

# III.



---

## La “filiera del mangiare”

Dimensione economica,  
rilievo occupazionale,  
segmentazione settoriale

---

Fedele De Novellis



# i Quaderni



La filiera del food tende a proporsi esternamente in maniera frammentata e non restituisce sino in fondo l'importanza economica che, invece, il largo consumo rappresenta per l'economia italiana.

Questa pubblicazione propone di quantificare in maniera accurata tale rilevanza, anche da punto di vista del valore aggiunto e del rilievo occupazionale.

Nasce dalla collaborazione tra REF Ricerche, società indipendente che offre ricerca e consulenze nei processi conoscitivi e decisionali, e GS1 Italy | Indicod-Ecr, associazione italiana che raggruppa 35mila aziende industriali e distributive operanti nel settore dei beni di largo consumo.

---

# III ●

## La “filiera del mangiare”

Dimensione economica,  
rilievo occupazionale,  
segmentazione settoriale

---

---

# i Quaderni

## III. La “filiera del mangiare”

Dimensione economica, rilievo occupazionale, segmentazione settoriale

---

**SCRITTO DA:**

Fedele De Novellis – REF Ricerche

---

**IDEAZIONE DEL PROGETTO:**

Marco Cuppini – GS1 Italy | Indicod-Ecr

---

**COORDINAMENTO:**

Samanta Correale e Sara Manazza –  
GS1 Italy | Indicod-Ecr

---

**SEGRETERIA DI REDAZIONE:**

Chiara Sironi – GS1 Italy | Indicod-Ecr

---

**PER INFORMAZIONI:**

[info@indicod-ecr.it](mailto:info@indicod-ecr.it)

[info@refricerche.it](mailto:info@refricerche.it)

---

**PROGETTO GRAFICO E ILLUSTRAZIONI:**

Leftloft

Si ringraziano tutti coloro che hanno  
collaborato e contribuito a vario titolo  
alla realizzazione della pubblicazione



---

# Sommario

<b>Sintesi</b>	<b>6</b>
<hr/>	
<b>1. Rilievo economico della “filiera del mangiare”</b>	<b>10</b>
<hr/>	
<b>2. La dimensione quantitativa della filiera: la domanda finale</b>	<b>14</b>
2.1 I consumi	16
2.2 Le esportazioni	19
2.3 Gli investimenti	23
2.4 Il peso totale della filiera del food	23
<hr/>	
<b>3. Gli attori della filiera</b>	<b>24</b>
<hr/>	
3.1 L’importanza della filiera per l’intera economia	28
<hr/>	
<b>Bibliografia</b>	<b>33</b>

---

# Sintesi

**N**elle statistiche tradizionali l'economia è usualmente rappresentata sulla base di settori al cui interno le imprese sono caratterizzate dalla produzione dello stesso tipo di output. I diversi settori sono a loro volta collegati, nella misura in cui alcuni forniscono input produttivi ad altri, sino a confluire verso le destinazioni finali. Una rappresentazione utile per comprendere le caratteristiche delle interazioni economiche che avvengono fra i diversi settori è quella che si ottiene ragionando a partire dalla natura del bisogno che l'attività delle imprese intende soddisfare. In questo modo si può ragionare per filiere produttive, partendo dalla destinazione finale dei prodotti e ripercorrendo i passaggi a monte sino ad arrivare agli input primari.

Possiamo quindi utilizzare la categoria economica individuata a partire dall'atto di consumo legato all'alimentazione e risalire a ritroso: in questo modo si ottiene quella che possiamo definire "filiera del mangiare". Si tratta di una catena produttiva articolata, la cui dimensione economica è di assoluto rilievo. Essa comprende imprese appartenenti a molti settori fra i quali i principali sono i pubblici esercizi (bar e ristoranti), la distribuzione commerciale, l'industria alimentare e l'agricoltura.

Ragionando per funzioni di spesa, quella dell'alimentazione è difatti con tutta probabilità la catena produttiva più importante dell'economia italiana dopo quella dell'abitazione. Si può difatti stimare che l'atto dell'alimentazione sovrintenda ad un insieme di attività economiche che rap-

“ Nella “filiera del mangiare” operano le imprese che soddisfano il bisogno legato all'alimentazione ”





presentano il 18% dell'economia italiana. Una dimensione che non può non sollecitare l'attenzione delle politiche economiche: se questa filiera funziona bene, allora vuol dire che quasi un quinto dell'economia italiana funziona bene!

Non vanno peraltro trascurati gli aspetti di complementarità con altre filiere. Un punto importante di contatto è ad esempio con la filiera del turismo, che può contribuire a valorizzare in maniera determinante il settore della ristorazione, attivando potenzialità di sviluppo non ancora pienamente sfruttate, e con le attività di tutela del territorio, che coinvolgono evidentemente in maniera immediata le modalità di organizzazione delle attività del settore agricolo.

I consumi alimentari rappresentano anche uno degli elementi che concorrono a definire l'identità culturale di un paese. La qualità del cibo rientra infatti a pieno titolo fra i fattori che qualificano il benessere di una popolazione, ben al di là di ciò che questo comporta considerando il solo aspetto dei rapporti economici. Al rilievo quantitativo di questa filiera si deve quindi aggiungere anche la valenza in termini qualitativi. Questa può essere a sua volta declinata secondo tre dimensioni.

Vi è innanzitutto l'aspetto relativo alla dimensione psicologica del consumo. La privazione che può derivare da difficoltà nel soddisfare i bisogni alimentari può essere infatti ben superiore rispetto al mancato accesso ad altre forme di consumo di analogo rilievo economico.

Il consumo alimentare è poi anche importante rispetto alle relazioni fami-



liari e alla socialità più in generale. Il consumo del pasto costituisce difatti in molte famiglie il principale momento di dialogo. Allo stesso modo, le relazioni sociali coinvolgono con frequenza momenti di incontro organizzati intorno alla condivisione del pasto, dentro o fuori casa.

Il terzo punto riguarda poi l'aspetto della salute. Una nutrizione adeguata e prodotti di buona qualità sono un elemento importante rispetto alle condizioni generali di salute della popolazione. Le aziende della filiera alimentare devono quindi sapersi appropriare più che in altri settori di codici di comportamento basati sui principi della responsabilità sociale d'impresa.

Non sempre però le politiche economiche hanno attribuito a questa filiera la rilevanza che le spetterebbe sulla base della rispettiva dimensione quantitativa e del relativo rilievo qualitativo. Questo probabilmente è anche dovuto ad una sottostima dell'importanza di tale aggregato. Tale sottovalutazione potrebbe derivare anche dal fatto che l'insieme delle attività economiche che intervengono nella catena del valore alimentare definisce un insieme molto articolato. La complessità del settore riflette anche il fatto che esso è relativamente disintegrato verticalmente e composto da un elevato numero di produttori in ciascun segmento della catena del valore. Il fatto di non avere al proprio interno imprese grandi, almeno nel confronto con quanto accade in altri settori, dove alcuni produttori godono di una sostanziale posizione di leadership, induce sovente a sottostimare il peso di questo aggregato sebbene, come si vedrà nel seguito, la sua rilevanza nell'economia nazionale, giustifichi ben altra attenzione.

Il superamento della complessità in un contesto tuttora molto frammentato, e una rappresentazione esterna che valorizzi l'importanza reale della "filiera del mangiare" è un traguardo da raggiungere, considerando l'esigenza di investimenti anche da parte dello Stato volti a fornire alle imprese infrastrutture adeguate, e i diversi problemi condivisi trasversalmente da tutti gli attori, rispetto ai quali va sollecitata l'attenzione delle politiche economiche.

---

# 1.

---

**Rilievo economico  
della “filiera del mangiare”**

---

La catena del valore alimentare raccoglie al suo interno un insieme di operatori che, partendo dalle materie prime si susseguono nei diversi stadi di trasformazione, sino a raggiungere il consumatore finale.

La dimensione e il rilievo della filiera si confrontano oggi con alcuni aspetti peculiari della fase storica attuale che richiedono di ripensarne il ruolo all'interno dell'economia. La natura del bisogno da soddisfare, tipicamente caratterizzato da specificità nazionali, e sovente anche di carattere regionale, aveva in passato mantenuto questa catena ai margini dei processi di globalizzazione produttiva. Sino a pochi decenni fa, difatti, le economie avanzate vedevano ancora un peso elevato del settore primario sul totale dell'economia nazionale, e il grado di apertura della filiera alimentare era relativamente modesto, sia per ciò che riguarda la propensione ad esportare, che la penetrazione dell'import sul mercato interno.

“ Aumenta l'import/export dell'industria alimentare ”

Da alcuni decenni tali relazioni hanno iniziato a modificarsi e attualmente le imprese dell'industria alimentare cercano con frequenza sbocchi alla produzione nazionale sui mercati esteri. Allo stesso modo, anche le importazioni di prodotti alimentari aumentano.

La dimensione globale della supply chain del food pone evidentemente sotto una luce particolare la questione della frammentazione della filiera, in quanto questa si confronta con la competizione internazionale sia a monte che nelle fasi a valle della catena produttiva. A livello internazionale le fasi a monte sono dominate difatti da attori importanti (in particolare nel settore delle sementi). D'altra parte, anche a valle l'export inizia a pesare sempre di più, e la grande distribuzione vede oramai da tempo l'affacciarsi sul mercato interno di player di altri paesi.

Uno degli aspetti più interessanti della trasformazione in atto, è rappresentato dal fatto che anche i mercati delle commodities a monte della catena alimentare sono divenuti sempre più integrati. I prezzi sui mercati domestici tendono quindi sempre più ad essere orientati dalle quotazioni internazionali delle *commodities*.

“ Nell'attuale fase storica va rivisto il ruolo della filiera nell'economia italiana ”



“ Le quotazioni internazionali delle *commodities* influenzano sempre più i prezzi sui mercati domestici ”

A ciò si aggiunge il fatto che la tendenza storicamente decrescente dei prezzi delle commodities alimentari si è invertita da alcuni anni, riflettendo anche l'aumento del peso dei paesi emergenti nel Pil globale. Ciò comporta anche un ribilanciamento della domanda mondiale verso i beni materiali rispetto ai servizi. Infatti, i paesi emergenti stanno avanzando non solo dal punto di vista della struttura produttiva, ma anche nella composizione dei consumi (il che comporta maggiori acquisti di beni ad alto contenuto di materie prime). Ad esempio, il peso di Cina e India sul totale della domanda mondiale di commodities alimentari ha superato il 6%, dal 2.5 degli anni novanta<sup>1</sup>.

In particolare, la domanda di cereali è aumentata molto, in linea con la crescita globale, che ha portato ad un cambiamento nelle abitudini di consumo nei paesi asiatici, in particolare con l'introduzione di carne (e quindi indirettamente della domanda di foraggio) nella dieta di popolazioni che sino a pochi anni fa consumavano quasi esclusivamente cereali. Inoltre, ha pesato anche la forte instabilità delle quotazioni del petrolio, rispetto alle quali le commodities alimentari hanno mostrato negli anni scorsi una elevata correlazione, dovuta a effetti di sostituzione spiegati dalla destinazione delle terre alla produzione di *bio-fuel*.

1. De Novellis F. Rapacciuolo C. (2011), *Materie prime, limiti alla crescita e difficoltà per le imprese italiane*, Centro studi Confindustria, Working Papers n. 60

“...influenzati anche dalla forte instabilità delle quotazioni del petrolio”

## Prezzi reali delle commodities alimentari



Insieme con la crescita dei prezzi, anche la volatilità delle quotazioni sembra essere aumentata negli anni duemila.

Uno dei problemi che ne derivano è anche la maggiore variabilità dei prezzi e la loro dipendenza da shock che sono di origine esterna al sistema economico.

La filiera alimentare è stata difatti sottoposta dagli anni duemila a shock di origine esterna di entità superiore al passato. Diversamente da altri shock della stessa natura (ad esempio legati all'aumento del prezzo del petrolio) le fluttuazioni delle commodities alimentari hanno l'effetto di riversarsi su alcuni prodotti specifici, cosa che non accade per altre materie prime che entrano come input nella produzione di un insieme ampio di settori.

Ad esempio, rincari delle materie prime alimentari influenzano quasi esclusivamente i prodotti alimentari, mentre aumenti del prezzo del petrolio aumentano i prezzi dei prodotti energetici, ma anche quelli di molti altri prodotti nella cui produzione il petrolio entra indirettamente.

Ne consegue anche che la catena produttiva dell'alimentare è sottoposta negli ultimi anni a oscillazioni dei costi degli input più elevate che in passato e che in futuro le tensioni potrebbero anche ritornare.

Naturalmente, i settori nazionali possono incontrare difficoltà a gestire la propagazione di questo tipo di shock che, essendo di natura asimmetrica dal punto di vista settoriale, li portano ad esibire comportamenti che possono anche risultare non coerenti con le condizioni dell'economia in generale.

Il caso più evidente è rappresentato dall'eventualità di tensioni internazionali legate alla crescita dell'economia mondiale, tali da fare aumentare i costi di produzione senza che a ciò corrisponda una maggiore crescita dei consumi nazionali. I settori produttori si ritrovano di fatto schiacciati fra le spinte del lato dei costi e la difficoltà a trasferire tali rincari sui prezzi finali del prodotto. È ad esempio quanto è stato osservato in Italia e negli altri paesi della periferia europea nel corso degli ultimi anni.

Si coglie come la filiera alimentare svolga un ruolo strategico nel determinare le sorti dell'intero sistema, nella misura in cui essa svolge il ruolo di propagatore di shock aggregati, da cui dipendono in definitiva i risultati dell'intero sistema economico. Da questo punto di vista, la crescita della produttività nella supply chain alimentare gioca un ruolo fondamentale per definire la capacità della filiera di assorbire questo tipo di shock e per sostenere la crescita del potere d'acquisto delle famiglie, e quindi i consumi interni, e la competitività delle imprese, e quindi le esportazioni.

L'importanza del settore, sin qui descritta in termini qualitativi, diviene palese quando se ne considera il rilievo dal punto di vista quantitativo.



“ La “filiera del mangiare” ha subito shock esterni superiori rispetto al passato ”

---

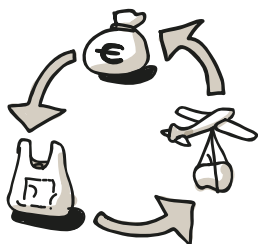
# 2.

---

**La dimensione quantitativa  
della filiera: la domanda finale**

---





“ I consumi finali, le esportazioni e gli investimenti effettuati dalle imprese della filiera sono le tre aree coinvolte nella formazione del Pil ”

alimentari, e come tale viene classificato nelle contabilità nazionale nella voce dei consumi alimentari. Vi è però anche un secondo aggregato, compreso nei servizi, costituito dal settore della ristorazione e dei pubblici esercizi (cosiddetta domanda *on premise*). Si tratta di due differenti modalità di fruizione del consumo alimentare, cui sottendono comportamenti del consumatore molto diversi, nonché l’attivazione di offerta da parte di settori differenti nei due casi. La diversità dal punto di vista delle caratteristiche dell’utilità del consumatore è tale da potersi considerare tali voci di spesa solo in parte come dei sostituti, trattandosi di consumi del tutto differenti. In particolare, i pasti fuori casa si caratterizzano per un elevato contenuto di servizio e per un valore unitario molto più elevato. In ogni caso, per entrambe le forme di consumo si osserva come la domanda raramente si rivolga direttamente ai settori produttori a monte, agricoltura e industria. L’interazione con il consumatore finale avviene solitamente attraverso il canale della distribuzione commerciale o quello dei pubblici esercizi.

Quella che abbiamo definito “filiera del mangiare” comprende al proprio interno numerose imprese, appartenenti a settori diversi<sup>2</sup>. Lo sbocco finale dell’attività di queste imprese è il consumatore finale, sia esso italiano o estero.

Partendo dalla domanda a valle, si possono individuare tre aree all’interno delle quali la filiera del food concorre alla formazione del Pil nazionale: i consumi finali, le esportazioni di prodotti della filiera, e gli investimenti effettuati dalle imprese coinvolte nella filiera.

La componente più importante è quella dei consumi delle famiglie. L’atto di consumo di cibo avviene principalmente attraverso l’acquisto diretto di prodotti

2. La ricostruzione delle caratteristiche della filiera richiede un insieme di ipotesi relative al trattamento delle statistiche di base, in quanto non tutte le informazioni sono rese disponibili con la medesima disaggregazione settoriale; inoltre, l’estensione temporale delle serie storiche a volte è incompleta, mentre in altri casi la fonte dei dati non è perfettamente omogenea rispetto alle informazioni della contabilità nazionale. Per alcune variabili sono diffuse serie storiche ad un livello di disaggregazione settoriale più elevato, per cui i dati del settore specifico sono stati stimati attraverso un riproporzionamento dei dati aggregati. In alcuni casi l’estensione temporale della serie storica è limitata e questo ha richiesto l’extrapolazione dei dati disponibili utilizzando altre serie d’appoggio; questo è il caso soprattutto per i dati sugli investimenti per settore, per i quali i dati sono disponibili anche in forma molto aggregata e, per l’ultimo quinquennio senza la distinzione sulla base delle tipologie di investimento; in altri casi la fonte dei dati è parzialmente disomogenea rispetto ai dati di contabilità (statistiche del commercio estero). Pur con qualche approssimazione, l’analisi propone quantificazioni che restituiscono la dimensione di massima ai fenomeni in questione, rendendo così possibile una valutazione d’insieme del peso relativo dei diversi attori che interagiscono nella filiera.

## 2.1 I consumi

Nella struttura della domanda che attiva la produzione della filiera i consumi delle famiglie rappresentano il *driver* principale. Secondo i conti economici nazionali, nel 2012 i consumi alimentari ammontavano a 145 miliardi circa. I consumi alimentari sono ripartiti in tre maggiori classi: i generi alimentari (130 miliardi), le bevande non alcoliche (9 miliardi) e le bevande alcoliche (8 miliardi). I consumi dell'aggregato dei pubblici esercizi sono stati invece pari a 74 miliardi. La dimensione quantitativa dei consumi della sfera alimentare è quindi ragguardevole: si tratta di ben 220 miliardi nel 2012, di cui un terzo circa costituiti dalla spesa presso i pubblici esercizi e due terzi rappresentati dai consumi alimentari in senso stretto.

“ Alimentari e bevande e pubblici esercizi pesano rispettivamente il 9,4% e il 4,7% del Pil ”

In quota di Pil i consumi interni di alimentari e bevande incidono per il 9,4%, mentre la spesa presso i pubblici esercizi pesa il 4,7%.

Le quote si sono modificate nel corso del tempo, a tutto vantaggio della componente dei “pasti fuori casa” il cui trend crescente è spiegato dal cambiamento delle abitudini professionali, e soprattutto dalla femminilizzazione del mercato del lavoro.

I pasti fuori casa, una volta legati ai tempi di lavoro, hanno anche perduto la propria caratteristica di “consumo superiore”, e oggi appartengono alle abitudini di spesa di una fascia molto vasta della popolazione. La perdita di peso dei consumi alimentari non riflette tanto una minore importanza nella spesa, quanto piuttosto la loro minore elasticità al reddito, nel lungo periodo. Ovvero il fatto che al di sopra di certi livelli di reddito vi è saturazione del consumo alimentare, per cui il reddito aggiuntivo va a sostenere altre tipologie di consumo.

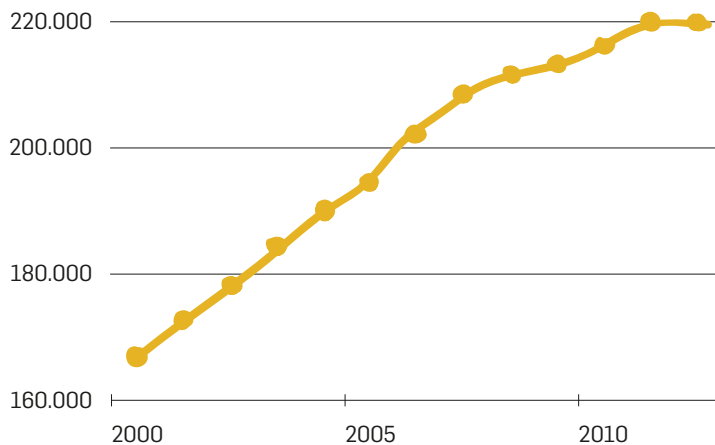
Una rapida valutazione delle tendenze recenti mostra come questi consumi abbiano fortemente risentito della recessione. Osservando, come nel grafico seguente, l'andamento dei consumi per abitante espressi ai prezzi del 2012, si evince un trend marcatamente decrescente, il che segnala come la crisi non abbia certo risparmiato la componente della domanda alimentare. La riduzione della spesa degli ultimi anni è di circa 260 euro a persona all'anno di cui ben 220 riguardano gli acquisti finalizzati al consumo domestico, e quasi 40 i pasti fuori casa.



“ I consumi sono il *driver* principale, divisi tra acquisto di prodotti alimentari e settore della ristorazione e pubblici servizi ”

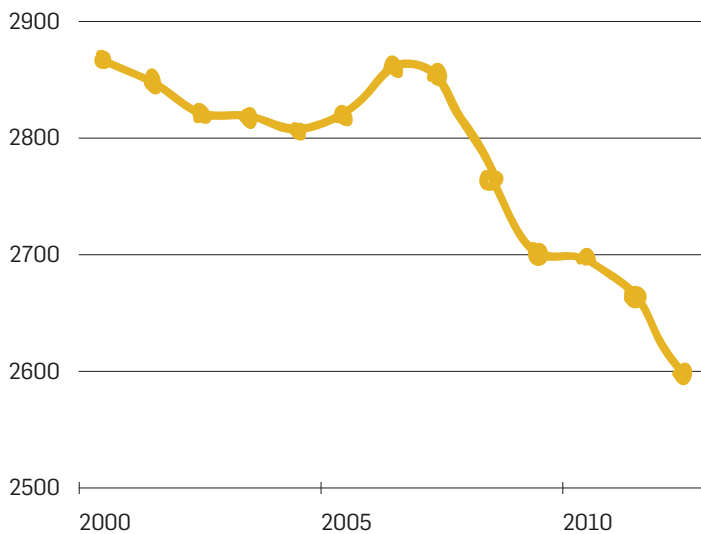
“ La recessione ha colpito anche i consumi alimentari ”

## Consumi delle famiglie: alimentari, bevande e pasti fuori casa



Mln di euro; a prezzi correnti

## Consumi pro-capite a prezzi 2012: alimentari, bevande e pasti fuori casa



Euro; prezzi 2012

La reattività al ciclo dei consumi alimentari è un altro sintomo del cambiamento avvenuto nei comportamenti di spesa. In passato il paniere dei consumi alimentari era composto pressoché in prevalenza da beni necessari e di base, e questo ne spiegava la sostanziale stabilità nel corso del tempo mentre adesso la varietà dei prodotti acquistati rende più agevole spostamenti del consumatore lungo la scala di prezzo e secondo le diverse tipologie di prodotto, comportamenti dunque compatibili con oscillazioni anche piuttosto marcate nel corso del ciclo economico. La reattività dei consumi alimentari al ciclo mostra anche la particolare sofferenza delle fasce della popolazione meno abbienti, che destinano ai consumi alimentari quote importanti del loro reddito.

## Spesa per consumi finali delle famiglie

(dati 2012)

	mln di euro	in % del pil
<b>Generi alimentari</b>	<b>129.611</b>	<b>8.3</b>
pane e cereali	27.083	1.7
carne	32.908	2.1
pesce	9.597	0.6
latte, formaggi e uova	19.243	1.2
oli e grassi	5.433	0.3
frutta	10.473	0.7
vegetali incluse le patate	14.804	0.9
zucchero, marmellata, miele, sciroppi, cioccolato	9.562	0.6
generi alimentari n.a.c.	507	0.0
<b>Bevande non alcoliche, caffè, tè, cacao</b>	<b>9.194</b>	<b>0.6</b>
caffè, tè e cacao	2.334	0.1
acque minerali, bevande gassate e succhi	6.859	0.4
<b>Bevande alcoliche</b>	<b>8.241</b>	<b>0.5</b>
<b>Pubblici esercizi (excl i servizi alberghieri)</b>	<b>72.944</b>	<b>4.7</b>

La dimensione economica dei consumi alimentari, declinata in base ai principali comparti è rappresentata nella tavola precedente. Senza entrare nella discussione delle singole componenti, è abbastanza evidente come l'incidenza sul Pil di ciascuna di esse risulti di tutto rilievo. A titolo esemplificativo, la più piccola, costituita dall'aggregato del "caffè, tè, cacao" conta per 2 miliardi e 300 milioni, lo 0.15 per cento del Pil, mentre la più grande, quella delle carni, sfiora i 33 miliardi, il 2.1 per cento del Pil.

## 2.2 Le esportazioni

“ L'export pesa invece due punti del Pil ”

I consumi delle famiglie non sono l'unica componente della domanda finale che concorre ad attivare la filiera. Un altro tassello importante è rappresentato dall'export. Si tratta di un segmento del-

la domanda finale che pesa per oltre due punti di Pil. In particolare, tale valore è rappresentato da circa 20 miliardi di esportazioni di prodotti alimentari, oltre a 6 della componente delle bevande, cui vanno aggiunti poco meno di 6 miliardi di esportazioni di prodotti agricoli.

Soprattutto per l'industria alimentare lo sbocco dell'export costituisce un elemento importante e di rilievo crescente. Difatti, dall'inizio degli anni duemila il valore dell'export è più che raddoppiato mentre il valore della produzione è cresciuto nello stesso periodo del 25% e il valore aggiunto del 15%. In altri termini, la nostra industria ha accresciuto la propria presenza sui mercati internazionali in un contesto di scarsa crescita del mercato interno.

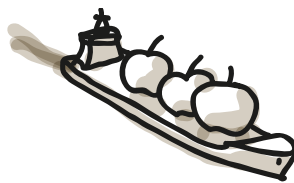
La componente alimentare è una parte relativamente dinamica del nostro export, che nel corso degli ultimi anni ha trovato stimolo nella capacità di diversi produttori di affacciarsi sui mercati internazionali.

“ ...con destinazione prevalente l'Europa ”

D'altronde, il settore presentava all'inizio dello scorso decennio un grado di apertura al commercio internazionale relativamente ridotto. Appare particolarmente significativo che la presenza internazionale sia

aumentata in misura rilevante proprio in una fase in cui molti altri settori si sono trovati a soccombere alle sfide poste dalla globalizzazione.

Un indicatore utile per valutare la dimensione del settore dal punto di vista delle esportazioni è costituito dalle quote di mercato, ovvero dal rapporto fra le nostre esportazioni e il totale del commercio mondiale del settore.



“ Cresce la presenza sui mercati internazionali dell'industria alimentare ”

Nella tavola affianco si presenta, per i settori dell'agricoltura e dell'industria alimentare, il valore della quota di mercato delle quattro maggiori economie dell'area euro. I valori evidenziati sono quelli superiori al 5%.

Tale indicatore, che evidentemente risente anche della diversa dimensione economica di ciascun paese, consente di cogliere immediatamente quelli che sono i punti di forza dell'Italia sui mercati internazionali. In particolare, emergono la quota molto elevata dell'aggregato delle "carni salate", che comprende anche i salumi e di quello dei formaggi; vi è poi quello dei preparati a base di cereali, che include la pasta, nel quale manteniamo un peso elevato, ma la nostra quota di mercato è in discesa; infine, l'Italia ha una quota di mercato elevata nella produzione di cioccolato e nel segmento delle bevande alcoliche.

La destinazione prevalente delle esportazioni di prodotti alimentari sono le economie avanzate e, fra esse, l'Europa la fa da padrone, oltre ad un certo rilievo del mercato americano. Le destinazioni dei paesi emergenti sono uno sbocco relativamente poco rilevante per la filiera agroalimentare. Se l'export complessivo dell'Italia è destinato per il 71% circa alle economie avanzate, nel caso dell'alimentare risulta che ben l'85% è destinato a questi paesi. D'altra parte, proporzioni dello stesso tipo valgono anche guardando alla destinazione dell'export delle altre maggiori economie europee.

Non va comunque trascurato il fatto che in futuro alcune produzioni maggiormente di nicchia della nostra industria alimentare potranno trovare spazi di crescita anche nei paesi emergenti, considerando che con la continua crescita del reddito in queste economie inizia a formarsi una nuova classe media che potrà avere gradualmente accesso a consumi che per ora non sono appannaggio che di una quota molto ristretta della popolazione. Si comprende quindi il ruolo strategico che l'internazionalizzazione può acquisire per molte delle imprese della filiera.

Gli studi sul tema della performance dell'industria alimentare mostrano che all'interno dell'intero settore le nicchie del cosiddetto "made in Italy alimentare", ovvero i settori di nostra specializzazione, hanno saputo non solo tenere le quote, ma anche realizzare un riorientamento della destinazione geografica delle nostre esportazioni<sup>3</sup>.

La crescita dell'export e la concomitante riduzione delle importazioni, conseguente alla crisi della domanda interna italiana, hanno portato ad un miglioramento della bilancia commerciale agroalimentare. In particolare, dal 2012 il saldo commerciale dell'alimentare si è portato in avanzo, a fronte di un saldo agricolo che resta ampiamente deficitario.

3. Si veda Quintieri B., Santoni G. (2013) *Il made in Italy agroalimentare*, Rap Ice

“ Per alcune produzioni di nicchia c'è spazio nei paesi emergenti ”



“ Migliora la bilancia commerciale agroalimentare ”

## Quote di mercato sul totale del commercio mondiale

(dati 2012, %)

	Italia	Germania	Francia	Spagna
<b>Totale esportazioni</b>	<b>2.7</b>	<b>7.7</b>	<b>3.0</b>	<b>1.6</b>
Agricoltura	1.7	3.4	4.4	3.6
Prodotti alimentari	3.3	7.7	4.9	3.3
Bevande	8.5	6.6	18.6	4.9
<b>Settori sulla base della classificazione del commercio internazionale</b>				
001 - Live animals other than animals of division 03	0.3	7.3	0.3	2.6
011 - Meat of bovine animals, fresh, chilled or frozen	1.7	4.9	1.7	1.6
012 - Other meat and edible meat offal	1.0	9.7	1.0	5.2
016 - Meat, edible meat offal, salted, dried; flours, meals	18.6	9.7	18.6	8.3
017 - Meat, edible meat offal, prepared, preserved, n.e.s.	3.7	11.5	3.7	2.9
022 - Milk, cream and milk products (excluding butter, cheese)	1.3	11.8	1.3	1.8
023 - Butter and other fats and oils derived from milk	0.5	7.2	0.5	1.1
024 - Cheese and curd	8.6	15.3	8.6	1.1
025 - Birds' eggs, and eggs' yolks; egg albumin	2.5	6.3	2.5	3.4
034 - Fish, fresh (live or dead), chilled or frozen	0.4	1.5	0.4	3.1
035 - Fish, dried, salted or in brine; smoked fish	0.4	4.4	0.4	1.6
036 - Crustaceans, mollusks and aquatic invertebrates	0.5	0.5	0.5	2.8
037 - Fish, aqua. invertebrates, prepared, preserved, n.e.s.	0.9	3.0	0.9	3.2
041 - Wheat (including spelt) and meslin, unmilled	0.2	4.4	0.2	0.2
042 - Rice	2.5	0.3	2.5	0.9
043 - Barley, unmilled	0.0	5.5	0.0	0.3
044 - Maize (not including sweet corn), unmilled	0.2	1.0	0.2	0.2

continua ↓

## Quote di mercato sul totale del commercio mondiale

(dati 2012, %)

	Italia	Germania	Francia	Spagna
045 - Cereals, unmilled (excluding wheat, rice, barley, maize)	0.3	3.8	0.3	0.6
046 - Meal and flour of wheat and flour of meslin	1.9	5.6	1.9	1.8
047 - Other cereal meals and flour	7.8	4.5	7.8	1.3
048 - Cereal preparations, flour of fruits or vegetables	8.8	11.3	8.8	2.4
054 - Vegetables	2.6	1.8	2.6	9.5
056 -Vegetables, roots, tubers, prepared, preserved, n.e.s.	8.4	4.3	8.4	6.1
057 - Fruits and nuts (excluding oil nuts), fresh or dried	4.1	1.5	4.1	8.9
058 - Fruit, preserved, and fruit preparations (no juice)	3.2	5.0	3.2	2.7
059 - Fruit and vegetable juices, unfermented, no spirit	4.2	5.6	4.2	5.0
061 - Sugar, molasses and honey	0.7	3.6	0.7	0.6
062 - Sugar confectionery	2.0	8.8	2.0	4.6
071 - Coffee and coffee substitutes	3.5	9.6	3.5	1.5
072 - Cocoa	0.3	4.0	0.3	1.4
073 - Chocolate, food preparations with cocoa, n.e.s.	6.6	16.3	6.6	1.5
074 - Tea and mate	0.1	3.3	0.1	0.8
075 - Spices	0.5	2.9	0.5	2.7
081 - Feeding stuff for animals (no unmilled cereals)	1.0	5.7	1.0	1.8
091 - Margarine and shortening	1.2	6.1	1.2	1.7
098 - Edible products and preparations, n.e.s.	4.0	8.0	4.0	2.3
111 - Non-alcoholic beverages, n.e.s.	3.7	8.2	3.7	1.3
112 - Alcoholic beverages	9.3	5.5	9.3	5.4



## 2.3 Gli investimenti

“ La filiera agroalimentare attiva la domanda finale attraverso gli investimenti in macchinari, mezzi di trasporto, mobili e costruzioni (28 miliardi di euro nel 2012) ”

Al fine di soddisfare la domanda di consumi e le esportazioni, la filiera agroalimentare contribuisce poi essa stessa ad attivare la domanda finale attraverso un flusso rilevante di investimenti. In questo caso i settori attivati dalla domanda non sono gli stessi produttori di prodotti e servizi legati all'alimentazione, ma i produttori di beni di investimento acquistati da questi settori. Per disporre di una quantificazione di massima dell'ammontare degli investi-

menti attivati dalla filiera alimentare abbiamo utilizzato le statistiche degli investimenti per branca proprietaria, e incluso gli investimenti effettuati dal settore agricolo, quelli dell'industria alimentare, quelli dei pubblici esercizi e quelli della distribuzione commerciale. I settori cui si rivolge tale componente delle domanda finale sono principalmente i produttori di macchinari, le costruzioni, i produttori di mezzi di trasporto e i produttori di mobili.

Considerando gli aggregati descritti nel paragrafo precedente, una stima del valore degli investimenti di questi settori per il 2012 è pari a circa 28 miliardi di euro.

Dai dati sugli investimenti per branca proprietaria si può stimare che più di un terzo degli investimenti della filiera sia costituito da investimenti in costruzioni, poco meno della metà è composto da macchinari, un 7% circa da mezzi di trasporto, e un 6% da mobili (questa componente ha un peso elevato nei pubblici esercizi).

## 2.4 Il peso totale della filiera del food

Per ottenere quindi un ordine di grandezza del peso relativo dell'intera filiera<sup>4</sup> possiamo sommare il valore dei consumi alimentari a quelli della spesa presso i pubblici esercizi, alle esportazioni e agli investimenti delle imprese dei settori a maggiore peso nella filiera. Tale domanda viene soddisfatta in parte attivando produzione interna, e in parte attraverso il canale delle importazioni. In linea di massima, sottraendo al valore della domanda la quota di import dei prodotti agricoli, si quantifica un rilievo della filiera sul Pil italiano di circa il 18%, ovvero, circa un quinto dell'economia italiana è coinvolto, direttamente o indirettamente, nella “filiera del mangiare”.

La “filiera del mangiare” pesa

18%

del Pil

1/5

dell'economia italiana

4. Allo scopo di garantire la coerenza fra i diversi aggregati di riferimento, abbiamo utilizzato le statistiche relative a tutti i consumi alimentari e ai pubblici esercizi. Otteniamo quindi una definizione “allargata” nel senso che essa comprende anche i prodotti dei pubblici esercizi non riconducibile alla filiera del *food*; (in ogni caso nei consumi alimentari sono stati esclusi i tabacchi). L'entità della sovrastima rispetto all'aggregato alimentare in senso stretto è comunque modesta.

---

# 3.

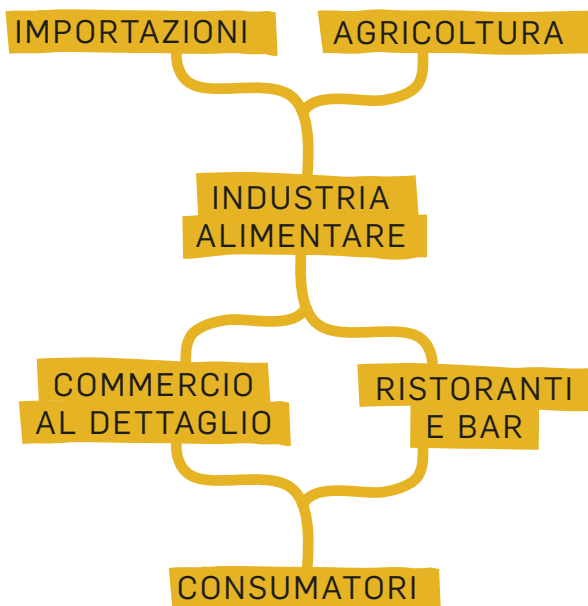
---

**Gli attori della filiera**

---

Una volta definiti i trend della domanda a valle, l'importanza dell'intera filiera alimentare viene colta pienamente se si considera la molteplicità di settori che vengono attivati da tale domanda. Alcuni di questi appartengono quasi integralmente alla supply chain alimentare, mentre per altri, che si inseriscono in più filiere, il contributo relativo alla filiera del food è di quantificazione solo indiretta.

“La “filiera del mangiare” è importante per la molteplicità di settori che coinvolge”



“ A monte l'agricoltura e l'industria alimentare, a valle il settore dei pubblici esercizi e il commercio ”

I principali attori della filiera nella parte più a valle sono il commercio e il settore dei pubblici esercizi. A monte della catena produttiva vi sono l'agricoltura e l'industria alimentare il cui valore aggiunto è pari a circa 28 e 25 miliardi di euro rispettivamente. Il segmento dei pubblici esercizi, che racchiude al proprio interno i ristoranti, i bar e le mense, ha un valore aggiunto pari a circa 43 miliardi.

L'incidenza sul Pil di questi 3 settori (pubblici esercizi, agricoltura e industria) misurata in termini di valore aggiunto è di circa il 7%, mentre quella in termini di domanda di lavoro arriva all'11%, trattandosi di settori ad elevata intensità di lavoro. Il loro peso relativo nell'economia ha mostrato negli ultimi decenni una tendenziale riduzione dell'incidenza dell'agricoltura e in parte dell'industria alimentare a fronte di un incremento del peso dei pubblici esercizi. Tali tendenze riflettono la trasformazione strutturale dell'economia: in particolare, la quota dell'agricoltura sul valore aggiunto risulta in Italia tuttora superiore a quella delle altre maggiori economie avanzate, con un'incidenza particolarmente elevata nelle regioni del Mezzogiorno. D'altra parte, il peso della ristorazione si mantiene lungo un trend crescente legato ai cambiamenti nelle abitudini, soprattutto in funzione della tendenziale femminilizzazione del mercato del lavoro.

Non sempre il contributo settoriale alla supply chain alimentare è identificato separatamente da altre attività. Questo è vero principalmente per il settore della distribuzione commerciale, che racchiude al proprio interno sia i distributori di prodotti alimentari che le attività di vendita di altri prodotti.

Informazione sulla dimensione relativa del settore della distribuzione con un taglio specifico per il settore alimentare possono essere desunte dalle statistiche sulle imprese<sup>5</sup>. In particolare, i dati sul commercio sono ripartiti distinguendo fra i grossisti e il dettaglio. Il ruolo dei grossisti nella supply chain alimentare è concentrato nelle fasi a monte, ed è abbastanza rilevante, considerando che ci sono più di 30mila imprese con oltre 170mila addetti.

I paesi mediterranei, come Spagna e Italia, si caratterizzano in genere per dimensioni dei grossisti inferiori. Si tratta sovente di imprese con pochi dipendenti, sebbene non manchino casi di imprese con dimensioni significative. L'attività del commercio al dettaglio evidenzia numeri di tutto rilievo, con una dimensione media d'impresе che varia molto. La grande distribuzione (il dettaglio non specializzato) ha difatti una dimensione media decisamente superiore al dettaglio specializzato.

5. European commission (2007) *Competitiveness of the European Food Industry*

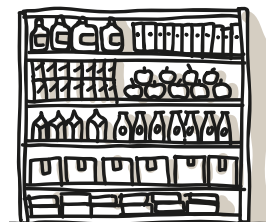
Valore aggiunto dei primi tre settori

7%

del Pil

11%

domanda di lavoro



## Distribuzione alimentare - Indicatori di sintesi

(dati 2010)

Numero imprese				
	Italia	Germania	Francia	Spagna
Ingresso	33.080	13.349	17.100	41.744
Dettaglio non specializzato	50.974	25.212	28.604	39.284
Dettaglio specializzato	78.106	35.319	37.753	97.963
Fatturato (mln di euro)				
Ingresso	104.262	160.076	125.527	100.489
Dettaglio non specializzato	99.639	179.614	181.162	70.250
Dettaglio specializzato	14.228	16.388	16.162	15.291
Fatturato per impresa (mln di euro)				
Ingresso	3.152	11.992	7.341	2.407
Dettaglio non specializzato	1.955	7.124	6.333	1.788
Dettaglio specializzato	182	464	428	156
Occupati				
Ingresso	177.073	258.089	159.632	320.998
Dettaglio non specializzato	444.889	959.390	647.659	226.061
Dettaglio specializzato	155.736	222.288	92.904	226.061
Occupati per impresa (in %)				
Ingresso	5,4	19,3	9,3	7,7
Dettaglio non specializzato	8,7	38,1	22,6	10,1
Dettaglio specializzato	2,0	6,3	2,5	2,3
Distribuzione dell'occupazione (in %)				
Ingresso	22,8	17,9	17,7	34,0
Dettaglio non specializzato	57,2	66,6	71,9	42,0
Dettaglio specializzato	20,0	15,4	10,3	24,0

Naturalmente, data la varietà dei formati distributivi esistenti, la semplice ripartizione fra dettaglio specializzato e non è relativamente riduttiva, e non restituisce una rappresentazione completa del quadro che caratterizza il complesso della distribuzione. Si notano comunque alcuni tratti che caratterizzano la realtà italiana, con una dimensione media degli esercizi commerciali decisamente bassa rispetto a Francia e Germania. In termini relativi la grande distribuzione ha un peso nettamente maggiore in tutti e quattro i paesi, anche se in Spagna e Italia detiene una quota inferiore a Francia e Germania. La quota leggermente superiore del fatturato complessivo realizzato dal dettaglio specializzato si accompagna anche ad una minore dimensione d'impresa del dettaglio sia in termini di occupati per imprese che di fatturato per impresa.

In media in Spagna e Italia il minore peso della grande distribuzione si associa ad una incidenza maggiore sia del dettaglio che dei grossisti.

### 3.1 L'importanza della filiera per l'intera economia



I principali attori della filiera interagiscono nella produzione con molti altri settori, acquistando intermedi e producendo poi essi stessi per soddisfare la domanda. Ad esempio, il commercio entra direttamente nella vendita di prodotti alimentari al consumatore, ma anche nella vendita di prodotti di

vario genere ad altri settori che producono intermedi acquistati dall'industria alimentare, e così via.

Allo stesso modo, nella filiera alimentare intervengono anche altri settori che, pur non servendo direttamente la domanda finale, entrano nella produzione di prodotti intermedi utilizzati, direttamente o indirettamente, nella produzione alimentare. Va anche ricordato che una quota di tale domanda, finale o intermedia, può venire soddisfatta attraverso il canale delle importazioni.

Per definire come l'economia produce per soddisfare l'intera domanda finale, si possono utilizzare le indicazioni fornite dalla matrice delle transazioni infrasettoriali. Sotto alcune ipotesi<sup>6</sup> è possibile quantificare il livello del Pil attivato da tale domanda finale, nonché il contributo in termini di domanda di lavoro da parte di ciascun settore. In particolare, il valore aggiunto generato dal contributo di tutti i settori per soddisfare la domanda finale alimentare è pari al 18% del Pil, ovvero quasi un quinto dell'economia ruota intorno alla "filiera del mangiare".

Una rappresentazione sintetica del contributo dei diversi settori alla "filiera del mangiare" è quindi proposta nella tavola seguente dove si mostra in che misura i diversi settori contribuiscono a soddisfare 100 euro di domanda finale: si osserva come le importazioni contribuiscano per

**6.** Alcune ipotesi adottate nell'esercizio sono state definite sulla base delle opinioni degli operatori del settore. In generale il grado di approssimazione dell'esercizio proposto suggerisce di non considerare i valori puntuali stimati, limitandosi ad acquisire gli ordini di grandezza.

I grossisti nella supply chain:

30

Mila imprese

oltre

170

Mila addetti

una quota significativa; d'altra parte anche significativa è la quota di tale domanda composta da esportazioni. Si osserva anche come vi siano molti settori che contribuiscano al prodotto finale.

In particolare, i dati mettono in luce come la filiera coinvolga, direttamente o indirettamente, attività collocate principalmente nei settori dell'agricoltura, nell'industria alimentare, nel commercio e nella ristorazione. Vi sono però molti altri settori che sono indirettamente coinvolti nella filiera, contribuendo alla produzione di intermedi che entrano poi indirettamente nelle catene del food.

## Scomposizione secondo il valore aggiunto

(100 euro di domanda finale della filiera del food attivano i seguenti settori)

	euro
<b>Domanda finale</b>	<b>100</b>
<b>Importazioni</b>	<b>17.8</b>
<b>Valore aggiunto di cui:</b>	<b>82.2</b>
Commercio	20.4
Alberghi e ristoranti	10.5
Agricoltura	9.4
Ind. Alimentare	7.4
Trasporti	6.3
Altre attività dei servizi	5.5
Attività immobiliari	4.5
Banche e assicurazioni	2.6
Costruzioni	2.3
Energia	1.4
Telecomunicazioni	1.4
Altri servizi sociali	1.1
Attività dell'informatica	1.0
Prod in metallo	0.8
Macchinari nac	0.8
Altri	6.1

Naturalmente, non sorprende di ritrovare ai primi posti i settori che sono attivati direttamente dalla domanda finale<sup>7</sup>: il commercio, i pubblici esercizi, l'agricoltura e l'industria alimentare. I quattro settori principali che compongono la filiera contribuiscono difatti al 60% del valore aggiunto complessivo interno. Vi sono però altri settori che contribuiscono alla filiera in maniera indiretta, fornendo un apporto significativo. In particolare, il settore dei trasporti, i servizi alle imprese, i servizi immobiliari e il settore bancario hanno una quota significativa, seguiti a breve distanza dal settore delle costruzioni, dal settore dell'energia elettrica e dalle telecomunicazioni.

Questi dati dimostrano quindi in maniera evidente come la "filiera del mangiare" attivi la produzione di molti settori ad essa legati, sia pure in maniera indiretta. Eccone allora spiegata l'incidenza elevata sul valore aggiunto complessivo dell'economia italiana.

Un altro aspetto di interesse è che questa filiera è a intensità di lavoro relativamente elevata. La sua incidenza in termini di occupazione supera il 23% del totale, ovvero circa 5 milioni e mezzo di occupati espressi in termini di unità di lavoro standard da contabilità nazionale.

7. La disaggregazione settoriale riportata nella tavola è quella della matrice input output. La matrice utilizzata è quella distribuita dall'Oecd nelle statistiche dello STAN Database.

“ La "filiera del mangiare" conta circa 5 milioni e mezzo di occupati (23% del totale) ”

## Scomposizione secondo l'occupazione

(Il contributo della "filiera del mangiare" in termini di occupazione)

	unità di lavoro standard
<b>Totale</b>	<b>5637</b>
Commercio	1413
Agricoltura	1138
Alberghi e ristoranti	941
Altre attività dei servizi	440
Ind. Alimentare	413
Trasporti	397
Costruzioni	173
Banche e assicurazioni	58
Prod in metallo	54
Altri servizi sociali	53
Altri settori	547



Naturalmente, i quattro settori che definiscono la struttura portante della filiera fanno la parte più rilevante assorbendo quasi quattro milioni di unità di lavoro, ma vi è un altro milione e mezzo di persone che lavorano in altri settori attivati in via indiretta dall'attività della filiera alimentare. Si deve comunque osservare come la distribuzione settoriale della domanda di lavoro sia molto più concentrata di quella del valore aggiunto. Nel caso della domanda di lavoro i primi 5 settori assorbono ben l'85% del totale degli occupati della filiera mentre dal punto di vista del valore aggiunto la medesima percentuale è cumulata dai primi dieci settori.

---

# Bibliografia

- 
- ▶ De Novellis F. Rapacciuolo C. (2011), *Materie prime, limiti alla crescita e difficoltà per le imprese italiane*, Centro studi Confindustria, Working Papers n. 60
  - ▶ Quintieri B., Santoni G. (2013) *Il made in Italy agroalimentare*, Rap Ice
  - ▶ European commission (2007) *Competitiveness of the European Food Industry*

---

# Universo GS1 Italy | Indicod-Ecr

**45,3%**

Alimentare

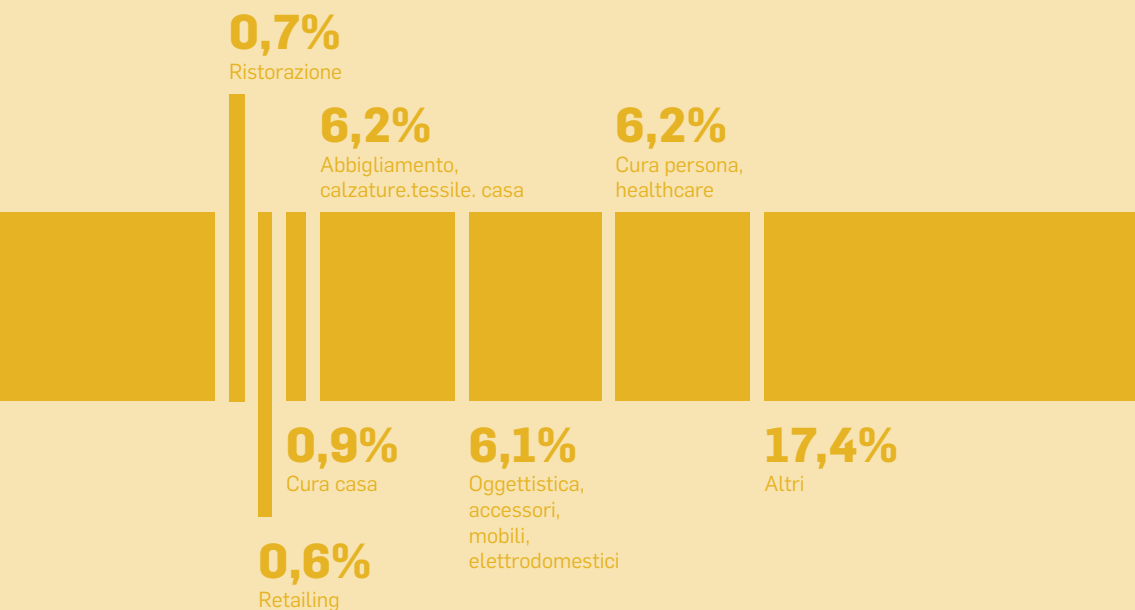
**16,6%**

Bevande

## Struttura settoriale del campione di imprese Indicod

Peso % sulla base del numero di imprese

**G**S1 Italy | Indicod-Ecr è l'associazione senza scopo di lucro che riunisce 35.000 imprese di beni di consumo. Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni, istituzioni per creare valore, efficienza, innovazione, per dare più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore. GS1 Italy | Indicod-Ecr offre soluzioni concrete come i sistemi standard GS1, per favorire la visibilità e l'efficienza della catena del valore. Il più conosciuto è il codice a barre, usato in Italia e in oltre 110 paesi al mondo, permette lo scambio di informazioni tra Industria e Distribuzione



con chiarezza, semplicità e senza errori.

Le imprese aderenti a GS1 Italy | Indicod-Ecr non appartengono tutte alla filiera del food, anche se questa ne è la componente principale, considerando che ben 19mila imprese aderenti appartengono ai settori dell'alimentare e delle bevande, e 230 a quello della ristorazione. Inoltre, vi son ben 180 imprese della distribuzione, che quindi in una quota rilevante si dedicano al commercio di prodotti alimentari in forma esclusiva o prevalente. In generale, si può affermare che GS1 Italy | Indicod-Ecr rappresenta bene la "filiera del mangiare", essendo

costituita da un'ossatura di imprese prevalentemente dell'industria alimentare e delle bevande (ben 19mila su un totale nazionale di circa 55mila aziende del settore).

All'interno di GS1 Italy | Indicod-Ecr sono poi presenti anche diverse aziende che appartengono ad altre filiere tipiche del cosiddetto "made in Italy", come l'abbigliamento, il "cura casa" e il "cura persona": queste aziende rappresentano una quota importante di questi settori che presentano elementi di contatto con la filiera del food soprattutto perché utilizzano in misura significativa i medesimi canali distributivi.





