

Gli scambi internazionali della filiera agroalimentare: mercati, concorrenti, fornitori

contributi

di Andrea Dossena e Alessandra Lanza

L'agroalimentare italiano è da sempre indicato come uno dei settori più rappresentativi del *Made in Italy* nel mondo. Tuttavia, limiti di aumento della capacità produttiva, in parte legati al sistema europeo delle quote in ambito agricolo, di trasportabilità dei prodotti (deperibilità, normative estere sulla sicurezza alimentare) e di struttura dell'offerta (parcellizzata e senza il traino della GDO italiana) hanno fino a pochi anni fa frenato l'espansione di questo comparto sui mercati internazionali.

Solo lo scoppio della grande crisi sul finire del 2008 e il conseguente brusco e, per ancora qualche anno, duraturo deterioramento delle condizioni di domanda interna hanno spinto i produttori italiani a rivolgersi con maggior continuità e attenzione ai mercati esteri, in cerca di nuove prospettive di crescita e redditività.

Lo stretto legame tra la produzione industriale di alimentari e bevande e il retroterra agricolo e agroindustriale costituito dal comparto primario e dalla prima trasformazione dei suoi prodotti costituisce elemento qualificante per un'analisi che, anche sui mercati internazionali, privilegi l'ottica di filiera, intesa come la serie di relazioni del tipo cliente/fornitore che permette di giungere dalle materie prime al prodotto finito da veicolare sui mercati finali.

La filiera agroalimentare così come qui presentata è costituita da una fase di *sourcing* (agricoltura, silvicoltura e pesca, ingrosso di materie prime agricole), da una fase di prime lavorazioni (industria molitoria, macellazione carne, ...) e da quella delle lavorazioni finali (prodotti per l'alimentazione). A chiudere la filiera è poi la fase della distribuzione, sia all'ingrosso che al dettaglio, che però non sarà qui considerata.

L'analisi partirà da una panoramica del commercio internazionale a livello complessivo di filiera e di singole fasi, mettendone in luce tendenze di medio periodo, mercati più rilevanti,

concorrenti per l'Italia e possibili nuove fonti di approvvigionamento.

Successivamente, per i due settori delle lavorazioni finali maggiormente rappresentativi dell'*export* italiano, pasta e vino, sarà approfondita l'analisi per segnalare minacce (concorrenti) e opportunità (mercati) specifiche per questi settori.

Il commercio mondiale della filiera alimentare e bevande: esportatori e mercati

Gli scambi complessivi della filiera agroalimentare rappresentano una quota del commercio mondiale di beni prossima all'8%, in calo fino a metà anni duemila. Dal 2006, invece, gli scambi attivati dalla filiera sono aumentati a un ritmo più intenso rispetto al commercio mondiale, grazie anche al sostegno di prezzi in progressivo aumento per effetto della crescente domanda proveniente dalle economie emergenti. All'interno della filiera, oltre il 50% degli scambi complessivi è imputabile alla fase delle lavorazioni finali. Tuttavia, sono le fasi a monte ad aver registrato nell'ultimo quinquennio le dinamiche più sostenute, in particolare nelle lavorazioni intermedie, a testimoniare il crescente grado di internazionalizzazione di questa filiera. Dal lato dell'offerta, gli Stati Uniti risultano il principale esportatore di prodotti della filiera, con una quota dell'11%, in aumento di mezzo punto percentuale nell'ultimo quinquennio; seguono, a distanza, Olanda, Germania, Francia e Brasile, con solo quest'ultimo in grado di guadagnare quote di mercato rispetto al 2006. Anche fuori dai primi cinque esportatori, quelli tradizionali, Belgio, Spagna e Canada, hanno visto ridursi le proprie quote di mercato a vantaggio delle produzioni di Cina e Indonesia (paese che ha anche scalzato l'Italia dalla classifica dei primi dieci esportatori mondiali).

Tavola 1 - Il commercio internazionale della filiera alimentare e bevande
(valori in milioni di dollari e var. % cumulate 2006-'11)

	import mondiali	var. %
sourcing	385.140	74,3
prime lavorazioni	248.700	87,2
lavorazioni finali	525.306	56,7
totale filiera	1.159.145	68,2
PER CONFRONTO		
totale commercio mondiale di beni	14.641.924	45,6

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

A livello di singole fasi della filiera, il primato degli Stati Uniti risulta particolarmente evidente nei prodotti agricoli (16.4% delle *export* mondiali) e, in misura minore, nei prodotti di prima trasformazione (10.9%); la *leadership* americana viene meno nell'*export* dei

prodotti delle lavorazioni finali, che vedono Germania, Francia e Olanda nelle prime tre posizioni del *ranking* dei principali esportatori; la quota di questi paesi risulta comunque in calo negli ultimi 5 anni, a vantaggio soprattutto di *competitor* emergenti quali Cina, Brasile e Thailandia.

Tavola 2.1 - I principali esportatori della filiera
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mondiali	var. quota dal 2006
Stati Uniti	127.808	11,0	0,6
Olanda	83.962	7,2	-1,2
Germania	77.666	6,7	-0,7
Francia	71.833	6,2	-1,2
Brasile	70.334	6,1	1,4
Cina	52.295	4,5	0,5
Belgio e Luss.	44.647	3,9	-0,5
Spagna	41.710	3,6	-0,6
Canada	41.583	3,6	-0,4
Indonesia	41.249	3,6	1,4
totale export top 10	653.086	56,3	-0,7
Italia (11esima)	40.344	3,5	-0,4

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

L'assenza dell'Italia nella *top 10* dei principali esportatori della filiera agroalimentare è determinata dal suo ruolo marginale nelle due fasi a monte (in entrambe al sedicesimo posto, con una quota di circa il 2% e in calo), mentre nelle lavorazioni finali il nostro paese figura al sesto posto, con una quota del 5% circa, sostanzialmente stabile nell'ultimo quinquennio.

In sintesi, i paesi di più antica industrializzazione si vedono insidiati nelle fasi più a monte della filiera, con le economie emergenti che stanno progressivamente sommando una maggior qualità delle produzioni agricole a enormi risorse naturali,

mentre *skill* più strettamente industriali (e legati alle catene distributive) stanno difendendo la *leadership* dei paesi avanzati nelle lavorazioni finali. Anche in questa fase, tuttavia, sembra essersi avviato un percorso di penetrazione sui mercati mondiali delle merci provenienti dalle economie emergenti. A differenza di molti altri settori, il ruolo delle economie emergenti è invece ancora molto limitato dal lato delle importazioni, con la sola eccezione della Cina. Sono infatti i paesi di più antica industrializzazione a comporre la classifica delle importazioni delle diverse fasi, grazie al contributo congiunto di una domanda interna per consumi molto

Tavola 2.2 - I principali esportatori nella fase del sourcing
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mondiali	var. quota dal 2006
Stati Uniti	63.131	16,4	0,1
Brasile	31.138	8,1	2,7
Olanda	26.260	6,8	-1,9
Francia	19.156	5,0	-0,9
Canada	18.512	4,8	-0,5
Indonesia	17.377	4,5	1,3
Spagna	15.544	4,0	-1,4
Tailandia	15.241	4,0	1,0
Argentina	13.030	3,4	0,8
Australia	12.636	3,3	0,9
totale export top 10	232.025	60,2	2,1
Italia (16esima)	7.793	2,0	-0,4

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

Tavola 2.3 - I principali esportatori nella fase della prima lavorazione
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mondiali	var. quota dal 2006
Stati Uniti	27.201	10,9	0,2
Indonesia	19.316	7,8	4,2
Brasile	18.658	7,5	-0,2
Olanda	17.930	7,2	-1,1
Malesia	17.308	7,0	2,6
Germania	16.575	6,7	-0,6
Argentina	16.162	6,5	-0,3
Canada	10.521	4,2	-0,1
Francia	10.048	4,0	-0,8
Spagna	9.273	3,7	-0,7
totale export top 10	162.994	65,5	3,2
Italia (16esima)	5.665	2,3	-0,7

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

sviluppata e di una industriale per alimentare i processi di trasformazione manifatturiera. Da notare comunque il ruolo cinese nelle fasi più a monte, segnale di un crescente assorbimento di merci provenienti dall'estero

per soddisfare una domanda interna in rapida espansione (e all'origine dei rincari dei prezzi delle commodity agricole che negli ultimi anni hanno contribuito a sostenere gli scambi internazionali della filiera).

Tavola 2.4 - I principali esportatori nella fase delle lavorazioni finali
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mondiali	var. quota dal 2006
Germania	49.888	9,5	-0,4
Francia	42.630	8,1	-1,2
Olanda	39.772	7,6	-0,7
Stati Uniti	37.475	7,1	0,6
Cina	35.203	6,7	1,1
Italia	26.887	5,1	-0,1
Belgio e Luss.	26.520	5,0	-0,2
Brasile	20.537	3,9	0,9
Regno Unito	20.411	3,9	-0,5
Tailandia	17.667	3,4	0,6
totale export top 10	316.991	60,3	0,1

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

L'Italia rientra tra i primi 10 importatori in tutte le fasi analizzate, con una quota particolarmente significativa nelle prime lavorazioni (sesta in classifica con un peso superiore al 5%). È da sottolineare come, con la rilevante

eccezione cinese, tutti i primi dieci paesi importatori di prodotti della filiera figurino anche nella lista delle principali destinazioni commerciali delle imprese italiane, con l'aggiunta delle limitrofe Austria e Svizzera e, ancora nel 2011, della Grecia.

Tavola 3.1 - I principali importatori della filiera
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su import mondiali	var. % import 2006-2011
Stati Uniti	103.749	9,0	41,9
Germania	94.403	8,1	49,0
Cina	89.582	7,7	191,9
Giappone	69.731	6,0	48,9
Francia	59.537	5,1	44,8
Regno Unito	56.740	4,9	28,1
Olanda	56.707	4,9	57,1
Italia	49.653	4,3	31,4
Belgio e Luss.	37.136	3,2	48,2
Canada	34.504	3,0	63,3
totale import top 10	651.743	56,2	55,4

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

Il ruolo dell'Italia nella filiera alimentare e bevande: mercati, concorrenti e fornitori

Caratteristica comune a tutti i principali sbocchi commerciali italiani è infatti la ridotta distanza geografica dai nostri confini, per tutti inferiore ai 1500 km., Stati Uniti a parte. Se in certa misura tale risultato è imputabile alla deperibilità di alcune produzioni dell'agroalimentare, vi è tuttavia anche una

consistente responsabilità di un'offerta industriale estremamente frammentata, priva dei mezzi necessari per approcciare in modo strutturale mercati più lontani. Altro elemento da tenere in considerazione è poi quello delle catene distributive, che rappresentano per i nostri concorrenti, soprattutto europei, un valido trampolino di lancio per i mercati mondiali, mentre l'Italia manca quasi completamente di questo strumento.

Tavola 3.2 - I principali importatori nella fase del sourcing
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su import mondiali	var. % import 2006-2011
Cina	51.933	13,5	182,4
Germania	32.434	8,4	51,4
Stati Uniti	31.023	8,1	46,9
Giappone	23.571	6,1	53,6
Olanda	17.333	4,5	46,0
Italia	14.879	3,9	33,3
Francia	14.839	3,9	40,4
Regno Unito	12.195	3,2	13,8
Spagna	11.096	2,9	31,8
Belgio e Luss.	10.772	2,8	54,4
totale import top 10	220.075	57,1	61,8

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

I concorrenti sui dieci mercati più rilevanti, che assorbono oltre il 70% delle esportazioni italiane della filiera, sono in larga parte i

principali esportatori europei. Quasi tutti hanno sperimentato una contrazione della loro quota (più marcata per la Francia), a

Tavola 3.3 - I principali importatori nella fase della prima lavorazione
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su import mondiali	var. % import 2006-2011
Cina	19.582	7,9	189,3
Germania	16.818	6,8	55,6
Stati Uniti	15.167	6,1	72,5
Olanda	14.487	5,8	76,7
Giappone	14.041	5,6	67,3
Italia	13.404	5,4	29,2
Francia	12.089	4,9	48,7
Regno Unito	9.538	3,8	30,3
Russia	7.948	3,2	49,6
India	7.819	3,1	252,2
totale import top 10	130.893	52,6	71,5

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

Tavola 3.4 - I principali importatori nella fase delle lavorazioni finali
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su import mondiali	var. % import 2006-2011
Stati Uniti	57.558	11,0	33,2
Germania	45.151	8,6	45,1
Regno Unito	35.007	6,7	33,3
Francia	32.610	6,2	45,6
Giappone	32.119	6,1	39,0
Olanda	24.888	4,7	55,3
Italia	21.370	4,1	31,4
Belgio e Luss.	20.194	3,8	38,4
Canada	18.672	3,6	67,6
Cina	18.068	3,4	226,5
totale import top 10	305.636	58,2	45,8

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

fronte di una sostanziale stabilità di quella italiana, che ha così consolidato il proprio quinto posto. La focalizzazione del Messico sul mercato statunitense rende anche questo paese un concorrente rilevante, mentre iniziano ad affacciarsi anche produttori brasiliani e cinesi.

L'eurocentrismo che caratterizza le destinazioni commerciali e in larga parte anche i concorrenti si ritrova anche dal lato dei fornitori esteri della filiera italiana. Non tanto nel sourcing, dove solamente la presenza di Germania e Ungheria al posto di Cina e Canada differenzia l'elenco dei primi

Tavola 4 - I principali importatori della filiera dall'Italia
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su export Italia	var. % export Italia 2006-2011	distanza in km. dall'Italia
Germania	7.985	19,8	40,3	836
Francia	4.988	12,4	52,3	712
Regno Unito	3.461	8,6	34,3	1.365
Stati Uniti	3.453	8,6	20,7	8.058
Spagna	1.691	4,2	25,2	1.206
Svizzera	1.678	4,2	40,4	413
Austria	1.586	3,9	63,9	621
Olanda	1.522	3,8	66,1	1.014
Belgio e Luss.	1.355	3,4	53,7	944
Grecia	904	2,2	29,6	1.104
totale import top 10	28.622	70,9	40,2	1.758

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

Tavola 5 - I principali concorrenti sui mercati rilevanti per l'Italia
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mercati Italia	var. quota dal 2006	Pil p.c. paese (1)
Olanda	56.792	12,0	-0,5	133
Francia	42.617	9,0	-1,1	118
Germania	41.105	8,7	-0,3	113
Belgio e Luss.	35.575	7,5	0,2	121
Canada	24.168	5,1	-0,5	117
Spagna	21.986	4,6	-0,5	90
Brasile	20.208	4,3	0,5	20
Messico	17.485	3,7	0,2	26
Regno Unito	13.494	2,8	-0,1	118
Cina	12.729	2,7	0,5	8
totale export top 10	286.159	60,4	-1,6	101
Italia	28.622	6,0	-0,1	100

(1) Indice, Pil pro capite Italia dollari correnti 2008-2010=100

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

esportatori in Italia da quello dei primi esportatori mondiali, quanto nelle fasi più a valle. In particolare, nelle lavorazioni intermedie, ovvero l'input dell'industria alimentare, mancano quasi completamente i paesi extraeuropei (con l'eccezione di Argentina e Indonesia), sia quelli più industrializzati (Stati Uniti e Canada), sia quelli delle economie emergenti (Cina, Brasile e Malesia), sostituiti da Austria, Belgio, Danimarca e Polonia. Una situazione simile si ripete anche nelle lavorazioni finali, dove i partner europei appena elencati, con

l'aggiunta della Spagna, rappresentano per l'Italia fornitori di rilievo in luogo dei ben più "quotati" esportatori mondiali di Cina, Stati Uniti, Brasile e Thailandia.

Focus settoriale: mercati e concorrenti nei settori di maggior specializzazione italiana

Il prodotto simbolo dell'Italia in campo alimentare è senza dubbio la pasta, che rappresenta poco meno del 10% dell'export

Tavola 6 - I principali esportatori di pasta
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mondiali	var. quota dal 2006
Italia	2.617	40,6	-1,2
Cina	704	10,9	-1,0
Belgio e Luss.	355	5,5	-1,0
Stati Uniti	325	5,0	0,1
Sud Corea	265	4,1	0,2
Tailandia	263	4,1	1,7
Francia	193	3,0	-0,2
Germania	185	2,9	-0,1
Canada	182	2,8	-0,6
Austria	146	2,3	0,2
totale export top 10	5.235	81,2	-1,9

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

delle lavorazioni finali (con una propensione all'export balzata negli ultimi 5 anni dal 39% al 48%). In questo settore gli esportatori italiani sono di gran lunga i leader di mercato, con una quota superiore al 40% e solo in leggero calo negli ultimi anni. Nessuno dei concorrenti insidia da vicino la posizione

italiana, come emerge dal confronto con il secondo esportatore mondiale, la Cina, che detiene una quota del 10%, anch'essa in leggero calo. In questo prodotto l'Italia è riuscita ad affermare sui mercati mondiali il valore unico della territorialità, rendendo di fatto il *Made in Italy* un marchio insostituibile,

se non da copie di minor qualità (comprese le più o meno esplicite contraffazioni *italian sounding*).

I maggiori mercati internazionali sono

costituiti dalle principali economie mondiali, con la sola Hong Kong a rappresentare l'Asia, e l'Australia a mostrare una particolare vocazione per questo prodotto.

Tavola 7 - I principali importatori di pasta
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su import mondiali	var. % import 2006-2011
Germania	805	12,5	53,9
Stati Uniti	759	11,8	40,7
Francia	609	9,4	59,6
Regno Unito	563	8,7	53,7
Giappone	411	6,4	23,3
Canada	395	6,1	68,2
Olanda	252	3,9	49,9
Hong Kong	210	3,3	93,3
Belgio e Luss.	204	3,2	44,5
Australia	183	2,8	111,9
totale import top 10	4.390	68,1	52,3

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

Ugualmente, l'export italiano è rivolto ai paesi a più alto reddito, con la presenza di Stati Uniti e Giappone come uniche nazioni extraeuropee nell'elenco dei primi 10 mercati di sbocco (l'Australia è il 15esimo, Hong

Kong 34esimo). Su questi mercati più rilevanti il dominio italiano è ancora più netto, con una quota al 50% e i diretti inseguitori, Belgio e Cina, fermi all'8%.
Con i mercati tradizionali ormai saturi, le

Tavola 8 - I principali importatori di pasta dall'Italia
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su export Italia	var. % export Italia 2006-2011	distanza in km. dall'Italia
Germania	463	17,7	46,5	836
Francia	421	16,1	74,0	712
Regno Unito	375	14,3	59,5	1.365
Stati Uniti	232	8,9	21,2	8.058
Giappone	126	4,8	61,2	9.674
Spagna	88	3,4	7,4	1.206
Belgio e Luss.	78	3,0	50,3	944
Olanda	78	3,0	41,6	1.014
Svezia	71	2,7	63,8	1.725
Svizzera	66	2,5	62,0	413
totale import top 10	1.998	76,3	49,6	2.351

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

prospettive di ulteriore sviluppo per l'export settoriale sono da ricercare nei paesi emergenti. Le tradizioni culinarie possono in questo caso risultare un limite alle vendite in Asia, dove il tipo di pasta in uso è profondamente diversa da quella di semola di grano duro tipica italiana, ma in Europa centro orientale e in altre aree mondiali le opportunità sembrano più facili da cogliere. La ristorazione professionale e il turismo possono agire da eccezionale testa di ponte

per le vendite all'estero, garantendo anche nei prossimi anni il mantenimento dell'indiscussa *leadership* mondiale e prospettive di crescita del fatturato estero, a patto di saper diffondere, insieme e forse prima ancora del prodotto, gli elementi di cultura culinaria legati al consumo di pasta. L'altra voce di rilievo del *Made in Italy* alimentare sui mercati mondiali è costituita dal vino, che rappresenta quasi un quinto delle vendite estere delle lavorazioni finali

Tavola 9 - I principali concorrenti sui mercati rilevanti per l'Italia
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mercati Italia	var. quota dal 2006	Pil p.c. paese (1)
Belgio e Luss.	321	8,1	-1,1	121
Cina	315	8,0	-2,2	8
Canada	182	4,6	-0,5	117
Tailandia	149	3,8	1,3	11
Sud Corea	131	3,3	0,4	55
Francia	128	3,2	-0,5	118
Austria	121	3,0	0,6	125
Germania	107	2,7	0,2	113
Olanda	73	1,9	0,1	133
Svizzera	68	1,7	0,5	169
totale export top 10	1.595	40,3	-1,2	84
Italia	1.998	50,4	1,0	100

(1) Indice, Pil pro capite Italia dollari correnti 2008-2010=100

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

della filiera, con una propensione all'*export* passata dal 50 a oltre il 60% nell'ultimo quinquennio.

A differenza della pasta, nel vino il quadro concorrenziale è molto più acceso, con l'Italia che grazie a una quota del 20% circa occupa la seconda posizione mondiale alle spalle della Francia (quota del 30%) e davanti alla Spagna (9%). Nell'elenco dei primi esportatori figurano anche i nuovi paesi (nuovi sui mercati internazionali ma non per tradizione

produttiva vitivinicola), quali Cile, Australia, Nuova Zelanda e Argentina, oltre a Germania, Stati Uniti e Regno Unito. Gli ultimi anni hanno visto la rilevante perdita di quote degli esportatori *leader* sia tra quelli tradizionali (Francia), sia tra gli emergenti (Australia), a vantaggio di tutti gli altri concorrenti, con l'Italia in grado di evidenziare uno dei più cospicui aumenti di quote (oltre un punto percentuale).

I principali mercati mondiali si confermano,

Tavola 10 - I principali esportatori di vino
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mondiali	var. quota dal 2006
Francia	9.838	30,8	-4,0
Italia	6.166	19,3	1,1
Spagna	2.856	8,9	0,4
Australia	2.023	6,3	-2,9
Cile	1.601	5,0	0,9
Germania	1.337	4,2	0,4
Stati Uniti	1.301	4,1	0,3
Nuova Zelanda	924	2,9	1,1
Regno Unito	885	2,8	1,3
Argentina	801	2,5	0,9
totale export top 10	27.731	86,8	-0,3

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

come per molti altri prodotti delle lavorazioni finali della filiera, quelli a più alto reddito, con il prepotente ingresso della Cina, attualmente al settimo posto con un peso inferiore al 5%, ma con una crescita superiore all'800% in soli cinque anni.

Anche per l'Italia l'elenco dei principali mercati di sbocco non riserva particolari

sorprese, ma spicca l'assenza della Cina tra le prime destinazioni (è al 14esimo posto), sostituita come rappresentate dei nuovi mercati dalla Russia (ottavo, ma con vendite più che triplicate nell'ultimo quinquennio). È comunque da rilevare l'elevata distanza media coperta dalle esportazioni italiane, superiore non solo a

Tavola 11 - I principali importatori di vino
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su import mondiali	var. % import 2006-2011
Regno Unito	4.813	15,1	5,5
Stati Uniti	4.670	14,6	18,5
Germania	3.440	10,8	36,4
Canada	1.843	5,8	53,3
Hong Kong	1.605	5,0	1032,6
Giappone	1.506	4,7	34,3
Cina	1.482	4,6	856,2
Olanda	1.398	4,4	31,7
Belgio e Luss.	1.374	4,3	19,2
Svizzera	1.165	3,6	45,4
totale import top 10	23.296	72,9	39,8

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

quella della filiera ma anche a quella media dei manufatti.

Sui mercati più rilevanti per il nostro *export* cresce anche il grado di competitività italiana

nei confronti della Francia, che detiene ancora un vantaggio di 5 punti di quota, ma ha visto ridursi significativamente dai 13 punti del 2006.

Tavola 12 - I principali importatori di pasta dall'Italia
(valori in milioni di dollari)

ranking	import 2011	peso 2011 su export Italia	var. % export Italia 2006-2011	distanza in km. dall'Italia
Stati Uniti	1.354	22,0	32,1	8.058
Germania	1.299	21,1	42,6	836
Regno Unito	720	11,7	43,6	1.365
Svizzera	375	6,1	50,7	413
Canada	360	5,8	50,2	7.084
Danimarca	203	3,3	78,1	1.390
Giappone	169	2,7	34,8	9.674
Russia	165	2,7	223,0	2.903
Olanda	161	2,6	78,1	1.014
Francia	160	2,6	49,5	712
totale import top 10	4.966	80,5	45,5	3.697

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

Tavola 13 - I principali concorrenti sui mercati rilevanti per l'Italia
(valori in milioni di dollari)

ranking	export 2011	quota 2011 su import mercati Italia	var. quota dal 2006	Pil p.c. paese (1)
Francia	6.040	28,6	-4,7	118
Spagna	2.027	9,6	1,0	90
Australia	1.392	6,6	-3,7	125
Cile	1.013	4,8	1,3	26
Stati Uniti	884	4,2	0,1	131
Germania	788	3,7	0,3	113
Sud Africa	605	2,9	-0,3	16
Argentina	588	2,8	1,4	19
Portogallo	544	2,6	-0,2	59
Nuova Zelanda	537	2,5	0,9	82
totale export top 10	14.418	68,3	-3,9	97
Italia	4.966	23,5	3,3	100

(1) Indice, Pil pro capite Italia dollari correnti 2008-2010=100

Fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice

Rispetto al caso della pasta, quello del vino presenta una gamma di sfide più ampie, e complesse, per il futuro. Da un lato, infatti, il tema della penetrazione dei nuovi mercati, legato anche alla diffusione di una cultura del bere vino, si ritrova per questo settore così come per molti beni di consumo. Dall'altro, però, emergono ancora ampi margini di miglioramento, ma anche nuove insidie, sui mercati tradizionali, dove la *leadership* francese è ancora lontana e soprattutto stanno velocemente crescendo i concorrenti dei paesi dell'emisfero australe.

Al di fuori di pasta e vino, negli altri beni della filiera il ruolo dell'Italia è più marginale, con la rilevante eccezione di alcune nicchie di mercato. Non è però un caso che le eccellenze siano rappresentate da produzioni in cui il marchio e l'origine possono supplire alla carenza di un sistema distributivo nazionale proiettato internazionalmente.

Questo aspetto, unitamente alla continua promozione dei contenuti più immateriali (culturali, salutistici, ...) dell'alimentazione "all'italiana", appare il punto di maggior criticità per le prospettive future della filiera. L'alternativa, poco attraente, sarebbe quella di limitarsi a un mercato interno, al di là della crisi attuale, saturo e con una competizione molto accesa e sempre più basata sul *pricing*. Inoltre, la mancata proiezione internazionale delle lavorazioni agroindustriali renderebbe impossibile tradurre il *deficit* commerciale delle fasi più a monte in un attivo quantitativamente e qualitativamente crescente.

Da segnalare, infine, l'incredibile opportunità offerta dall'Expo 2015 di Milano, che avendo per tema centrale proprio quello dell'alimentazione potrà costituire un'eccezionale vetrina mondiale per le produzioni e la cultura alimentari italiane.