2014-2020*, agosto.

ISMEA-RRN (2016b), *Internazionalizzazione delle imprese agricole e agroalimentari italiane: ricognizione dei soggetti e degli strumenti disponibili per favorire l'accesso ai mercati esteri*, dicembre.

ISTAT-ICE (2017), *Commercio estero e attività internazionali delle imprese*, Annuario 2017.

Memedovic O. e Iapadre L. (2010), *Industrial development and dynamics of international specialization patterns*, UNIDO, Working Paper 23/2009.



RETE RURALE NAZIONALE

Autorità di gestione
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Via XX Settembre, 20 Roma

www.reterurale.it
reterurale@politicheagricole.it
@reterurale
www.facebook.com/reterurale