

Tendenze del commercio agroalimentare mondiale e ruolo del Made in Italy



Rapporto presentato al Convegno
***Il commercio agroalimentare mondiale e ruolo del
Made in Italy***

Expo 2015 - Milano, 26 giugno 2015

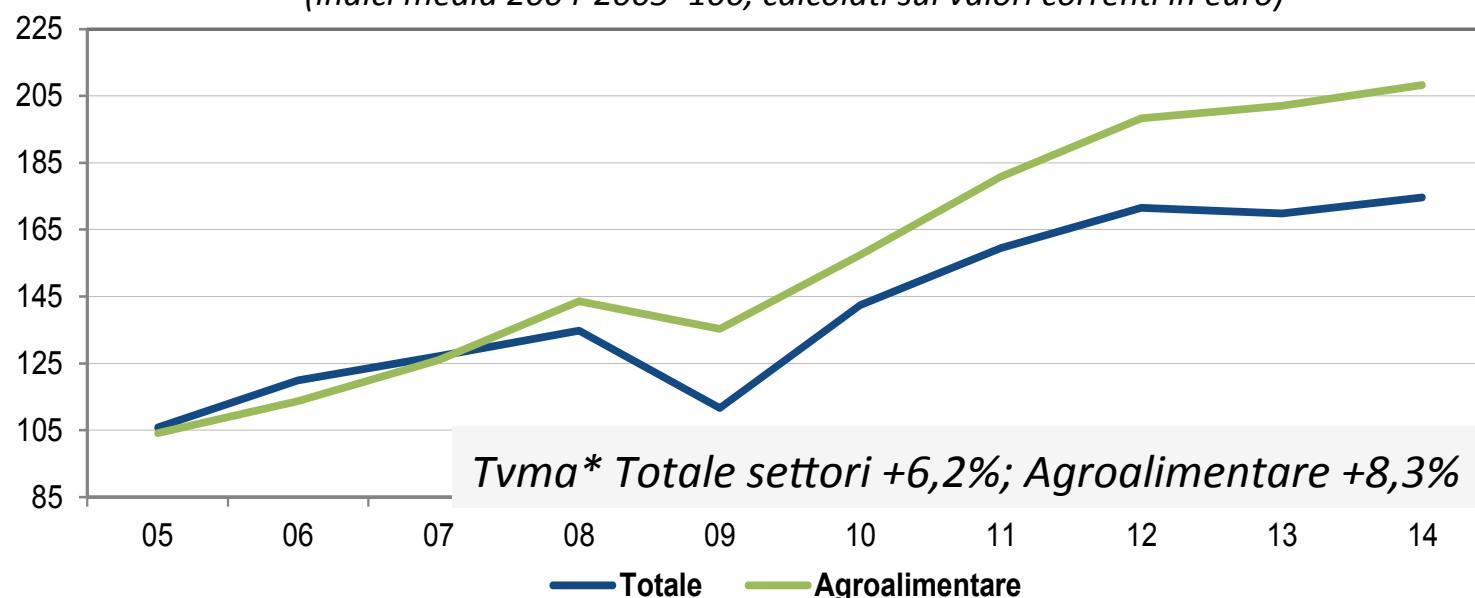
1. La geografia del commercio agroalimentare e l'Italia

Antonella Finizia, Ismea



Le esportazioni mondiali

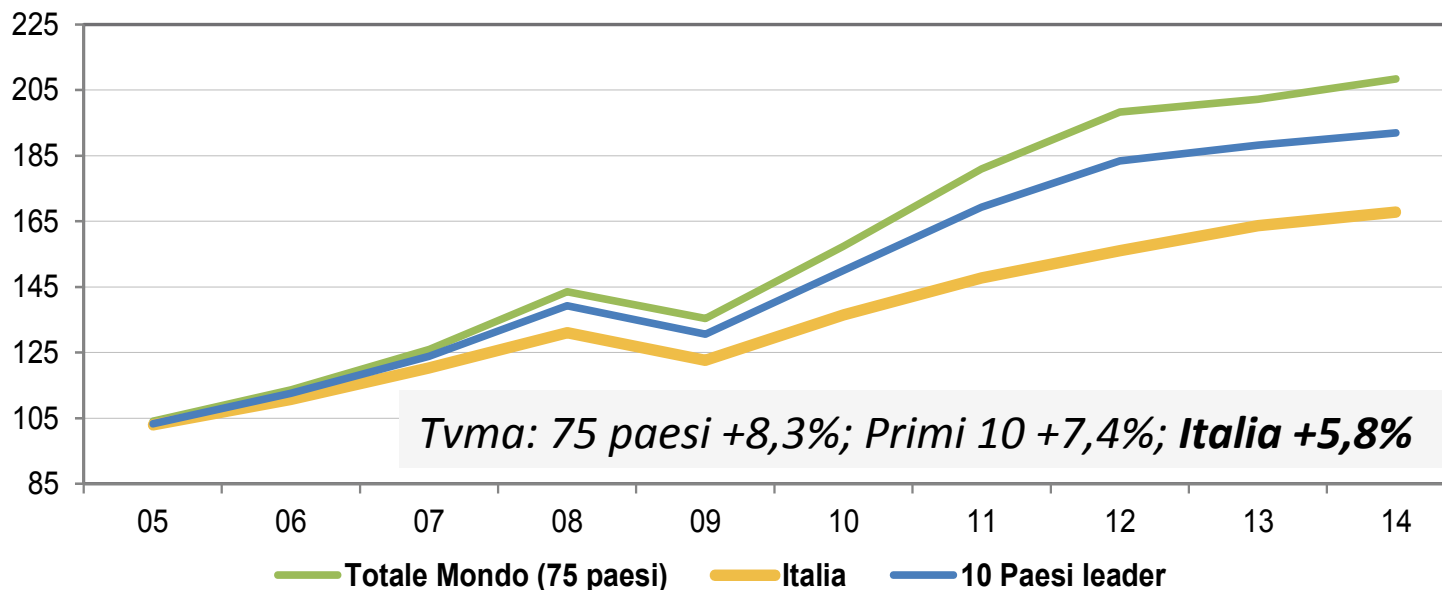
(indici media 2004-2005=100, calcolati sui valori correnti in euro)



- Le linee mostrano la dinamica delle esportazioni a valori correnti di 75 paesi del mondo (*export agroalimentare 2014 pari a 1.088 miliardi di euro - 1.445 miliardi di dollari*).
- Le esportazioni di prodotti agroalimentari nell'arco del decennio sono cresciute a un tasso di variazione medio annuo (tvma) superiore all'export totale di beni e servizi.
- Dal 2007 in poi l'agroalimentare è sempre andato meglio del totale settori (a eccezione del 2010); nel 2013, mentre l'export totale si contrae (-1%), cresce ancora, seppur di poco, l'agroalimentare (+1,9%); nel 2014 +3% per entrambi gli aggregati.

Export agroalimentare

(indici media 2004-2005=100, calcolati sui valori correnti in euro)



- L'export agroalimentare dell'Italia è cresciuto meno nella media mondiale e meno di quello dei primi 10 esportatori di prodotti agroalimentari.
- Solo nel 2013 l'Italia è andata molto meglio della media mondo; meno bene nel 2014 quando ha registrato un +2,5%, a fronte del +3,1% del mondo, ma il gruppo dei leader nel complesso è andato anche peggio (+2,1%)

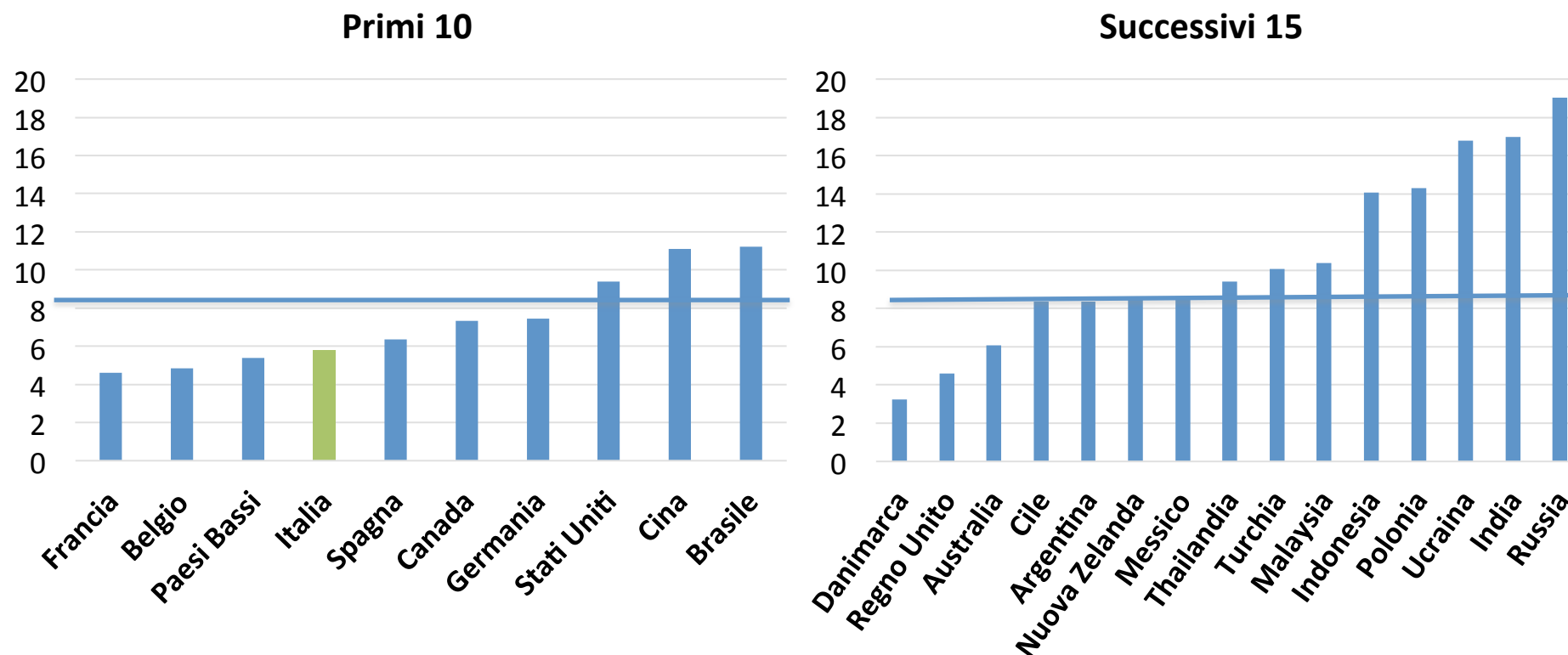
I dieci leader dell'export AA

	2014		Var. %	T.v.m.a. %
	mln euro	peso %	14/13	05-14
Mondo (75 Paesi)	1.087.933	100,0	3,1	8,3
Stati Uniti	117.296	10,8	6,3	9,4
Paesi Bassi	81.113	7,5	0,7	5,4
Germania	68.989	6,3	1,7	7,4
Brasile	60.537	5,6	-5,4	11,2
Francia	58.617	5,4	-2,8	4,6
Cina	52.461	4,8	6,7	11,1
Spagna	39.659	3,6	3,9	6,4
Canada	38.269	3,5	5,6	7,3
Belgio	34.779	3,2	2,1	4,9
Italia	34.240	3,1	2,5	5,8
Primi 10 Paesi	585.961	53,9	2,1	7,4
Successivi 15 Paesi	304.979	28,0	4,1	9,6

Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

La geografia del commercio

Tassi di crescita dei primi 25 esportatori
(tvma)



Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

Le quote di mercato

		quota %		
		2004-05	2013-14	diff
1	Stati Uniti	9,7	10,6	0,9
2	Paesi Bassi	9,7	7,5	-2,1
3	Germania	6,9	6,4	-0,5
4	Brasile	4,6	5,8	1,2
5	Francia	7,6	5,5	-2,0
6	Cina	3,8	4,7	1,0
7	Spagna	4,3	3,6	-0,6
8	Canada	3,8	3,5	-0,3
9	Belgio	4,3	3,2	-1,1
10	Italia	3,9	3,2	-0,8
11	India	1,4	2,8	1,4
12	Argentina	2,7	2,7	0,0
13	Indonesia	1,4	2,3	0,9
14	Regno Unito	3,1	2,3	-0,8
15	Australia	2,7	2,3	-0,5
16	Thailandia	2,0	2,2	0,2

		quota %		
		2004-05	2013-14	diff
17	Polonia	1,2	1,9	0,7
18	Messico	1,7	1,7	0,0
19	Malaysia	1,5	1,7	0,3
20	Nuova Zelanda	1,6	1,7	0,0
21	Danimarca	2,5	1,6	-0,9
22	Russia	0,5	1,2	0,7
23	Turchia	1,1	1,2	0,2
24	Ucraina	0,6	1,2	0,6
25	Cile	1,1	1,1	0,0
26	Irlanda	1,4	1,0	-0,5
27	Austria	1,2	1,0	-0,2
28	Norvegia	0,8	0,8	0,0
29	Singapore	0,6	0,7	0,1
30	Ungheria	0,6	0,7	0,1
Primi 10 Paesi		58,4	54,1	-4,3
Successivi 15 Paesi		25,1	27,9	2,8
75 Paesi		100	100	0,0

Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

Le quote di mercato

Nella graduatoria degli esportatori, i primi dieci perdono quota di mercato, ma principalmente per colpa della componente europea. Paesi Bassi e Francia hanno perso ben due punti percentuali. Meglio è andata per Germania e Spagna (-0,5 punti e -0,6 punti rispettivamente), mentre l'Italia segna -0,8 punti.

Allo stesso modo, considerando i successivi venti paesi in graduatoria, si contrae la quota degli altri paesi della vecchia UE e quella dell'Australia. Inossidabile invece la leadership degli Stati Uniti: con un tasso medio annuo di crescita superiore alla media mondo, è aumentata la sua quota del mercato mondiale; dopo il calo delle esportazioni (-1%) del 2013, registra +6,3% del 2014.

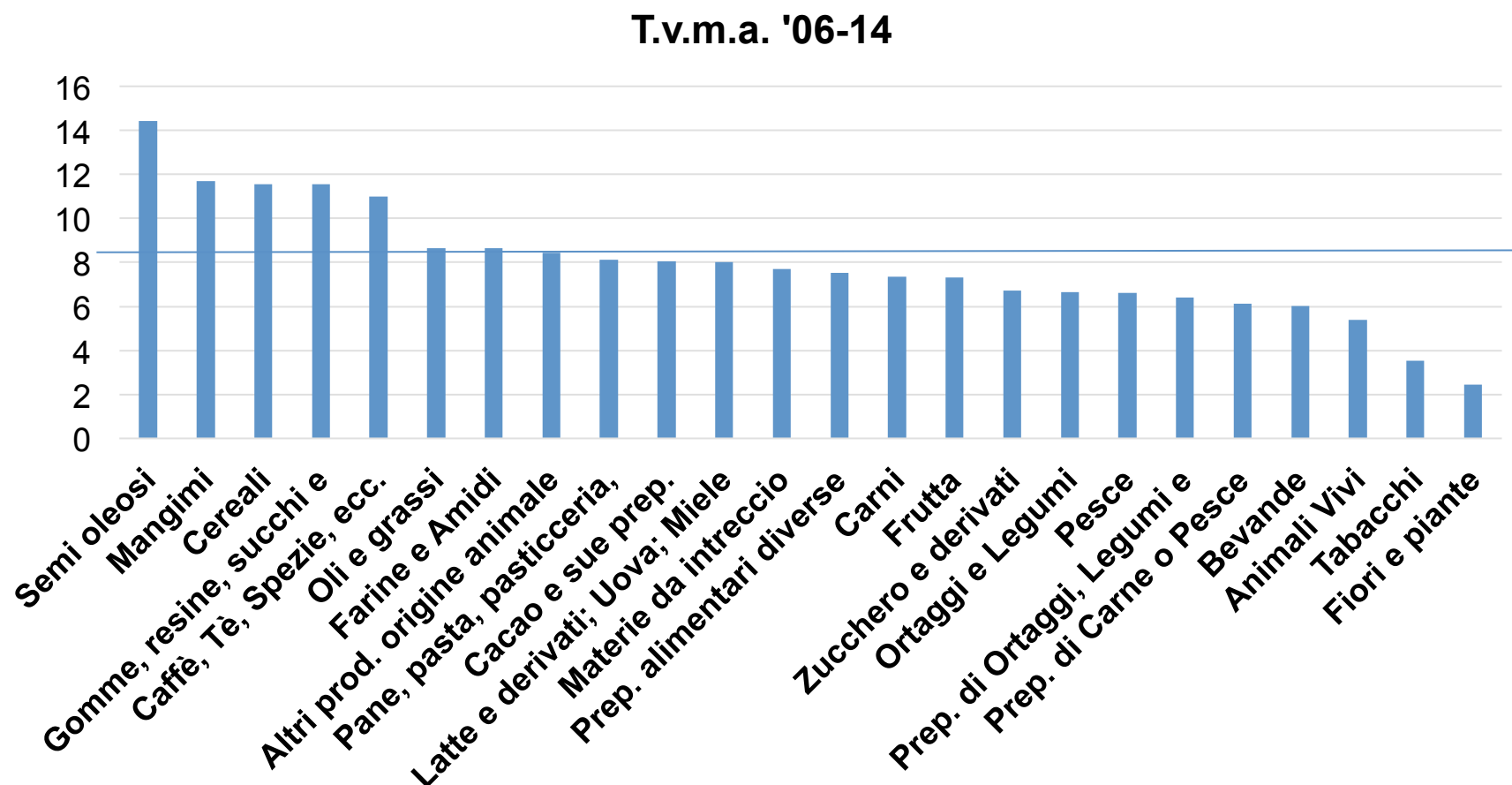
I paesi con i maggiori tassi di crescita dell'export agroalimentare nel decennio: Russia, India, Indonesia, Ucraina, Polonia, e poi Cina e Brasile. L'instabilità politica ed economica di alcuni di questi paesi tuttavia può cambiare drasticamente il segno da un anno all'altro; l'Ucraina ad esempio (-8% nel 2013; -1,3% nel 2014), l'Argentina (-4,5%, -9,9%), lo stesso Brasile nel 2014 segna un -5,4%.

Dinamica settoriale export (1)

Prodotti		2014		Var. %	T.v.m.a.
		mln euro*	Quota %	14/13	06-14
02	Carni	123.877	9,7	6,5	8,2
10	Cereali	108.863	8,5	-1,8	12,4
22	Bevande, alcolici e aceti	102.513	8,0	1,0	6,8
12	Semi e frutti oleosi	91.037	7,1	0,8	15,3
04	Latte e derivati del latte, uova, miele	88.673	6,9	5,8	8,8
08	Frutta	80.948	6,3	4,2	8,1
03	Pesce	77.727	6,1	10,1	7,4
23	Mangimi	74.663	5,8	1,8	12,5
19	Preparazioni a base di cereali	59.736	4,7	6,2	8,9
07	Ortaggi e legumi	58.239	4,5	-0,2	7,5
21	Preparazioni Alimentari Diverse	57.512	4,5	5,6	8,4
20	Ortofrutta trasformata	56.239	4,4	1,9	7,2
15	Oli e grassi vegetali e animali	50.721	4,0	-6,7	9,5
16	Preparazioni di carni e pesce	42.519	3,3	-0,1	6,9
17	Zucchero e prodotti a base di zucchero	37.646	2,9	-8,0	7,5
18	Cacao e preparazioni a base di cacao	34.408	2,7	11,3	8,9
24	Tabacchi	33.488	2,6	-1,1	4,3
09	Caffè, tè, matè, spezie	28.792	2,2	11,5	11,8
01	Animali vivi	21.409	1,7	7,3	6,2
06	Fiori e piante	18.682	1,5	2,4	3,2
11	Farine e amidi	16.284	1,3	4,0	9,5
05	Altri prodotti d'origine animale	9.702	0,8	3,3	9,3
13	Gomme, resine, succhi e estratti vegetali	7.640	0,6	-4,9	12,4
14	Materie vegetali da intreccio	544	0,0	6,6	8,5

Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA; *dati riferiti a 49 paesi

Dinamica settoriale export (2)



Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

Dinamica settoriale export (3)

Nel 2014 un terzo del valore delle esportazioni agroalimentari mondiali è costituito da Carni (9,7%), Cereali (8,5%), Bevande (8%), Semi oleosi (7%). Un tempo il primo comparto era quello delle Bevande, che ha perso posizioni. Oggi i comparti collegati alla zootecnia (Carni, Mangimi, Animali, Latte e derivati e Semi oleosi, in gran parte destinati all'alimentazione animale) rappresentano il 31% dell'export mondiale.

Le oscillazioni del valore dei comparti da un anno all'altro incorporano anche le variazioni dei prezzi mondiali (v. ad es. la contrazione dei cereali, degli oli e grassi e dello zucchero nel 2014).

Nell'ultimo decennio i tassi di crescita più elevati sono quelli delle commodity di base (cereali, semi oleosi, mangimi, oli vegetali, caffè e spezie, gomme e estratti vegetali).

Crescita inferiore alla media per bevande, preparazioni di carne, ortofrutticoli sia freschi che trasformati.

Interessanti gli aumenti dei lattiero-caseari, preparazioni di cereali, preparazioni a base di cacao.

Paesi/Prodotti

Primi due settori export 2014

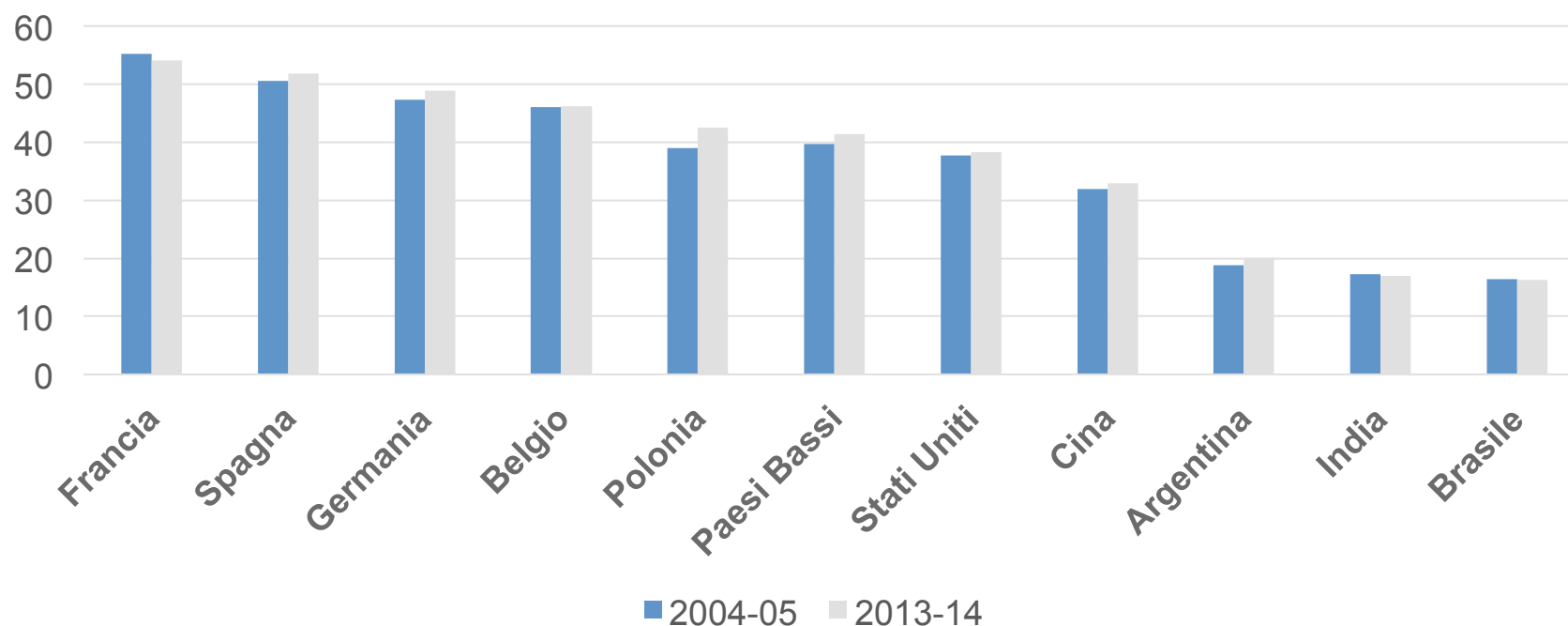
10 leader	1° e 2° settore	Altri emergenti	1° e 2° settore
Stati Uniti	Semi oleosi; Cereali	India	Cereali; Pesce
Paesi Bassi	Fiori e piante; Carni	Argentina	Mangimi; Cereali
Germania	Latte e der.; Carni	Indonesia	Oli e grassi; Pesce
Brasile	Semi oleosi; Carni	Tailandia	Prep. Carni e Pesce; Cereali
Francia	Bevande; Cereali	Polonia	Carni; Latte e der.
Cina	Pesce; Prep. Carni e Pesce	Messico	Ortaggi; Frutta
Spagna	Frutta; Ortaggi freschi	Russia	Cereali; Pesce
Canada	Cereali; Semi oleosi	Turchia	Frutta; Prep. Ortaggi
Belgio	Latte e der.; Carni	Ucraina	Cereali; Oli e grassi
Italia	Bevande; Prep. cereali		

Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

Paesi/Prodotti

Somiglianza delle esportazioni

Indice di somiglianza Italia-Paesi



L'indice mette a confronto la struttura delle esportazioni per i prodotti a 4 cifre della classificazione HS dell'Italia con la struttura degli altri paesi.

Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

Paesi/Prodotti

Somiglianza delle esportazioni

I modelli sono diversi, ma la composizione dell'export dei maggiori concorrenti tende a divenire più simile nel tempo a quella dell'Italia, con qualche eccezione:

- Diminuisce leggermente la somiglianza con la Francia (in particolare è cambiato il peso dei vini nel portafoglio, che per l'Italia aumenta e per la Francia diminuisce);
- Stabile e basso il grado di somiglianza per quanto riguarda il confronto con India e Brasile.

La domanda AA

Importazioni delle aree geografiche

	2014	quota %		tvma %
	mln euro	2004-05	2013-14	05-14
UE15	402.499	48,7	40,1	5,2
Asia	255.212	20,8	25,0	9,7
NordAmerica	129.418	13,3	12,6	6,8
Altri europei	64.261	5,2	6,4	10,1
Centro-SudAmerica	61.471	4,7	6,2	10,7
Nuovi UE	51.549	3,9	5,1	11,0
Terzi Mediterranei	24.193	1,6	2,3	12,4
Oceania	14.318	1,1	1,4	10,1
Africa	8.312	0,7	0,8	8,8
Totale 75 paesi	1.011.232	100,0	100,0	7,5

L'UE a 15 resta l'area maggiore per la domanda di prodotti agroalimentari (in gran parte soddisfatta da scambi intra-UE). Ma nel decennio il suo ruolo è diminuito di oltre 8 punti. Tutte le altre aree hanno guadagnato peso; sostanzialmente stabile il ruolo del Nordamerica. L'Asia è arrivata a pesare per un quarto sull'import mondiale.

La domanda AA

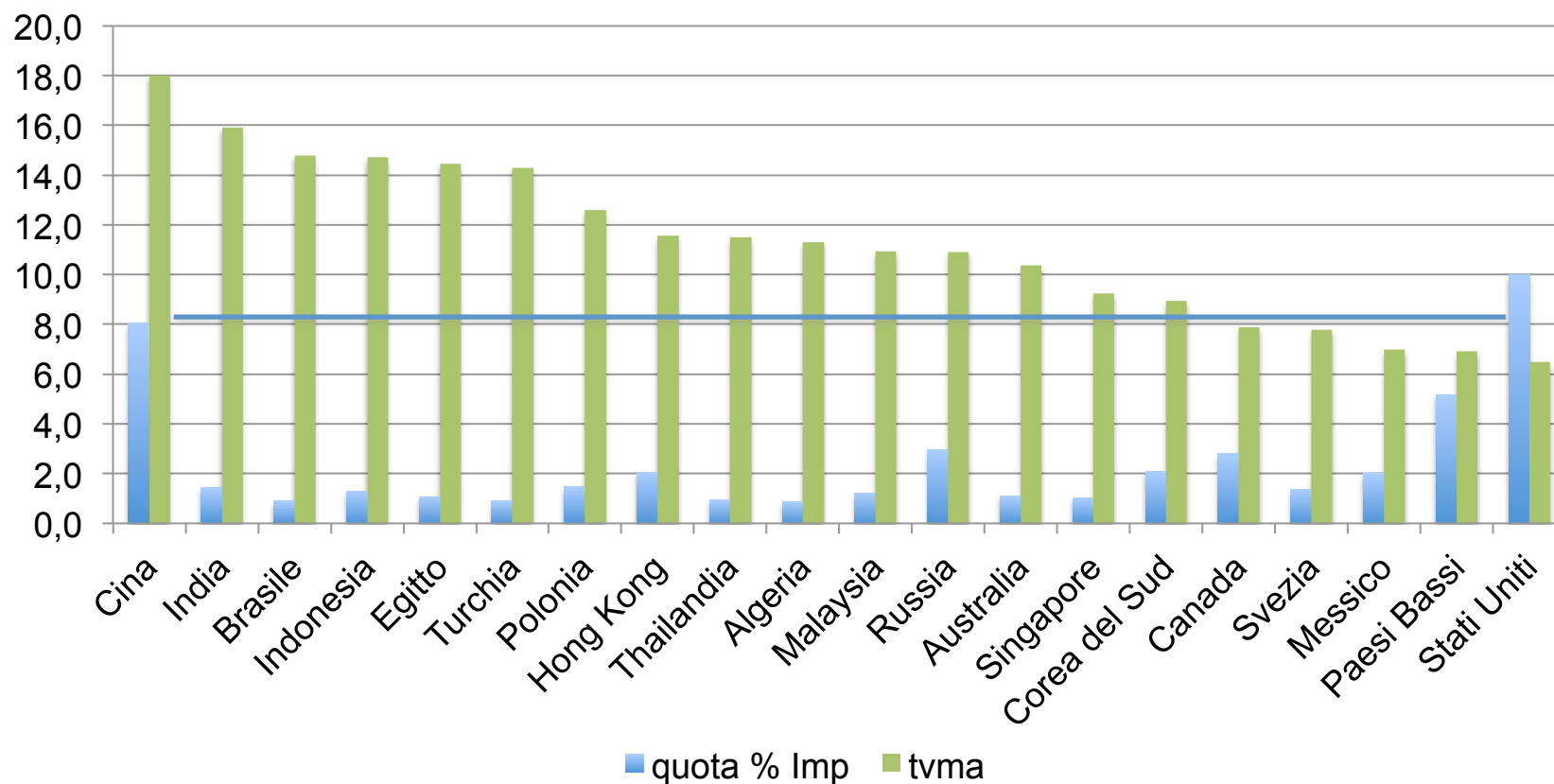
Principali importatori

	2014	2014	Var. %	T.v.m.a.
	mln euro	Peso %	14/13	05-14
Totale 75 paesi	1.011.232	100,0	3,0	7,5
Stati Uniti	101.103	10,0	7,5	6,5
Cina	81.438	8,1	7,4	18,0
Germania	79.924	7,9	1,5	6,0
Giappone	54.057	5,3	-3,9	2,4
Regno Unito	52.537	5,2	3,0	4,1
Paesi Bassi	52.278	5,2	-1,7	6,9
Francia	49.411	4,9	1,6	5,1
Italia	40.072	4,0	2,5	3,9
Belgio	31.942	3,2	2,6	5,2
Russia	30.054	3,0	1,9	10,9
Primi 10	572.818	56,6	2,8	6,5
Successivi 15	244.276	24,2	4,6	8,7

Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

La domanda AA

I mercati più dinamici



Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

La domanda AA

I mercati più dinamici

I primi 10 importatori coprono circa il 57% della domanda AA mondiale; il primo mercato di sbocco sono gli USA, il secondo è la Cina. Anche dal lato della domanda la vecchia Europa ha perso peso nel decennio, anche a causa della crisi economica.

I 20 Paesi nel grafico precedente hanno avuto un tasso medio annuo di crescita delle importazioni $>7,5\%$ (media mondiale) e la quota paese sull'Import mondiale è maggiore di 0,9% nel 2014. Se si abbassa ancora questa soglia dimensionale, spiccano altri paesi: Venezuela, Cile, Colombia, Ucraina, Romania, ecc.

Gruppi d'importatori*

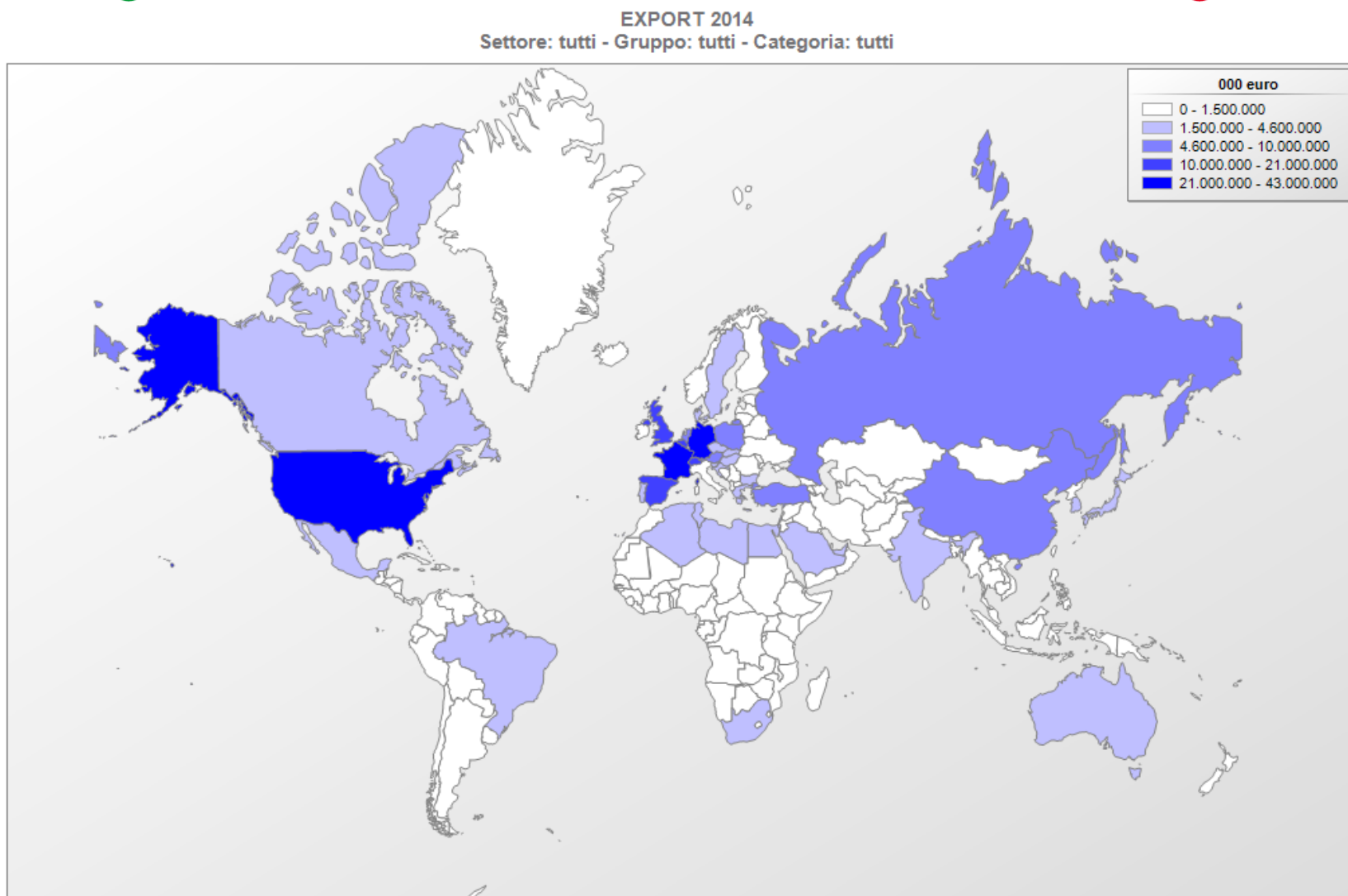
Piccoli importatori e alta crescita della domanda	Grandi importatori e alta crescita della domanda
RUSSIA; CAN; COREA; HONG KONG; POL; INDIA; SVE; INDONESIA; MALAYSIA; AUSTRALIA; EGITTO; SINGAPORE; TAILANDIA; TUR; BRA	CINA
Piccoli importatori e bassa crescita della domanda	Grandi importatori e bassa crescita della domanda
SPA; MEX; DAN; AUSTRIA; SVI; TAIWAN	USA; GER; GIAP; RU; PB; FRA; ITA; BEL

** Primi 30 paesi per valore import 2014 con tvma superiore o inferiore alla media mondo pari a 7,5%; grandi con quota delle importazioni totali $\geq 3\%$; piccoli con quota $<3\%$*

Paesi/Prodotti

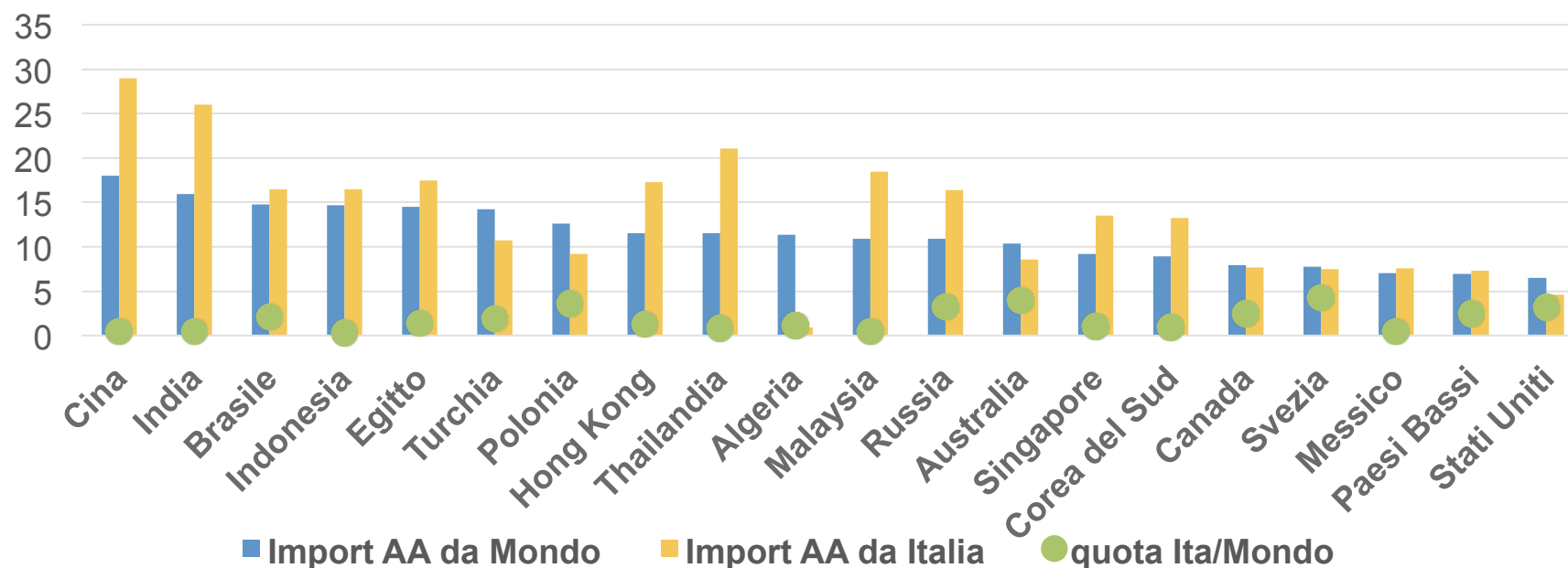
Paesi	1° settore 2014 e quota % su import AA del paese	Settori con tassi di crescita più alti nel decennio
CINA	Semi oleosi (42%)	Latte e derivati, uova, ecc.; Preparaz. a base di cereali
RUSSIA	Carni (15%)	Semi oleosi; Animali vivi
CANADA	Bevande (14%)	Farine e amidi; Carni
POLONIA	Mangimi (10%)	Latte e der.; Animali vivi
INDIA	Oli e grassi (55%)	Cereali; Cacao e sue prep.
SVEZIA	Pesce (24%)	Pesce; Latte e derivati
COREA DEL SUD	Cereali (17%)	Caffè; Frutta
BRASILE	Cereali (20%)	Prep. Carni e Pesce; Fiori e piante; Prep. Ortaggi e frutta

L'Italia nel Mondo



L'Italia sui mercati più dinamici

Import AA totale e dall'Italia (tvma)



Per diversi paesi le importazioni AA dall'Italia sono cresciute a un tasso medio annuo superiore alle importazioni totali dal Mondo. Vero soprattutto nei mercati più lontani e nuovi per noi (dove siamo però piccolissimi, vedi Cina, India, Thailandia), ma anche in Russia; il contrario invece in Polonia, Turchia, Stati Uniti, Canada, dove perdiamo posizioni.

Fonte: elaborazione Ismea su dati GTA

La geografia del commercio

Commercio AA, vecchi e nuovi attori

- Si conferma l'andamento positivo dell'agroalimentare (dinamica sostenuta dell'export mondiale nell'ultimo decennio).
- Tra i leader dell'export mondiale non è una novità trovare Brasile e Cina, perdono terreno i paesi europei, mentre tra i vecchi attori solo gli Stati Uniti mantengono la leadership aumentando anche la quota di mercato.
- I veri emergenti nell'arena competitiva: **India, Indonesia e altri asiatici, Russia, Polonia, Ucraina, Turchia.**
- Nell'ultimo decennio l'export è cresciuto di più per le commodity di base: **semi oleosi, mangimi, cereali, caffè, tè e spezie, oli e grassi**, cioè materie prime (proteine e grassi) per l'industria alimentare e per l'alimentazione animale, esportate soprattutto dai paesi emergenti o in via di sviluppo ma anche da Usa e Canada. Crescita inferiore alla media per bevande, preparazioni di carne, ortofrutticoli sia freschi che trasformati. **Interessante invece dal nostro punto di vista la crescita delle preparazioni a base di cereali, cacao e cioccolata, latte e derivati.**

La geografia del commercio

Commercio AA, vecchi e nuovi attori

- **Dal lato della domanda**, il mercato sta cambiando notevolmente con diversi paesi che hanno registrato tassi di crescita medi annui della domanda anche doppi rispetto alla media mondiale.
- I **mercati di sbocco più dinamici** sono di nuovo gli **asiatici**, con la Cina che è diventata il secondo importatore mondiale, India, Indonesia, quelli dell'**Est europeo (Polonia) e Russia**, ma anche **Turchia e Nord Africa**.
- La classificazione dei mercati di sbocco è un punto di partenza di un'analisi che, paese per paese, dovrebbe approfondire i molteplici fattori che determinano se un paese può rappresentare un mercato obiettivo per l'export nazionale (grado di stabilità politica, barriere tariffarie e non tariffarie, distanza, abitudini e stili alimentari, ecc).
- Ma la **domanda sta rapidamente cambiando** in questi paesi (v. la crescita dei formaggi in Cina)..

● La geografia del commercio ●

Com'è andata l'Italia

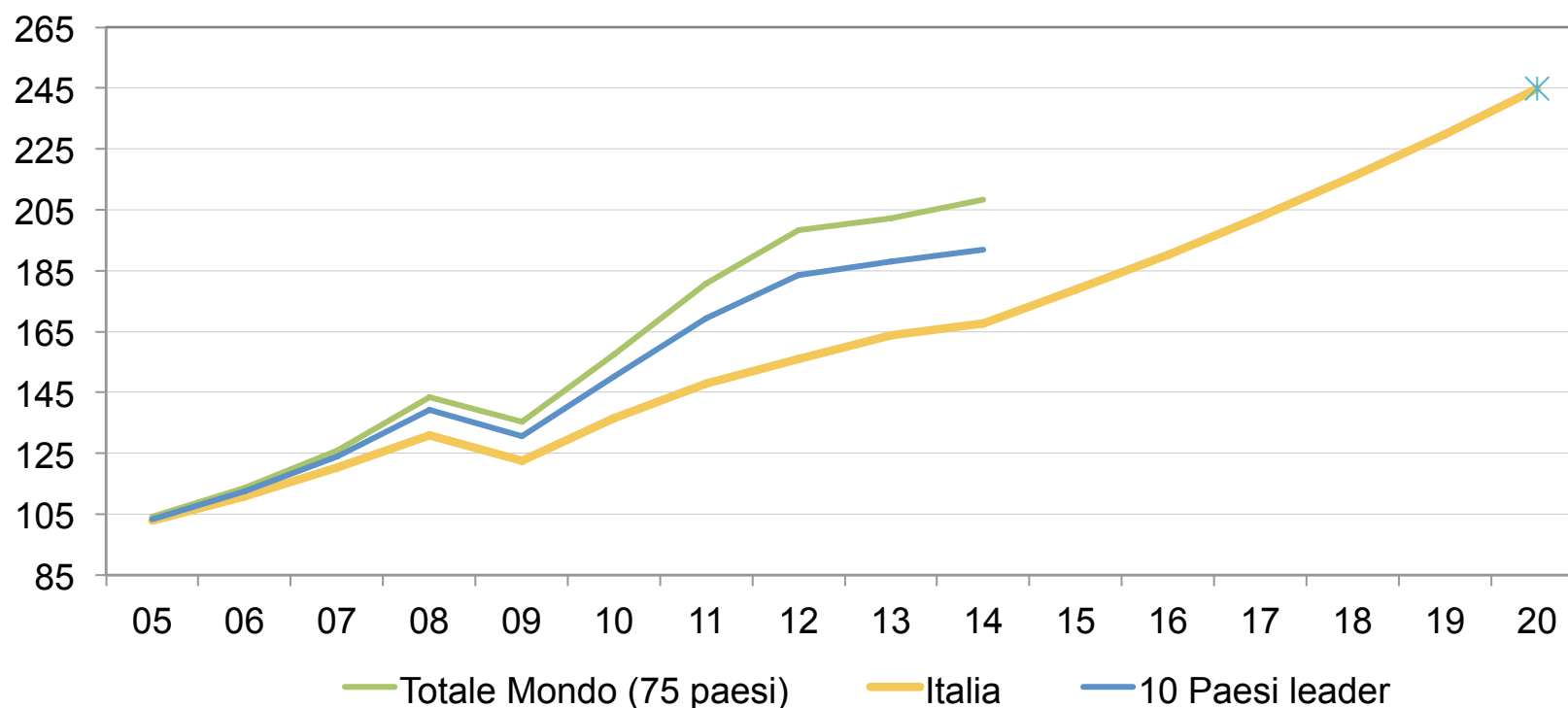
- Diversi paesi europei sono andati peggio di noi (anche i grandi come Francia e Paesi Bassi); il nostro 10° posto siamo riusciti a conservarlo, sebbene con la Spagna abbiamo palesemente perso la competizione).
- I grandi flussi che hanno trainato la dinamica degli scambi mondiali sono prevalentemente scambi di prodotti di cui siamo noi stessi deficitari e questo spiega almeno in parte perché non siamo riusciti a cogliere le opportunità.
- La domanda è in forte evoluzione..

..il meglio deve ancora venire..



La geografia del commercio

L'Italia: la sfida per il 2020



Per raggiungere l'obiettivo di 50 miliardi di export nel 2020 dobbiamo mantenere un tasso medio annuo di crescita del 6,5% dal 2015 in poi.