P.O.R. PUGLIA 2014 – 2020 approvato con Decisione C(2015)5854 del 13/08/2015 ASSE X “Investire nell'istruzione, nella formazione, e nell’apprendimento permanente”. AVVISO PUBBLICO N. 6/FSE/2019 PROGETTO PILOTA - Realizzazione di percorsi formativi di Istruzione Tecnica Superiore (ITS), finalizzati al conseguimento del Diploma di Tecnico Superiore Attuazione degli interventi ex Accordo di Programma Quadro (APQ) dell'Area Interna dei Monti Dauni sottoscritto in data 18/06/2019 (DD del 8 ottobre 2019 n. 1217 – BURP n.116 del 10/10/2019). Approvazione Graduatoria AD n. 1341 del 23/10/2019.

# Corso ITS “Tecnico Superiore nella valorizzazione della biodiversità e del contenuto salutistico dei prodotti agroalimentari” (Acronimo: BIODIVHEALTH)

**Docente: Dott. Lorenzo Caldarola**

**AREA: Filiere e biodiversità**

**UF: Organizzazione e funzionamento delle filiere agroalimentari**

## GLI ARGOMENTI DELLA LEZIONE

- Introduzione
- Lo scenario internazionale
- Struttura dell'industria alimentare italiana
- L'eccellenza dell'industria alimentare italiana
- Le grandi sfide per l'industria alimentare
- Le traiettorie strategiche delle imprese alimentari
- Le politiche pubbliche per lo sviluppo delle imprese alimentari
- I dieci messaggi chiave dell'industria alimentare italiana
- Bibliografia

# Introduzione

- Il settore agroalimentare coinvolge tutte le attività inerenti la produzione, la trasformazione, la distribuzione e la commercializzazione dei prodotti alimentari.

Nello specifico, riguarda l'agricoltura, l'industria alimentare ed il commercio (all'ingrosso ed al dettaglio).

Le caratteristiche attuali del sistema agroalimentare italiano sono in gran parte frutto del processo evolutivo avente ad oggetto il settore primario ed il graduale svilupparsi di dinamiche intersettoriali, che hanno determinato il coinvolgimento di un numero sempre maggiore di attori appartenenti a diverse tipologie di attività.

Il risultato è stato una complessa interazione di più comparti merceologici che oggi costituiscono l'intero sistema agroalimentare.

# Introduzione

- Nel processo di globalizzazione, accade talvolta che le aziende agricole più specializzate assicurano esclusivamente la produzione vegetale e animale, mentre tutte le attività che non sono strettamente agricole sono state trasferite ai settori industriali, artigianali o commerciali.

L'agricoltura acquista sempre più prodotti industriali (fertilizzanti, prodotti fitosanitari, macchine e attrezzature agricole) per migliorare la propria produttività e intensificare la produzione.

In cambio essa fornisce sempre maggiori quantità di materie prime alle industrie di trasformazione e di prodotti alle imprese commerciali interposte tra agricoltura e consumatore.

La funzione alimentare non è più unicamente assicurata dall'agricoltura, ma da un gran numero di unità di produzione e di distribuzione che costituiscono il campo dell'economia agroalimentare, di cui l'agricoltura non è che una componente.

# Introduzione

- Al tempo stesso l'agricoltura e l'alimentazione si internazionalizzano e, con le nuove relazioni di scambio, l'agricoltura diventa maggiormente dipendente economicamente e tecnologicamente dai suoi partner e sempre più sensibile alle influenze internazionali.

Attualmente i prodotti alimentari vengono sottoposti ad un numero considerevole di operazioni tecniche e commerciali prima di arrivare sulla tavola del consumatore.

Le fasi e gli attori della filiera Agroalimentare sono rappresentati in Figura 1 di seguito riportata.

# Introduzione

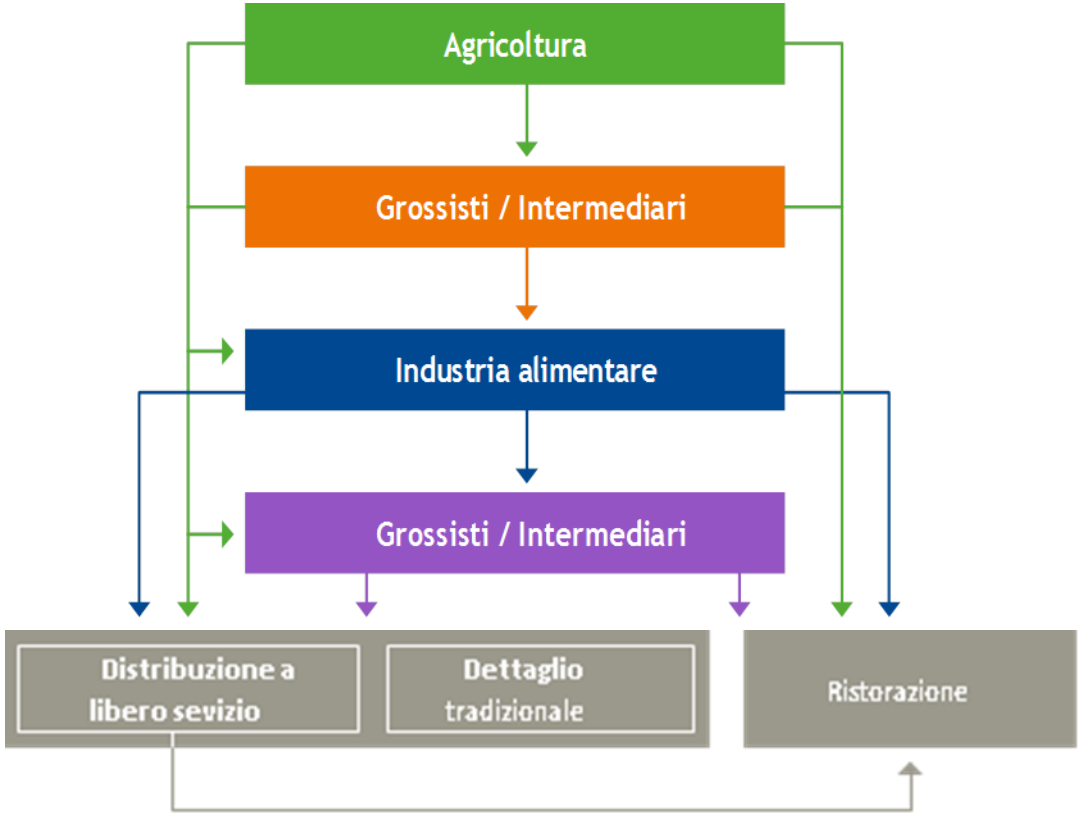



**Figura 1 _** *Fasi e Attori della Filiera Agroalimentare*

# Introduzione

- In Italia il settore agroalimentare è in gran parte caratterizzato dalla presenza di piccole e micro imprese, spesso a conduzione familiare.

La ridotta dimensione è spesso causa della loro scarsa competitività soprattutto nei confronti delle grandi imprese nazionali ed internazionali che operano sui mercati di massa dominati dalla grande distribuzione organizzata.

Tuttavia, questa debolezza viene almeno in parte compensata dalla loro flessibilità organizzativa e propensione all'innovazione di prodotto e di processo, che le colloca in nicchie di mercato (estere e nazionali) caratterizzate da consumatori di fascia medio-alta e propensi all'acquisto di cibi di qualità.

Si pensi alle produzioni rappresentative della tradizione *Made in Italy*, che costituiscono uno strumento di riparo dai competitor stranieri garantendo una privilegiata accessibilità al mercato interno ed a quello internazionale.

# Introduzione

- *Carattere artigianale* ed elevato ricorso alla *tradizione* nelle produzioni rappresentano due caratteristiche distintive del nostro settore agroalimentare a cui si affianca la *frammentazione geografica* sul territorio italiano.

Per quanto riguarda invece *l'industria alimentare* italiana, questa è e rimane storicamente la seconda del Paese dopo la *metalmeccanica*.

Secondo gli ultimi *Rapporti* sullo stato dell'Agricoltura, le esportazioni continuavano ad essere il maggiore traino dell'agro-alimentare, tuttavia anche le importazioni mostravano valori positivi, a testimonianza di una maggiore integrazione internazionale dell'intero sistema.

I consumatori dei Paesi europei mostrano, infatti, un crescente interesse per la qualità dei prodotti agroalimentari italiani.

# Introduzione

- Per consentire agli operatori di utilizzare al meglio il valore aggiunto dei loro prodotti, sono state introdotte a livello comunitario le specifiche certificazioni con il sistema delle indicazioni geografiche DOP e IGP, con il sistema delle specialità tradizionali garantite STG e con l'adozione del regolamento (CE) n. 834/2007 relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici: le specialità agroalimentari italiane con queste certificazioni (escluso il settore vinicolo) riconosciute e tutelate dalla Ue sono il numero di certificazioni più elevato a livello comunitario, a conferma del peso crescente delle produzioni agroalimentari di qualità del nostro Paese.

Tra i settori agroalimentari maggiormente rappresentati in Italia figurano gli ortofrutticoli e cereali (in larga maggioranza IGP), i formaggi e gli oli extravergine di oliva (quasi esclusivamente DOP) e le preparazioni di carni (per oltre un terzo IGP e nel resto dei casi DOP ).

# Lo scenario internazionale

## Le dinamiche del mercato europeo

- In Europa, l'alimentare (cibo e bevande) è la prima industria manifatturiera in termini di fatturato (1.109€ miliardi nel 2016), valore aggiunto* (230€ miliardi nel 2015, il 2.1% del valore aggiunto lordo europeo) ed occupazione (4.57€ milioni, circa il 15% degli occupati nel manufatturiero europeo), come evidenziato nel report 2018 dell'associazione FoodDrinkEurope.

Si tratta di una industria che conta, in Europa, 294.000 imprese e che nel tempo si è rivelata stabile, robusta e resiliente, come confermato dal volume di produzione del 2017, il più alto dal 2008.

È un'industria eterogenea, in cui tuttavia i primi 5 comparti (prodotti da forno e farinacei, prodotti della carne, industria lattiero-casearia, bevande e gli altri prodotti alimentari) rappresentano tre quarti del turnover (volume di affari) totale e oltre l'80% delle imprese e occupati.

---

* *Il Valore Aggiunto VA è la misura dell'incremento di valore che si verifica nell'ambito della produzione e distribuzione di beni e servizi finali grazie all'intervento dei fattori produttivi (capitale e lavoro) a partire da beni e risorse primarie iniziali.*
*La differenza tra il valore finale dei beni e servizi prodotti e il valore dei beni e servizi acquistati per essere impiegati nel processo produttivo*

# Le dinamiche del mercato eur

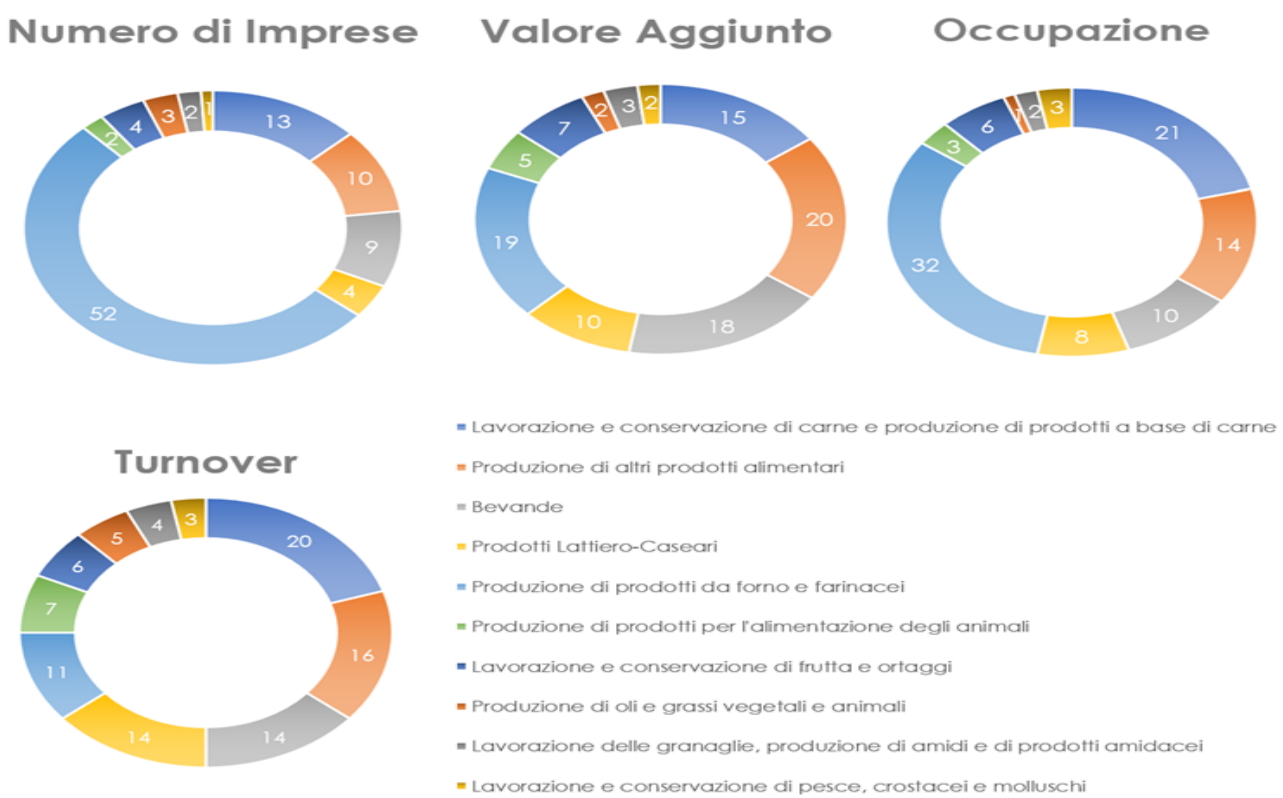



**Figura 1. Numero di Imprese, Valore Aggiunto, Occupazione e Turnover dei diversi comparti nell'industria alimentare Europea (2015, %)**
***Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018***

# Le dinamiche del mercato europeo

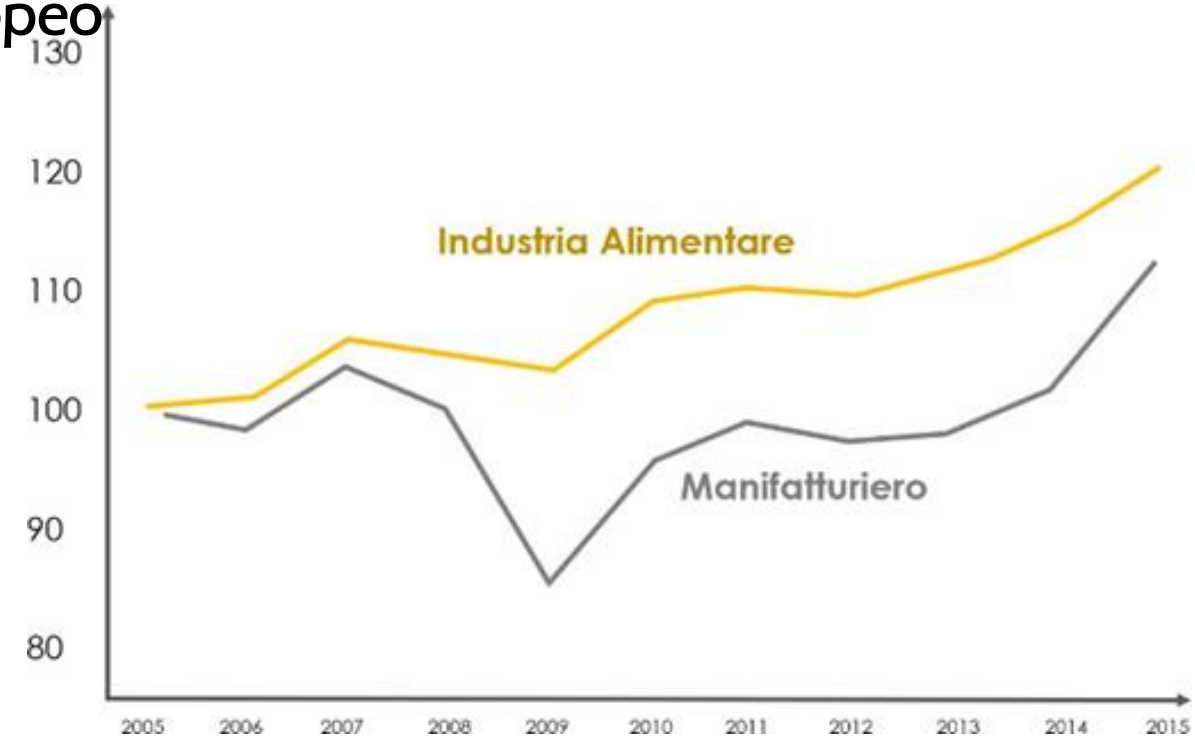



**Figura 2. Confronto tra Valore Aggiunto dell'industria alimentare e del totale dell'industria manifatturiera Europea (2005=100)**
***Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati Eurostat e Wageningen Economic Research***

# Le dinamiche del mercato europeo

- Nel contesto Europeo, l'Italia è al secondo posto, dopo la Francia, per numero di imprese, terzo (dopo Francia e Germania) per numero di occupati e quinto (dopo Francia, Germania, Regno Unito e Spagna) per valore aggiunto generato.

In generale, l'industria alimentare si inquadra come primo employer in circa la metà degli Stati membri e rientra tra i primi tre settori del manifatturiero per turnover in tutti gli Stati.

# Le dinamiche del mercato europeo

*Tabella 1. Dati industria alimentare per Paese Membro (2016)*

| | Turnover (€ miliardi) | Valore Aggiunto (€ miliardi) | Occupati (in migliaia) | Incidenza occupazione nel manifatturiero | Numero di imprese |
|---|---|---|---|---|---|
| Austria | 22.9 | 5.9 | 84.6 | 1 | 3899 |
| Belgio | 50.1 | 8.2 | 89 | 1 | 4369 |
| Bulgaria | 5.6 | 1.1 | 95.3 | 2 | 6295 |
| Croazia | 5.3 | 1.1 | 61.1 | 1 | 3240 |
| Danimarca | 24.5 | 3.7 | 53.3 | 2 | 1632 |
| Estonia | 1.8 | 0.4 | 15 | 3 | 683 |
| Finlandia | 10.7 | 2.6 | 38 | 4 | 1743 |
| Francia | ***179.8*** | ***37*** | ***623.4*** | 1 | ***59757*** |
| Germania | ***171.3*** | ***40*** | ***580*** | 3 | 5940 |
| Grecia | 14.2 | 2.8 | 115 | 1 | 1225 |
| Irlanda | 23.5 | - | 46.8 | 1 | 1715 |
| ***Italia*** | ***133.1*** | ***29*** | ***385*** | ***2*** | ***56500*** |
| Lettonia | 1.7 | 0.4 | 23.6 | 2 | 1196 |
| Lituania | 3.9 | 0.8 | 42.9 | 1 | 1652 |
| Olanda | 73.6 | 12.5 | 130.4 | 1 | 6348 |
| Polonia | 56.1 | 10.1 | 421.5 | 1 | 14324 |
| Portogallo | 15.6 | 3 | 109.7 | 1 | 11100 |
| Regno Unito | 118.2 | ***35.7*** | 434 | 1 | 6815 |
| Repubblica Ceca | 13.1 | 2.9 | 116.8 | 4 | 9821 |
| Romania | 12.1 | 1.9 | 180.2 | 1 | 8754 |
| Slovacchia | 4.2 | 0.8 | 40.5 | - | 3399 |
| Slovenia | 2.1 | 0.5 | 13.3 | 4 | 719 |
| Spagna | 96.4 | ***29.4*** | 480 | 1 | 28038 |
| Svezia | 18.4 | - | 50.7 | 3 | 4337 |
| Ungheria | 11.7 | 2.1 | 105.3 | 1 | 6838 |

*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati Eurostat*

*Fonte: Elaborazione FoodDrinkEurope su dati Eurostat (SBS) e delle federazioni Nazionali.*

- Per la Germania i dati si riferiscono alle imprese con più di 20 dipendenti.
- Per la Grecia e la Slovenia i dati escludono le piccole imprese delle bevande e le piccole imprese familiari.
- Per l'Irlanda sono escluse le imprese delle bevande.

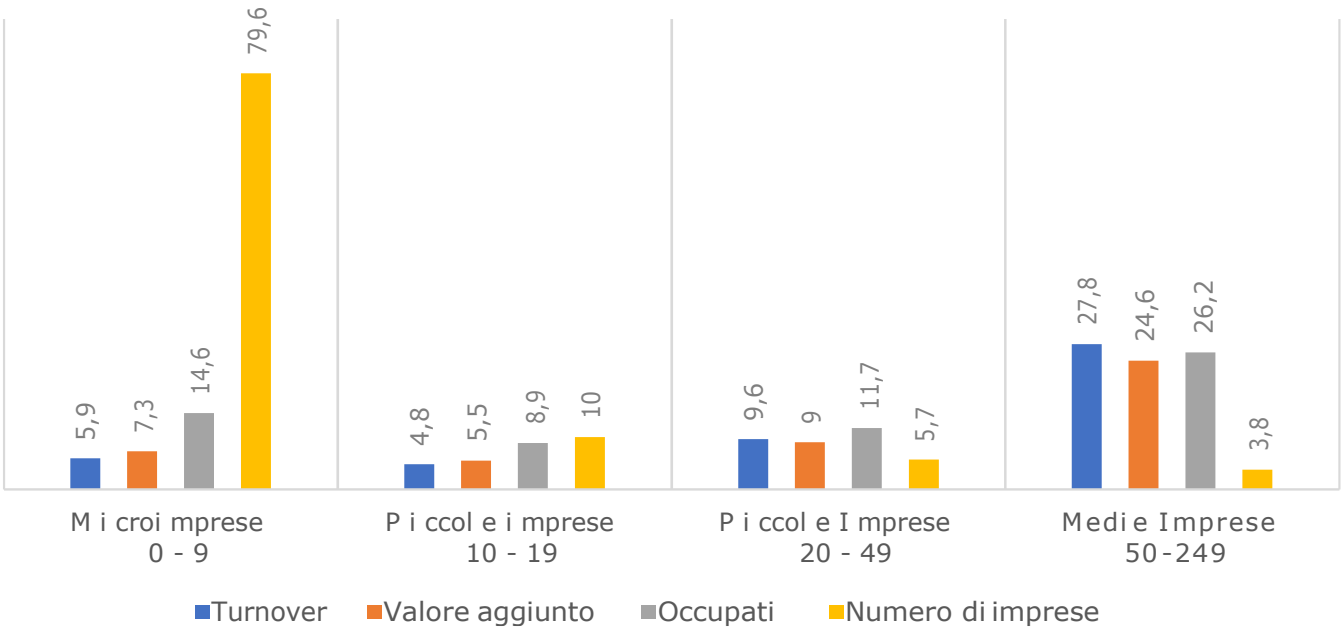
# Lo scenario internazionale:
## le dinamiche del mercato europeo

- Anche la distribuzione dimensionale presenta dei punti in comune tra gli Stati membri: pur essendo un settore con molte imprese di dimensioni diverse, le PMI generano circa il 50% del turnover e del valore aggiunto, fornendo oltre due terzi dell'occupazione.

In generale, ci sono oltre 290.000 PMI distribuite nei diversi Paesi Europei, circa il 99% del totale delle imprese operanti nell'industria alimentare europea.

# Le dinamiche del mercato europeo

*Figura 3. Contributo delle PMI all'industria alimentare europea (2015, % per dimensione)*




*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati Eurostat*

# Le dinamiche del mercato europeo

- Il valore aggiunto creato dall'intera filiera (dati Eurostat 2015), e condiviso tra gli attori è di 707€ miliardi, di cui circa il 32.5% realizzato dall'industria alimentare.

L'incidenza maggiore, nonostante l'industria non sia prima nella filiera né per numero di occupati, né per numero di imprese, né per turnover.

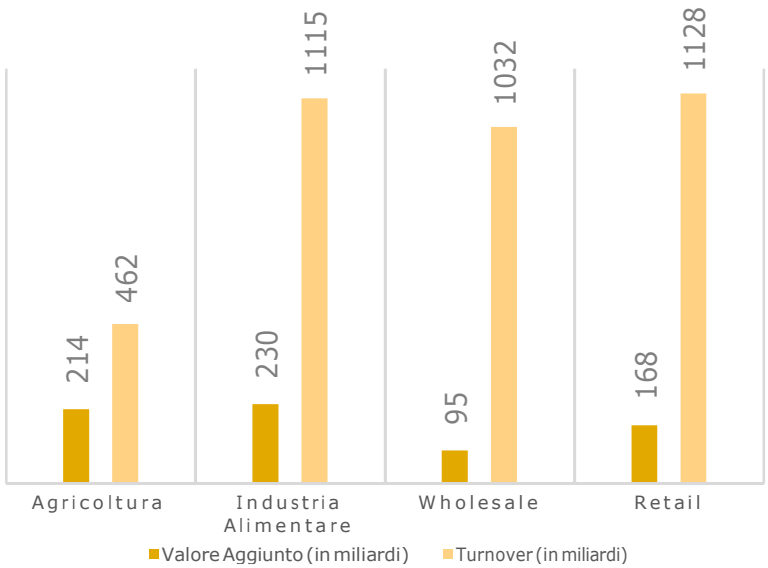
*Tabella 2. Overview della struttura della filiera alimentare europea (2015)*

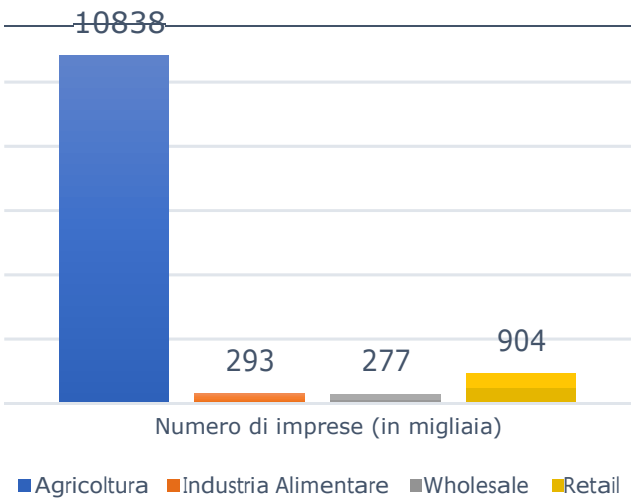
| | Agricoltura | Industria Alimentare | Wholesale | Retail |
|---|---|---|---|---|
| **Valore Aggiunto (in miliardi)** | 214 | 230 | 95 | 168 |
| **Turnover (in miliardi)** | 462 | 1115 | 1032 | 1128 |
| **Numero di imprese (in migliaia)** | 10838 | 293 | 277 | 904 |
| **Occupati (in milioni)** | 9.2 | 4.5 | 1.9 | 7.4 |

*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati Eurostat*

# Le dinamiche del mercato europeo

*Figura 4. Turnover, valore aggiunto (2015, € miliardi) e numero di imprese (2015, in migliaia) della filiera dell'alimentare europea*

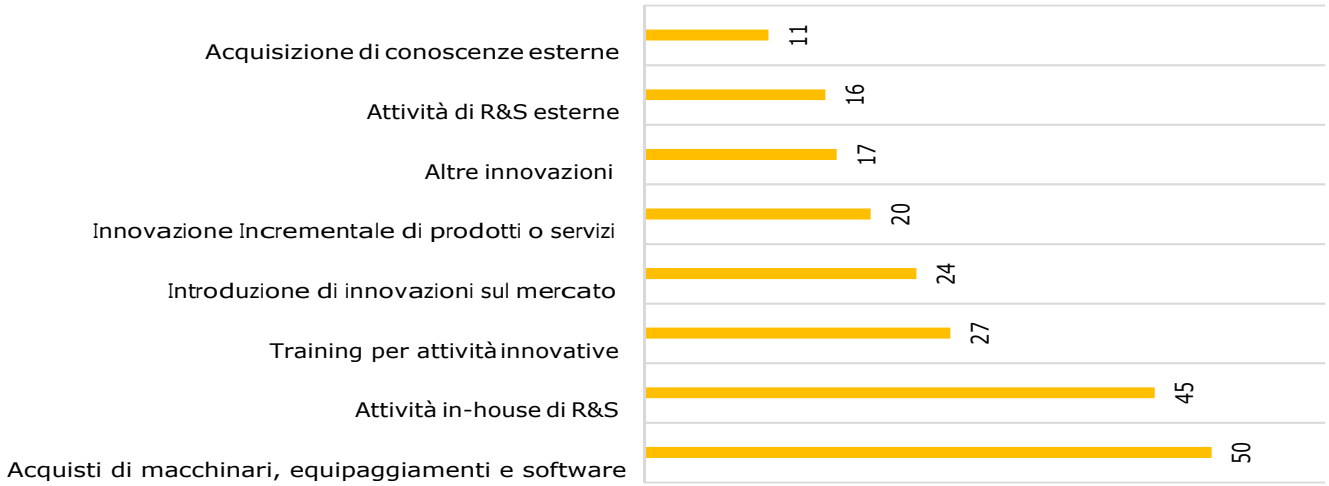


# Le dinamiche del mercato europeo

Su fronte dell'innovazione, tra le imprese europee, prevale l'investimento in innovazione di marketing. Il 20% delle imprese ha però anche puntato ad innovazioni di prodotto, processo ed organizzative.

*Figura 5. Attività innovative delle imprese dell'alimentare europeo (2012-2014 in % delle imprese che hanno introdotto innovazioni di prodotto e/o di processo)*

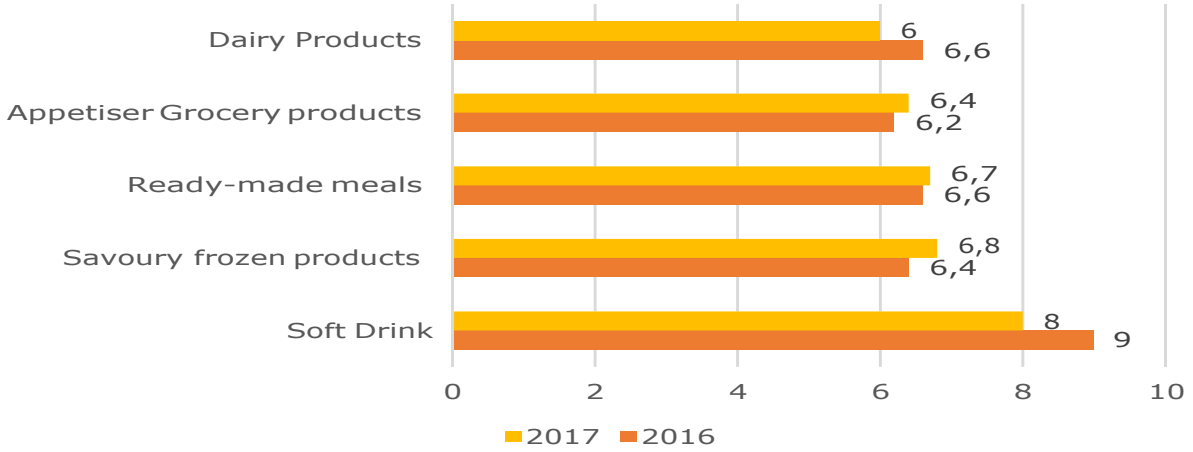



*NB: Le singole imprese possono aver introdotto una o più categorie di innovazioni*
*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2017*

# Le dinamiche del mercato europeo

In termini di innovazione di prodotto, i comparti leader sono quelli delle bevande analcoliche, dei prodotti surgelati e dei pasti pronti. I prodotti lattiero-caseari, che nel 2015 erano secondi solo alle bevande analcoliche per innovatività, scendono al quinto posto, dopo i prodotti da aperitivo.

*Figura 6. Le 5 categorie di prodotti più innovativi*




*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati XTC World innovation Panorama 2018 (www.xtcworldinnovation.com)*

## Le dinamiche del mercato europeo

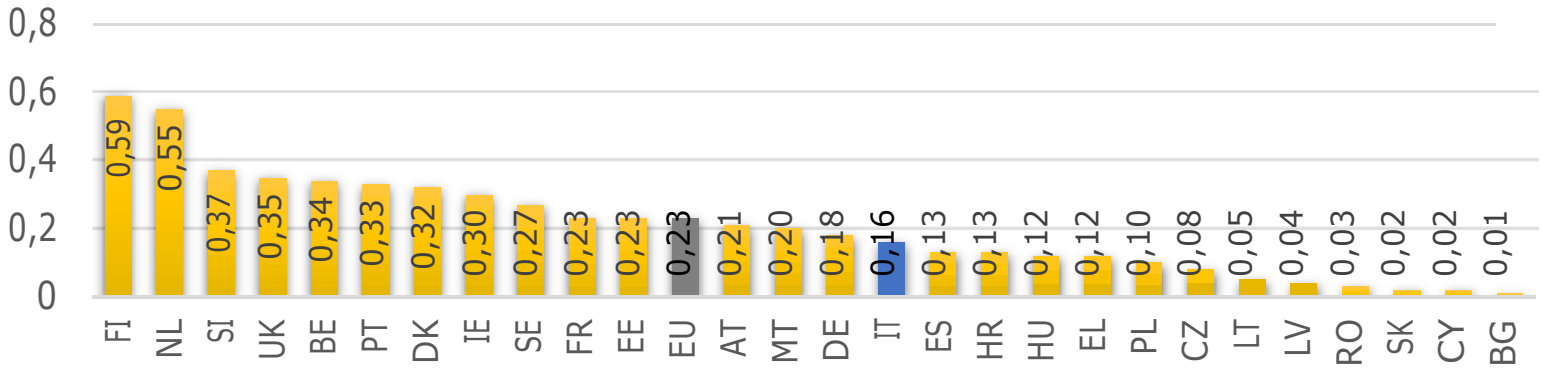
In termini di investimenti in R&S, delle circa 2000 società di investimento privato in R&D principali al mondo, 52 operano nell'alimentare.

Insieme, hanno investito 9 € miliardi nel 2016/2017, di cui 2.9 € miliardi da parte delle 15 società Europee nel gruppo (localizzate principalmente in UK, Olanda, Francia e Germania).

Ne risulta un'intensità negli investimenti privati, in Europa, inferiore ad altre industrie alimentari nel modo e una forte eterogeneità rispetto ai Paesi oggetto di tali investimenti, in questa ottica, l'Italia si posiziona sotto la media EU, e largamente al di sotto (circa un quarto del valore) della Finlandia, paese leader nella destinazione.

# Le dinamiche del mercato europeo

*Figura 7. Investimento privato in R&S nell'industria alimentare per Stato membro (media 2013-2015, % dell'output)*




*NB: include anche l'industria del Tabacco*

*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati Eurostat (BERD, National Accounts)*

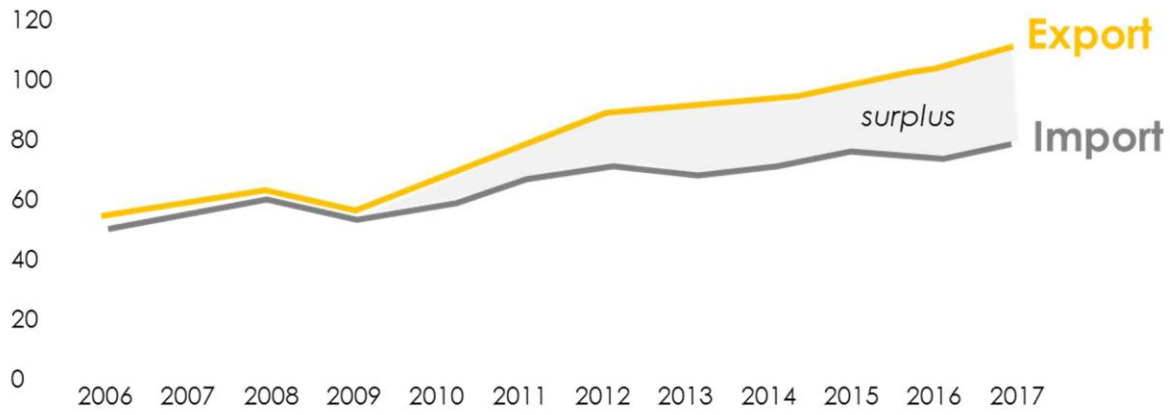
Elenco aggiornato sigle ISO delle nazioni: https://www.gallieflori.com/index.php?id=512&pageno=1

# Le dinamiche del mercato europeo

In termini di competitività, le esportazioni dell'alimentare hanno raggiunto, in un trend positivo (per l'ottavo anno consecutivo) i 110€ miliardi nel 2017 (+8% rispetto al 2016), a fronte di un import di 75€ miliardi (+4% rispetto al 2016).

L'Unione Europea è quindi un esportatore netto, con una bilancia positiva di circa 35€ miliardi.

*Figura 8. Evoluzione export ed import dell'industria alimentare europea (€ miliardi)*




*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati Eurostat (Comex)*

## Le dinamiche del mercato europeo

Tra le esportazioni, oltre il 25% è stato destinato a Paesi non-membri, un trend in crescita che vede gli export extra-EU crescere (sono raddoppiati negli ultimi 10 anni) rispetto a quelli intra-EU.

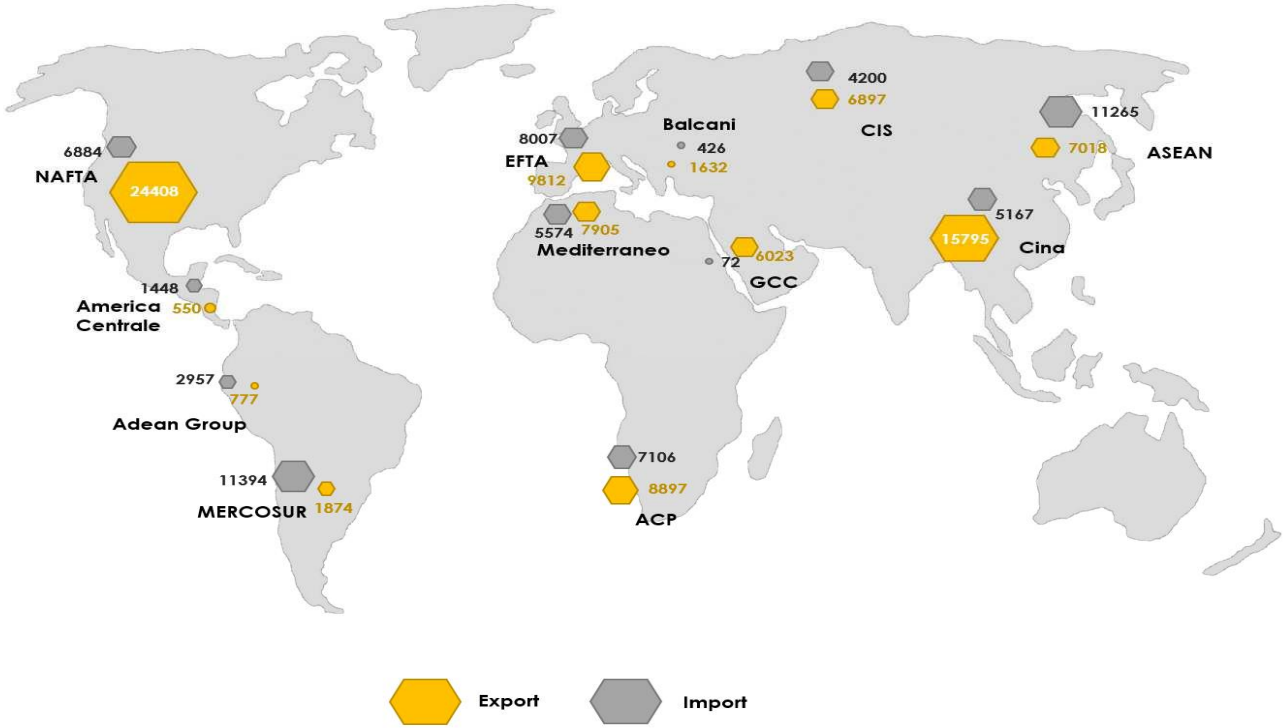
L'area NAFTA rimane il maggior interlocutore dell'alimentare Europeo, seguita dalla Cina, ASEAN, EFTA, ACP, Paesi del Mediterraneo e Mercosur.

## Le dinamiche del mercato europeo

- **NAFTA:** North American Free Trade Agreement - Accordo nordamericano di libero commercio siglato nel 1992 tra Stati Uniti, Canada e Messico
- **ASEAN:** Associazione delle Nazioni del Sud-est asiatico (1967) a cui aderiscono Filippine, Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailandia. Poi Brunei, Vietnam, Birmania, Laos, Cambogia.
- **EFTA :** European Free Trade Association - Associazione europea di libero scambio a cui attualmente aderiscono l'Islanda, il Liechtenstein, la Norvegia e la Svizzera
- **ACP:** African, Caribbean and Pacific - Paesi dell'Africa, dei Caraibi e del Pacifico
- **Paesi del Mediterraneo:** 15 Stati membri: Albania, Algeria, Bosnia ed Erzegovina, Egitto, Giordania, Israele, Libano, Marocco, Mauritania, Monaco, Montenegro, Stato di Palestina, Siria, Tunisia e Turchia.
- **Mercosur:** Mercado Comum do Sul (America Medridionale) - organizzazione internazionale istituita da Argentina, Brasile, Paraguay e Uruguay con il Trattato di Asunción del marzo 1991

# Le dinamiche del mercato europeo

*Figura 9. Flussi commerciali dell'industria alimentare europea (€ milioni, 2017)*




*Fonte: FoodDrinkEurope - Data & Trends 2018 su dati Eurostat (Comext)*

# Le principali forze di cambiamento

Uno studio della fondazione Barilla ha identificato cinque mega-trend:

- Evoluzione demografica,
- Nuovi equilibri geopolitici,
- Digital economy,
- Green economy,
- Tecnologie GRIN: *Genetic, Robotic, Information e Nano process*

che hanno particolare impatto sull'offerta e sulla domanda alimentare.

# Le principali forze di cambiamento

Evidenzia, inoltre alcuni aspetti socio-economici altrettanto rilevanti:

-> *la polarizzazione*, ovvero la possibilità o meno di accedere a cibi di livello qualitativo elevato;

-> *il tribalismo*, in contrapposizione all'individualismo, quel legame fra clienti che condividono passioni creando un gruppo – tribù – socialmente coeso;

-> *la ricerca* di una felicità *"sostenibile"* e *"non opulenta"*, tramite uno stile di vita basato sulla sostenibilità e le buone pratiche;

# Le principali forze di cambiamento

-> una generalizzata *scarsità di fiducia*, in rispetto alla sensazione di sicurezza e stabilità dei decenni passati, che si traduce in patologie da stress;

-> la grande quantità di *informazioni non controllate* e la *facilità di accesso* da parte del pubblico che determinano un aumento del rischio di "cattiva informazione";

-> la *personalizzazione* e la crescita delle *persone sole* che determinano la richiesta di nuove tipologie di prodotti e formati.

# Le principali forze di cambiamento

Da queste forze di cambiamento sono emerse alcune tendenze che stanno impattando sulle strategie e sui business model delle imprese di settore, quali la ricerca di gusto, l'attenzione alla salute, la ricerca di innovazione nel rispetto della tradizione, la globalizzazione di sapori, l'attenzione al territorio e la sostenibilità.

In questa ottica, il settore alimentare sembra essere già allineato nell'offerta di prodotti con elevati livelli nutritivi e la ricerca di nuove formulazioni di prodotti esistenti alla luce di rinnovate capacità tecnologiche, nell'attenzione ai formati e, tramite alcune iniziative di rilievo, come il progetto Life, nella ricerca di soluzione contro lo spreco alimentare.

# Le principali forze di cambiamento

Un altro tema estremamente rilevante per la società è il sostegno dell'educazione alimentare e la lotta all'obesità, ormai riconosciuta dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) come una epidemia globale con importanti ricadute sociali e sanitarie.

Se la responsabilità di intervenire è in primis nei governi, il coinvolgimento e la collaborazione con le aziende di filiera è fondamentale, per la creazione di prodotti con profili nutrizionali che seguono le linee guida internazionali.

Per il loro ruolo sociale, le industrie alimentari sono spinte a collaborare attivamente con le istituzioni pubbliche e a promuovere e realizzare attività di comunicazione mirate, nonché a facilitare l'accesso e la comprensione delle informazioni nutrizionali (etichetta nutrizionale, linee guida giornaliere).

# Le principali forze di cambiamento

Nel 2015, ad esempio, l'Industria alimentare, tramite la Federazione e le Associazioni di categoria competenti per i prodotti interessati, ha sottoscritto con il Ministero della Salute due documenti:

- "Obiettivi condivisi per il miglioramento delle caratteristiche nutrizionali dei prodotti alimentari con particolare attenzione alla popolazione infantile (3-12 anni)" dedicato al miglioramento di specifiche caratteristiche nutrizionali di alcuni alimenti nei quali è stata ridotta la densità energetica in linea con gli attuali modelli nutrizionali.

Inoltre il valore medio di sale, acidi grassi trans (insaturi, idrogenati), grassi saturi e zuccheri ha subito un'importante riduzione, mentre il contenuto medio di fibre è gradualmente aumentato.

# Le principali forze di cambiamento

É stato anche fatto uno sforzo costante per un progressivo ridimensionamento delle porzioni di alcune categorie merceologiche con conseguente riduzione dell'apporto energetico della porzione media.
Le merceologie oggetto del protocollo sono: cereali da prima colazione, biscotti, snack salati, potato chips, cracker, merendine, soft drink, nettari/succhi e polpa di frutta, yogurt, latti fermentati, gelati);

- "Linee di indirizzo per la Comunicazione Commerciale relativa ai prodotti alimentari e alle bevande, a tutela dei bambini e della loro corretta alimentazione", finalizzato ad incoraggiare e diffondere comunicazioni commerciali e pratiche di vendita corrette, leali e responsabili che assicurino un elevato livello di protezione ai bambini, aderiscano ai principi di responsabilità, favoriscano scelte consapevoli da parte dei consumatori nell'ambito dell'ampia varietà di prodotti disponibili sul mercato, proteggano i minori dalla loro limitata capacità di valutare a pieno le informazioni.

# Le principali forze di cambiamento

Nel 2016, Federalimentare ha firmato il terzo Protocollo d'Intesa con il Ministero Istruzione, Università e Ricerca, che rinnova la collaborazione per il triennio 2016-2019 su temi di primaria importanza per la nostra Industria:

- la diffusione dell'educazione alimentare, abbinata ad un'adeguata attività fisica, quale unica via per affrontare i fenomeni del sovrappeso e dell'obesità;
- la valorizzazione dei talenti, la prevenzione degli abbandoni dei percorsi d'istruzione e formazione, attraverso le opportunità di alternanza scuola/lavoro nel settore agroalimentare;
- la definizione delle linee programmatiche delle politiche nazionali di ricerca e innovazione, grazie anche al supporto del Cluster Tecnologico* Nazionale Agrifood.

---

* I cluster tecnologici nazionali sono reti di soggetti pubblici e privati che operano sul territorio nazionale in settori quali la ricerca industriale, la formazione e il trasferimento tecnologico.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Alla fine degli anni '90, la "*food safety*" ha iniziato ad essere al centro delle politiche alimentari anche a seguito di diversi gravi episodi che durante quel decennio minarono la fiducia dei consumatori.

Un passaggio decisivo è stata la pubblicazione nel 2000 del "libro bianco sulla sicurezza alimentare" che pose le basi per l'emanazione due anni dopo della prima legislazione quadro in materia alimentare:

la "*General Food Law Regulation*" – Regolamento Generale sulla Legislazione Alimentare (Regulation (EC) 178/2002).

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Gli obiettivi generali di questo impianto normativo erano:

- Garantire un elevato livello di protezione della salute delle persone e degli interessi dei consumatori.
- Garantire anche la correttezza delle pratiche commerciali nel settore.
- Tener conto della salute del benessere degli animali, e della salvaguardia dell'ambiente.
- Garantire il libero scambio di prodotti agricoli e prodotti alimentari trasformati all'interno dell'Unione.
- Facilitare il commercio globale di prodotti agricoli e alimentari trasformati salutari.

Nella legislazione dell'Unione europea, tenere conto degli accordi e degli standard internazionali, a meno che non danneggino il miglior grado di protezione del consumatore voluto dall'Unione europea.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Per perseguire questi obiettivi, il GFLR ha fissato il principio dell'analisi dei rischi nei cibi e nell'alimentazione, basata su metodologie scientifiche e valutazioni tecniche attuate dalla European Food and Safety Authority (EFSA).
È utile ricordare che l'analisi del rischio è articolata in tre componenti interdipendenti:

1. valutazione;
2. gestione;
3. comunicazione.

Un altro passaggio rilevante si è avuto nel 2009 con l'emanazione del documento "Comunicazione sulla qualità dei prodotti alimentari".
Questa comunicazione è diventata il punto di riferimento per tutte le politiche relative alla qualità dei prodotti alimentari dell'UE, riferite sia ai prodotti, sia ai processi produttivi.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Per quanto riguarda i prodotti, si tratta in particolare di:

- Standard qualitativi specifici ed omogenei per poter utilizzare i nomi dei prodotti alimentari in tutti i paesi UE (es. formaggio a pasta filata come la mozzarella).
- Rintracciabilità dei prodotti e delle materie prime da cui derivano, essenziale per una corretta gestione delle fasi di commercializzazione dei prodotti.
- Accesso al mercato: per alcune categorie di prodotti, è necessaria un'autorizzazione preventiva alla commercializzazione fornita da EFSA: (additivi alimentari); prodotti nuovi (novel food): prodotto che non è mai stato sperimentato dal punto di vista della ricetta, perché magari contiene nuove molecole o nuovi microrganismi; OGM *(Organismi Geneticamente Modificati di origine animale o piante, che presentano un patrimonio genetico inesistente in natura e ricreato in laboratori)*
- Limiti massimi: standard dal punto di vista del contenuto di certi elementi all'interno degli alimenti che possono essere pericolosi per la salute se salgono sopra certe soglie: (Tossine, contaminanti derivanti da lavorazioni non effettuate secondo le regole, pesticidi).
- Prodotti di qualità: indicazioni geografiche.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Per quanto riguarda i processi produttivi, la regolamentazione sui processi produttivi è basata sul sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points).

Per cui ciascuna azienda alimentare deve identificare per il proprio prodotto, mediante specifica documentazione, le fasi in cui i rischi possono verificarsi e le corrispondenti misure di prevenzione/controllo/intervento in caso di problemi.

È anche importante la legislazione sulla presentazione dei prodotti alimentari ai consumatori, centrata su tre questioni:

- Pubblicità ed etichettatura dei prodotti;
- Dichiarazione dei valori nutrizionali e claims (indicazioni) salutistici;
- Sistemi volontari di etichettatura nutrizionale fronte pacco.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Quest'ultimo tema è oggetto di forti contrasti sia tra gli attori privati, sia tra le Istituzioni internazionali e i Governi nazionali.

Il tentativo di catalogare i prodotti in base a determinati valori nutrizionali è stato sostenuto da un certo gruppo di grandi attori privati.

Fino ad ora ha trovato attenzione in diversi importanti Paesi, nonostante un duplice limite di metodo e concettuale: il fatto che i valori considerati accettabili non siano stati determinati sulla base di evidenze scientifiche consistenti o comunque sufficientemente convergenti;
in secondo luogo, la focalizzazione sui valori nutrizionali di singoli prodotti, invece che su quelli delle diete alimentari che prevedono il consumo di un certo mix di prodotti in proporzioni appropriate.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

In campo alimentare esistono *standard di matrice "pubblica",* cioè aventi forza normativa per la salvaguardia di aspetti di interesse generale.

Accanto a questi sono diffusi anche *standard "privati",* definiti da soggetti privati e a cui una certa parte delle imprese decidono di uniformarsi liberamente.

Gli *standard di matrice "pubblica"* rispondono alla necessità di sterilizzare l'asimmetria informativa che esiste tra aziende e consumatori sulle reali caratteristiche del prodotto alimentare commercializzato e sui suoi effetti sulla salute umana.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Non va dimenticato che la sicurezza alimentare ha caratteristiche di bene pubblico.

Bisogna naturalmente valutare quanto l'imposizione di questi standard riesca a garantire i livelli di sicurezza ricercati a beneficio del consumatore e della salute pubblica. Inoltre, va valutato quale sia il livello adeguato di standard obbligatori e quanto possa essere più opportuno affidarsi alle iniziative di tipo volontario di auto – regolazione e/o di certificazione.

Inoltre, quale sia l'equilibrio corretto tra regole personalizzate per alcuni prodotti/tecnologie/paesi e regole generali valide per tutti.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Gli standard "privati" sono spiegati, invece, in primo luogo dalle crescenti aspettative dei consumatori in termini di sicurezza e qualità degli alimenti, anche oltre quanto è espressamente previsto dalla legge (riflesso poi negli standard pubblici); nonché dalla rilevanza sempre dal punto di vista del consumatore di dare certezza della provenienza territoriale dei prodotti.

Questi standard possono diventare uno strumento di differenziazione che, se percepita rilevante dal consumatore, genera un vantaggio competitivo.

La crescente diffusione di questi standard ha ovviamente un effetto rilevante sui costi di produzione e commercializzazione che enfatizza il rilievo delle economie di scala.

In molti casi essi, infatti, richiedono alle imprese investimenti significativi, oltre ad una maggiore complessità organizzativa anche in relazione alle attività di controllo e intervento nei casi di non adeguatezza.

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

In definitiva, come per tutti gli strumenti di "segnalazione" della qualità di un prodotto o di un servizio, la vantaggiosità per l'impresa delle certificazioni volontarie dipende dalla coesistenza di diverse condizioni:

- il reale differenziale di qualità tra i prodotti dotati di tale certificazione e gli altri;
- la significatività della certificazione che determina un impatto consistente sulle scelte del consumatore target;
- i costi di acquisizione e mantenimento della certificazione;
- i costi di comunicazione per rendere la certificazione un fattore di valore percepito dal consumatore;
- i vincoli imposti sull'impresa (processo produttivo, caratteristiche del prodotto, materie prime utilizzate per rientrare nella certificazione).

# Le politiche internazionali in materia di alimentazione

Queste condizioni si traducono in costi diretti e indiretti che trovano giustificazione economica solo al di sopra di un certo livello di differenziale di vendite generato dalla certificazione.

A riguardo è quindi anche rilevante il comportamento dei principali concorrenti e la crescita generale del mercato.

# Struttura dell'industria alimentare italiana

# La distribuzione delle imprese per classe dimensionale

Secondo i dati ISTAT relativi al 2016, l'industria alimentare (ATECO 10 e ATECO 11) è seconda per numero di imprese – 56.750, di cui 53.360 nel cibo e 3.390 nelle bevande - solo al settore della fabbricazione di prodotti in metallo (ATECO 25, 63.075 imprese totali) e seguito, con un largo distacco, dal settore della riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature).

Il numero di imprese dell'industria alimentare ha visto una leggera decrescita tra il 2012 ed il 2014, ed è tornato ad aumentare nel 2015.

Di conseguenza, nel periodo considerato, il numero totale di imprese è rimasto quasi invariato.

# La distribuzione delle imprese per classe dimensionale

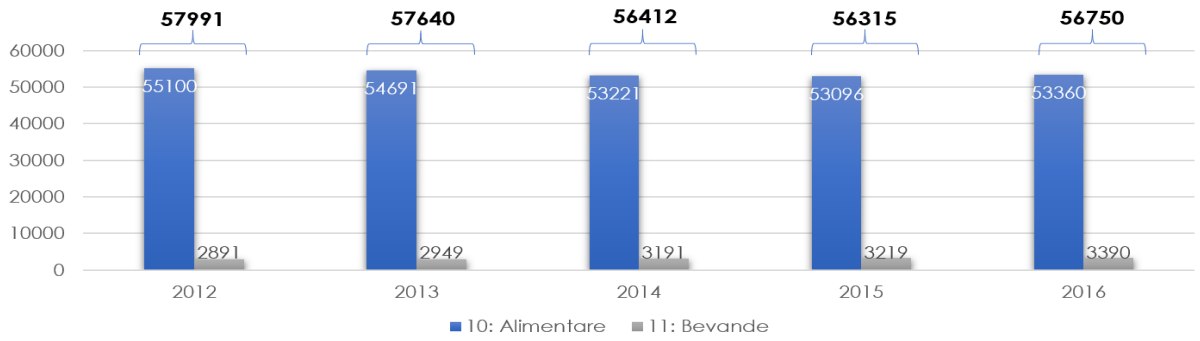
Secondo i dati ISTAT relativi al 2016, l'industria alimentare ATECO 10 (Industrie alimentari) e ATECO 11 (Industria delle bevande ) è seconda per numero di imprese – 56.750, di cui 53.360 nel cibo e 3.390 nelle bevande - solo al settore della fabbricazione di prodotti in metallo (ATECO 25, 63.075 imprese totali) e seguito, con un largo distacco, dal settore della riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature).

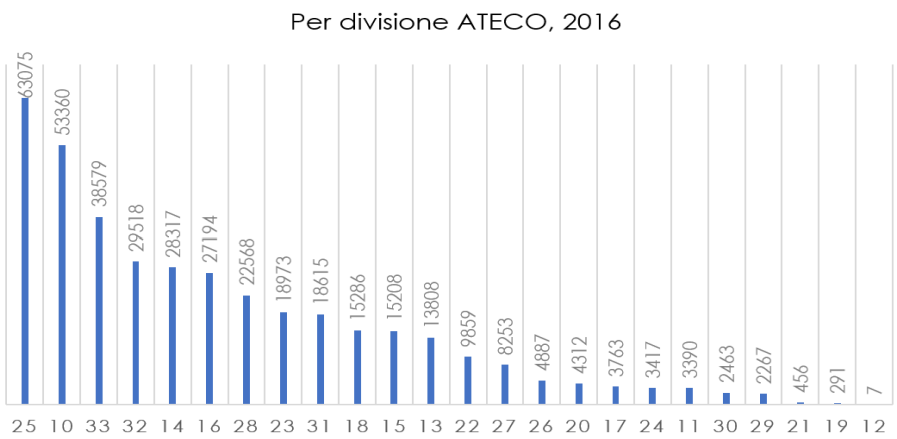
Il numero di imprese dell'industria alimentare ha visto una leggera decrescita tra il 2012 ed il 2014, ed è tornato ad aumentare nel 2015.

Di conseguenza, nel periodo considerato, il numero totale di imprese è rimasto quasi invariato.

# La distribuzione delle imprese per classe dimensionale

*Figura 10. Numero di imprese: Confronto con industria manifatturiera 2012-2016*




10: industrie alimentari
11: industria delle bevande
12: industria del tabacco
13: industrie tessili
14: confezione di articoli di abbigliamento, confezione di articoli in pelle e pelliccia
15: fabbricazione di articoli in pelle e simili
16: industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili), fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio
17: fabbricazione di carta e di prodotti di carta
18: stampa e riproduzione di supporti registrati
19: fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio
20: fabbricazione di prodotti chimici
21: fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici
22: fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche
23: fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi
24: metallurgia
25: fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)
26: fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi
27: fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche
28: fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca
29: fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi
30: fabbricazione di altri mezzi di trasporto
31: fabbricazione di mobili
32: altre industrie manifatturiere
33: riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature

*Fonte: dati ISTAT 2016*

# La distribuzione delle imprese per classe dimensionale

**Trend 2012 - 2016**

La distribuzione dimensionale delle imprese alimentari e delle bevande italiane secondo gli attuali criteri di individuazione (in adeguamento alla disciplina comunitaria[1]) vede una netta dominanza di imprese micro e piccole, che nel 2016 insieme rappresentano oltre il 98% del totale e con un trend che ha fatto registrare una crescita, tra il 2012 ed il 2016, di circa 3% per le piccole imprese e una pari decrescita (-3%) delle microimprese.

---

[1] ***Raccomandazione 2003/361/CE , recepita con DM 18 aprile 2005***.

- *Microimprese: meno di 10 dipendenti, fatturato o bilancio annuo non superiore a 2€ milioni*
- *Piccole imprese: tra 10 e 49 dipendenti, fatturato o bilancio annuo non superiore a 10€ milioni*
- *Medie imprese: tra 50 e 249 dipendenti, fatturato non superiore a 50€ milioni o bilancio annuo non superiore a 43€ milioni*
- *Grandi imprese: oltre i 250 dipendenti, fatturato non superiore a 50€ milioni o bilancio annuo non superiore a 43€ milioni*

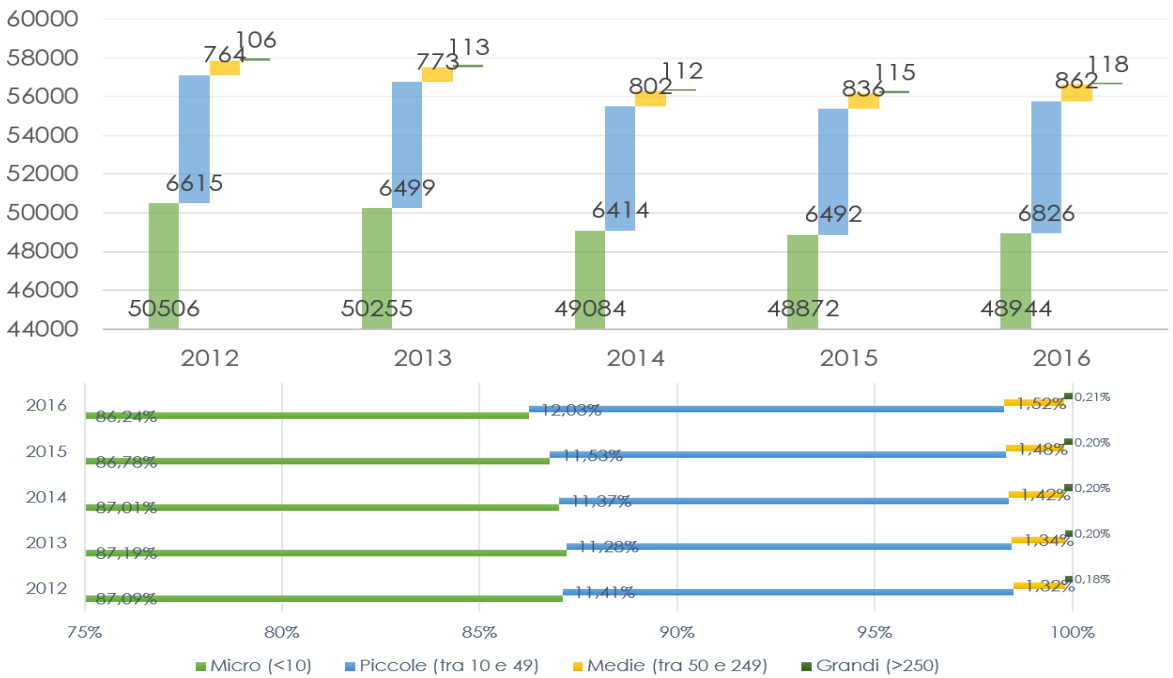
# La distribuzione delle imprese per classe dimensionale

**Trend 2012 - 2016**

Seguono le medie, che nel 2017 rappresentano circa l'1,3% delle imprese, e che, tra le varie classi, sono quelle maggiormente cresciute, del 13%, tra il 2012 ed il 2016; e quindi le grandi, con una incidenza bassa sul totale delle imprese dei due macro-comparti: solo lo 0,2% nel 2016, con una variazione 2012-2016 dell'11%.

In sintesi, pur essendo ancora del tutto prevalente la presenza di aziende molto piccole, si osserva in questi anni un discreto incremento della dimensione media, grazie ad un relativo aumento del numero di imprese relativamente più grandi.

*Figura 11. Distribuzione aziende italiane per classi dimensionali (numero di dipendenti), in valore assoluto ed in percentuale sul totale*




| | Variazione 2012-2016 |
|---|---|
| Micro (<10) | -3% |
| Piccole (tra 10 e 49) | 3% |
| Medie (tra 50 e 249) | 13% |
| Grandi (>250) | 11% |

*Fonte: dati ISTAT 2016*

# La distribuzione imprese per classe dimensionale

## Le start-up Innovative

Nel 2012 è stata introdotta nel nostro Paese (legge 221/2012) la definizione di nuova impresa innovativa, la start-up innovativa, per la quale è stato predisposto un quadro di riferimento che prevede misure quali la semplificazione amministrativa, il mercato del lavoro, le agevolazioni fiscali, il diritto fallimentare[2].

Le imprese dell'alimentare classificate come start-up innovative sono pari all'1.15% del totale delle start-up innovative e allo 0.2% del totale delle imprese dei due comparti.

---

**2** Possono ottenere lo status di start-up innovativa le società di capitali costituite da meno di cinque anni, con fatturato annuo inferiore a cinque milioni di euro, non quotate, e in possesso di uno dei requisiti di seguito:

1. Spese di R&S pari o superiori al 15% del maggiore valore fra costo e valore totale della produzione della startup innovativa;
2. Un team formato per almeno 1/3 da dottori di ricerca o dottorandi di università italiane o straniere, oppure laureati che, da almeno tre anni, sono impegnati in attività di ricerca. In alternativa, per almeno 2/3 da soci o collaboratori che hanno conseguito una laurea magistrale;
3. La titolarità di un brevetto o di diritti relativi ad un "programma per elaboratore originario" (software) registrato presso il Registro pubblico speciale per i programmi per elaboratore (SIAE), che siano direttamente connessi all'oggetto sociale e all'attività d'impresa.

# La distribuzione imprese per classe dimensionale

Come ogni industria, anche l'alimentare è articolato in un certo numero di "raggruppamenti strategici".

Le imprese all'interno di un raggruppamento strategico tendono a mostrare le stesse reazioni a influenze esterne, riconoscono la reciproca interdipendenza e riescono ad anticipare le reazioni delle altre imprese del gruppo.

L'utilità dell'identificazione di tali raggruppamenti è duplice: in primis, consente di delineare un livello intermedio di analisi, fra quella del settore o nel suo complesso e l'analisi delle singole imprese, permettendo una analisi più puntuale e completa;
quindi, consente di identificare le diverse criticità, sfide, ma anche opportunità e priorità che ciascun gruppo ha in termini di strategia competitiva.

# La distribuzione imprese per classe dimensionale

Per identificare i raggruppamenti strategici è stata elaborata una “mappa”, sulla base di due variabili descrittive.

L’analisi ha portato in evidenza sette raggruppamenti strategici:

- Grandi gruppi globali di matrice italiana
- Subsidiary (società controllate) dei grandi gruppi globali di matrice estera
- Aziende italiane acquistate da Gruppi esteri, rimaste con forte presenza produttiva in Italia
- Grandi consorzi e cooperative
- Medio-grandi aziende con marchi forti di nicchia presenti in tutto il mondo
- Piccole imprese di nicchia con presenza estera anche modesta in valore assoluto ma in moltissimi mercati
- Piccole imprese e microimprese con produzione per il mercato locale

- **I valori aggregati delle principali aziende alimentari italiane**

Si è partiti da una analisi dei grandi player, per i quali si sono raccolti dal Database AIDA (Analisi Informatizzata delle Aziende Italiane) i dati sulle imprese top-performer (in termini di fatturato) 2017.

In particolare, le prime 50 imprese del settore, congiuntamente, raggiungono quasi 31€ miliardi di fatturato (circa il 22% dell'intero settore) e 5,7€ miliardi di valore aggiunto, occupando oltre 53.000 persone

Le prime cento aziende realizzano complessivamente 41,6€ miliardi di fatturato (circa il 30% dell'intero settore) e 7,1€ miliardi di valore aggiunto, con una occupazione di circa 66.000 persone.

- **I valori aggregati delle principali aziende alimentari italiane**

Vista l'importanza delle grandi e grandissime imprese, il presente studio sul settore è partito proprio da queste, ed in particolare, dalle prime 20.

Si è scelto questo campione per poter analizzare più a fondo gli orientamenti strategici delle grandi e grandissime imprese operanti nell'alimentare italiano.

Tali imprese superano i 500.000.000€ di fatturato, con un numero di dipendenti tra i 170 e i 6800 circa.

Solo due sono quotate sulla Borsa di Milano.

- **I valori aggregati delle principali aziende alimentari italiane**

Nella costruzione di questa prima mappa è stata usata *la dimensione del fatturato* e *l'estensione geografica delle attività*.

Per la prima dimensione è stato utilizzato il dato 2017, mentre per la seconda è stato determinato, dall'analisi dei dati, il livello di presenza sui mercati esteri, prendendo come estremi la dimensione "locale" (l'impresa serve prevalentemente un mercato da regionale a nazionale) e la dimensione "internazionale" (presenza non solo commerciale, ma anche operativa in una area geografica estesa ed un numero di Paesi elevato).

Le imprese sono state classificate quindi in base all'analisi della loro presenza in diversi mercati e l'estensione geografica di tali mercati (ad es., se presenti in Europa o anche in altri continenti).

# La distribuzione imprese per classe dimensionale

## I valori aggregati delle principali aziende alimentari italiane

Disponendo, per questo campione di imprese, anche del numero di dipendenti, è stato possibile aggiungere una terza dimensione al grafico, rappresentata dall'ampiezza dei cerchi, che è proporzionale al numero di dipendenti 2017 delle diverse imprese.

Per queste imprese, inoltre, disponiamo di alcune indicazioni importanti in termini di natura societaria oppure di ownership.

Ad esempio, se si tratta di società cooperative, sussidiarie di grandi gruppi globali, o ancora di giganti globali a matrice italiana.

- **I valori aggregati delle principali aziende alimentari italiane**

Questi dati hanno permesso di costruire una mappa e di individuare dei raggruppamenti ben definiti.
In particolare, quindi, si evidenziano quattro raggruppamenti strategici:

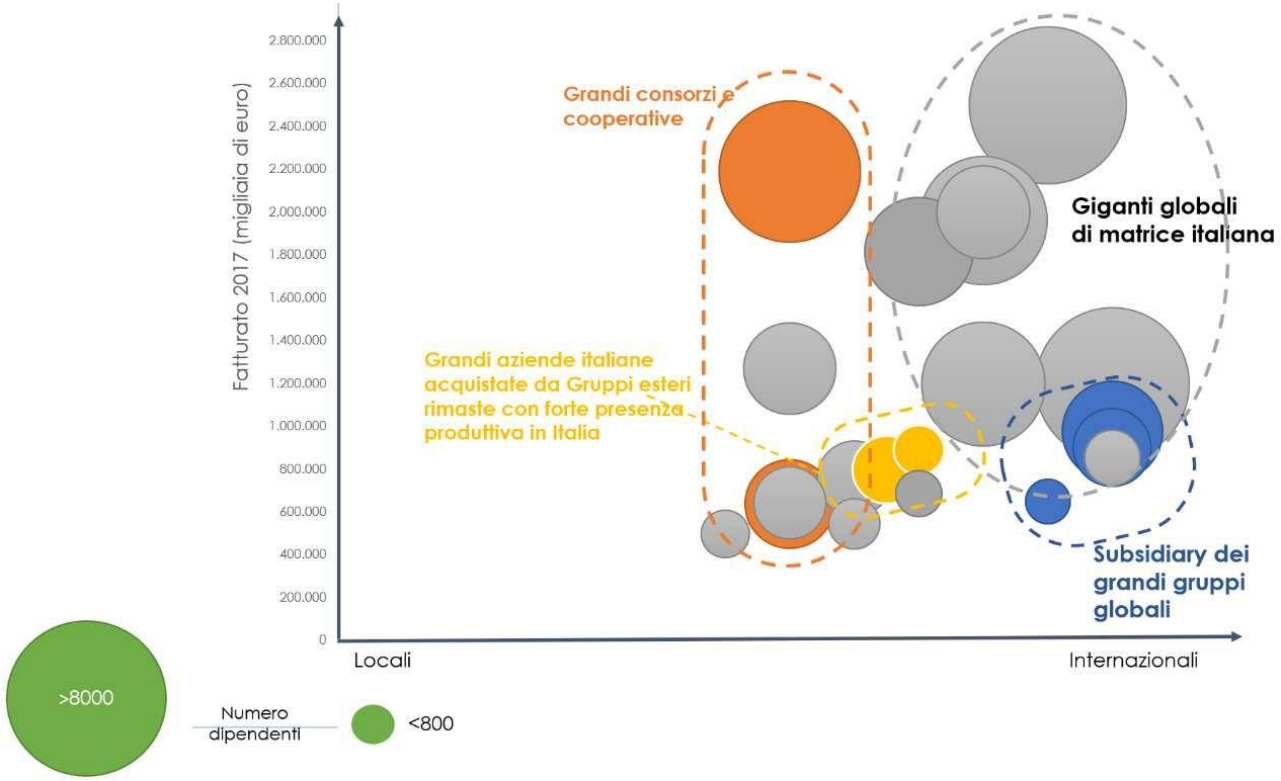
- Giganti Globali di Matrice Italiana: Grandi eccellenze italiane presenti a livello globale. Si tratta imprese italiane di grandissime dimensioni (Fatturato > 1.000.000.000€, dipendenti >1000) in larga parte non quotate, simbolo di tradizione e per lo più Caratterizzate da storie familiari importanti.
- Subsidiary dei grandi gruppi globali: imprese grandissime per fatturato, con numero di dipendenti variabile da diverse centinaia a migliaia, molto radicate sul territorio italiano ma con animo e storia globale.

- **I valori aggregati delle principali aziende alimentari italiane**

- Grandi aziende italiane acquisite da gruppi esteri: imprese grandissime (fatturato superiore a 500.000.000€) acquisite da gruppi esteri ma ancora radicate nel territorio per attività operativa e commerciale. Sono anch'esse aziende con grande storia e tradizione, spesso legata a storie familiari importanti.

- Grandi Consorzi e cooperative: seppur tra le prime 20 aziende troviamo specificatamente due società cooperative, possiamo ricondurre a questo raggruppamento anche i grandi consorzi. Si tratta di attori che assumono dimensioni molto rilevanti nel panorama italiano e che hanno una forte vocazione internazionale.

*Figura 12. Mappa dei raggruppamenti strategici delle grandissime imprese dell'industria alimentare italiana*




*Fonte: elaborazione su dati AIDA*

- **I raggruppamenti strategici nell'intero settore**

Identificati questi distinti raggruppamenti strategici tra le grandi/grandissime aziende Italiane, l'analisi è stata estesa all'intero settore, cercando di identificare i raggruppamenti strategici a cui ricondurre le micro, piccole e medie imprese.

Tramite una analisi di dati aggregata, nonché dall'interazione con esperti e player di settore, si è riscontrata la presenza di altri 3 raggruppamenti strategici nell'alimentare, tutti caratterizzati dalla presenza di molte imprese (in particolar modo quello che vede le piccole e microimprese, che da solo rappresenta circa il 98% delle imprese italiane).

- **I raggruppamenti strategici nell'intero settore**

Nello specifico, come si evince dal grafico (fig. 13), che riporta in alto a destra i 4 raggruppamenti precedentemente identificati, si delineano anche altri tre raggruppamenti, sulla base delle seguenti variabili:

- dimensione delle imprese: in questo caso sulla base del numero dei dipendenti;

- estensione geografica delle attività: basata, come prima, sull'estensione da "locale" a "internazionale".

- **I raggruppamenti strategici nell'intero settore**

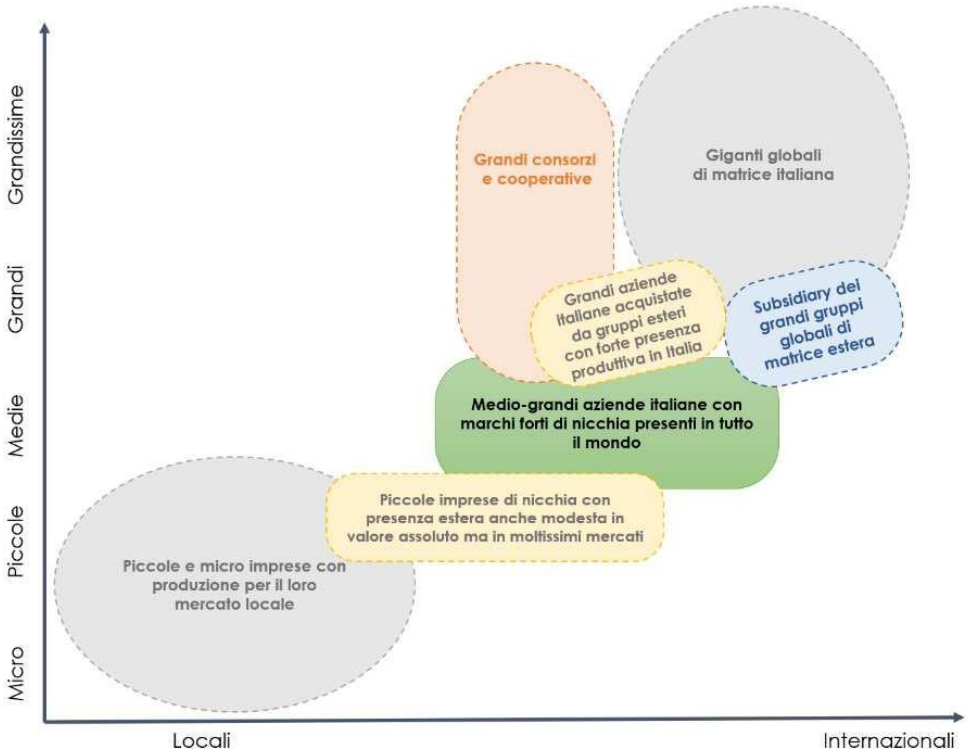
I tre raggruppamenti ulteriori sono quindi i seguenti:

- Piccole e microimprese con produzione per il mercato locale (regionale o nazionale). Tali imprese si caratterizzano per un numero di dipendenti inferiore a 50 ed una estensione delle attività prevalentemente locale, anche se in molti casi tali imprese sono attive nell'export di prodotti, diretto o indiretto.

- Piccole imprese di "nicchia" con presenza estera in molti mercati. Tali imprese, di piccola dimensione, rappresentano eccellenze, diffuse ed esportate in molteplici paesi.

- Medio-grandi imprese, con marchi forti di "nicchia" presenti in tutto il mondo. Si tratta di imprese che hanno costruito il proprio vantaggio competitivo sull'eccellenza e sulla gestione di molteplici mercati. Rispetto al raggruppamento precedentemente identificato, queste imprese svolgono anche attività operative all'estero.

*Figura 13. Mappa dei raggruppamenti strategici delle imprese dell'industria alimentare italiana*




*Fonte: elaborazione su dati AIDA*

- **Principali specificità dei macro-comparti rispetto alla distribuzione**

Le imprese della divisione dell'alimentare (ATECO 10) risultano essere ampiamente distribuite sul territorio nazionale, anche se maggiormente concentrate (circa il 50% del totale) in 5 regioni: Sicilia, Lombardia, Campania, Puglia ed Emilia-Romagna.

In tutte prevale in termini numerici la produzione di prodotti da forno e farinacei.

Tuttavia, in Sicilia seguono, in numero, le imprese produttrici di oli e grassi vegetali e animali, nonché di altri prodotti alimentari, in Lombardia le imprese che producono altri prodotti alimentari, infine in Campania ed Emilia-Romagna quelle di prodotti lattiero-caseari ed altri prodotti alimentari.

*Figura 14. Distribuzione delle imprese dell'industria alimentare per regione (2016)*
*Divisione ATECO 10 (Industria Alimentare)*

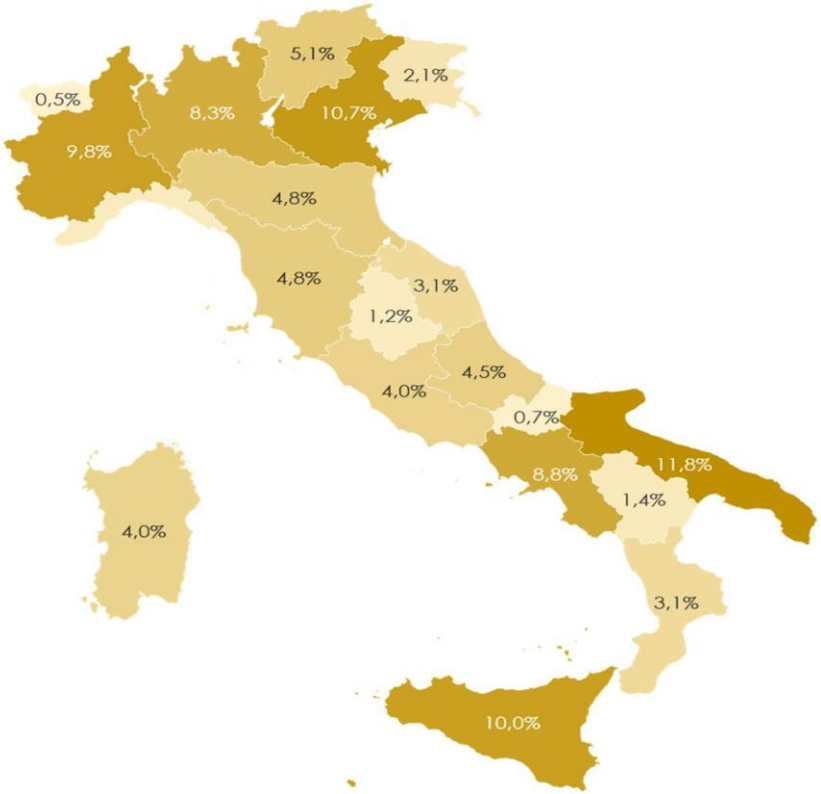
*Fonte: dati ISTAT 2016*

# La distribuzione delle imprese per area geografica

**Principali specificità dei macro-comparti rispetto alla distribuzione**

Anche le imprese dell'industria delle bevande (ATECO 11) risultano essere piuttosto concentrate in alcune regioni, in parte diverse dalle regioni che fanno da traino nell'alimentare, ed in particolare Puglia, Veneto, Sicilia, Piemonte e Campania, anch'esse sede di circa il 50% del totale delle imprese della divisione.

*Figura 15. Distribuzione delle imprese dell'industria delle bevande, per regione (2016). Divisione ATECO 11 (Industria delle bevande)*




*Fonte: dati ISTAT 2016*

- **Principali specificità dei macro-comparti rispetto alla distribuzione**

La distribuzione geografica delle imprese sembra rispecchiare anche la presenza di filiere di Indicazione Geografica, che sono diffuse, e producono ricaduta economica, in tutte le province Italiane.

Dalle analisi territoriali di ISMEA-Qualivita sugli impatti economici per provincia italiana dei prodotti DOP IGP, si osserva che le filiere sono diffuse capillarmente in tutto il Paese, anche se il valore è concentrato soprattutto nel Nord-Est, dove si contano la maggioranza dei distretti più rilevanti.

Le prime 4 regioni generano il 65% del valore totale delle IG, e nello specifico il Veneto domina, affiancato dall'Emilia-Romagna e seguito da Lombardia e Piemonte.

- **Principali specificità dei macro-comparti rispetto alla distribuzione**

Nel Food, Emilia Romagna e Lombardia trainano, seguite dalla Campania.

Nel vino, il Veneto è “regina” per valore seguita da Toscana e Piemonte.

A fronte di questa forte presenza del Nord, in molti territori le filiere di riferimento, anche nel caso di produzioni più piccole riescono a trainare il settore di qualità da nord a sud del Paese.

*Tabella 3. Prime 10 regioni per impatto economico IG (Food e Wine)*

| | Food | | Wine | | Totale | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **2016** | **2017** | **2016** | **2017** | **2016** | **2017** | **VAR 16-17** |
| **Veneto** | 394 | 376 | 3236 | 3131 | 3629 | 3508 | -3.3% |
| **Emilia-Romagna** | 2737 | 2983 | 356 | 389 | 3092 | 3371 | 9.0% |
| **Lombardia** | 1506 | 1557 | 308 | 330 | 1815 | 1887 | 4.0% |
| **Piemonte** | 268 | 306 | 771 | 881 | 1040 | 1187 | 14.1% |
| **Toscana** | 117 | 111 | 893 | 926 | 1010 | 1038 | 2.8% |
| **Trentino-Alto Adige** | 355 | 309 | 491 | 542 | 846 | 852 | 0.7% |
| **Friuli-Venezia Giulia** | 318 | 327 | 568 | 507 | 886 | 834 | -5.9% |
| **Campania** | 476 | 510 | 94 | 100 | 570 | 610 | 7.0% |
| **Sicilia** | 50 | 54 | 422 | 550 | 472 | 604 | 28.0% |
| **Puglia** | 19 | 30 | 323 | 294 | 342 | 324 | -5.2% |

*Fonte: Qualivita ISMEA, 2018*

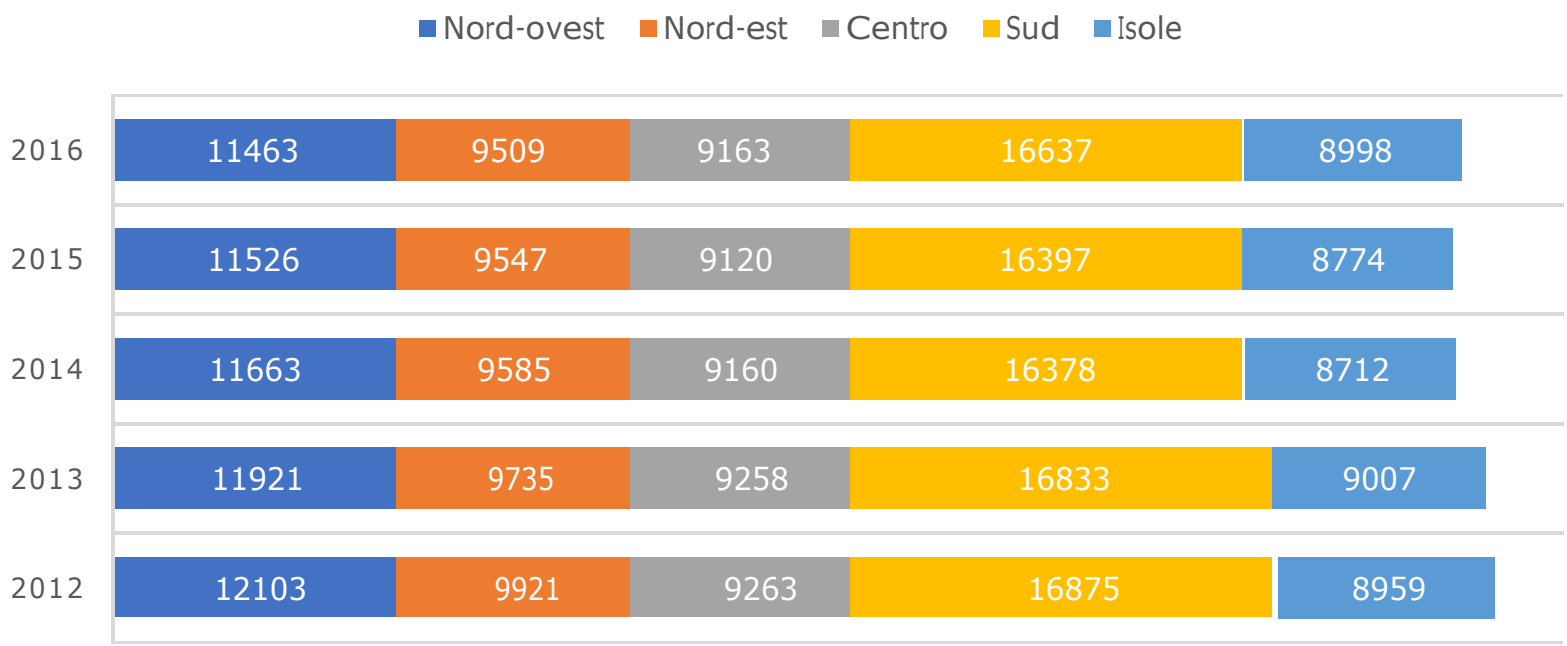
- **Distribuzione imprese per classe dimensionale per macroregione**

La distribuzione delle imprese nelle macroregioni italiane[3] segue le stesse dinamiche nazionali, ovvero vede, in ogni macroregione, una distribuzione per classe dimensionale caratterizzata da una maggioranza di imprese medio/piccole (in tutte le macroregioni superiore al 95%), quindi medie e una minoranza ristretta di grandi imprese.

Tuttavia, l'incidenza della presenza di grandi imprese risulta proporzionalmente più ridotta al Sud e nelle isole, dove è invece maggiore il peso delle micro e piccole imprese.

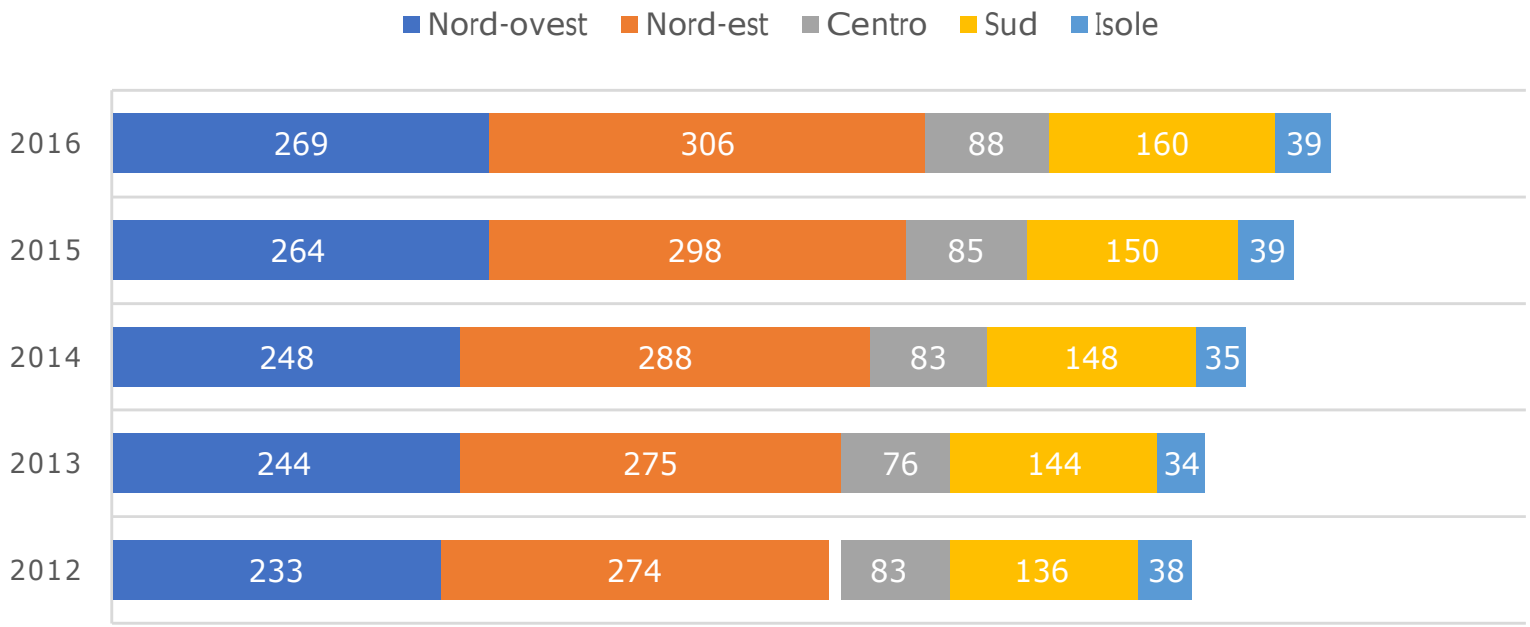
3 In questo studio, le macroregioni sono suddivise come segue:
- Nord-ovest: Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta
- Nord-est: Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige, Veneto
- Centro: Lazio, Marche, Toscana, Umbria
- Sud: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia
- Isole: Sardegna, Sicilia

*Figura 16. Trend 2012-2016 Distribuzione micro e piccole imprese italiane, per macroregione*



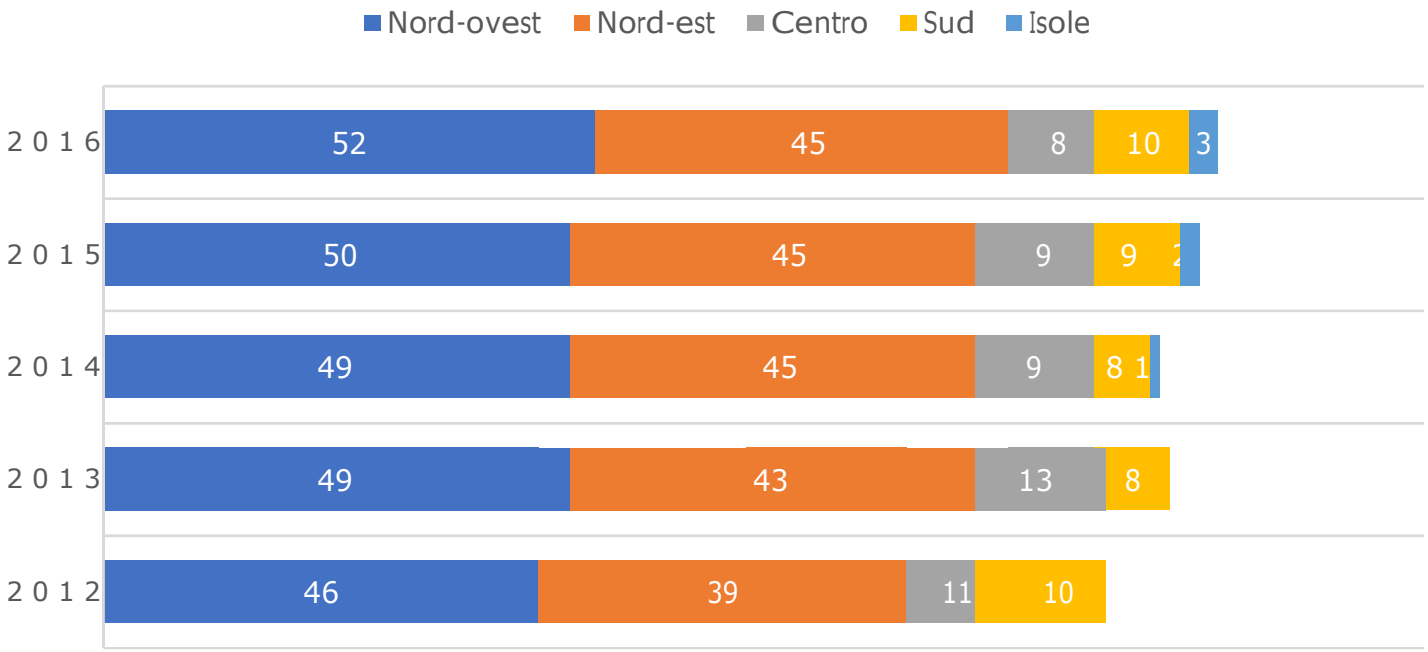

*Fonte: dati ISTAT 2016*

*Figura 17. Trend 2012-2016 Distribuzione medie imprese italiane, per macroregione*




*Fonte: dati ISTAT 2016*

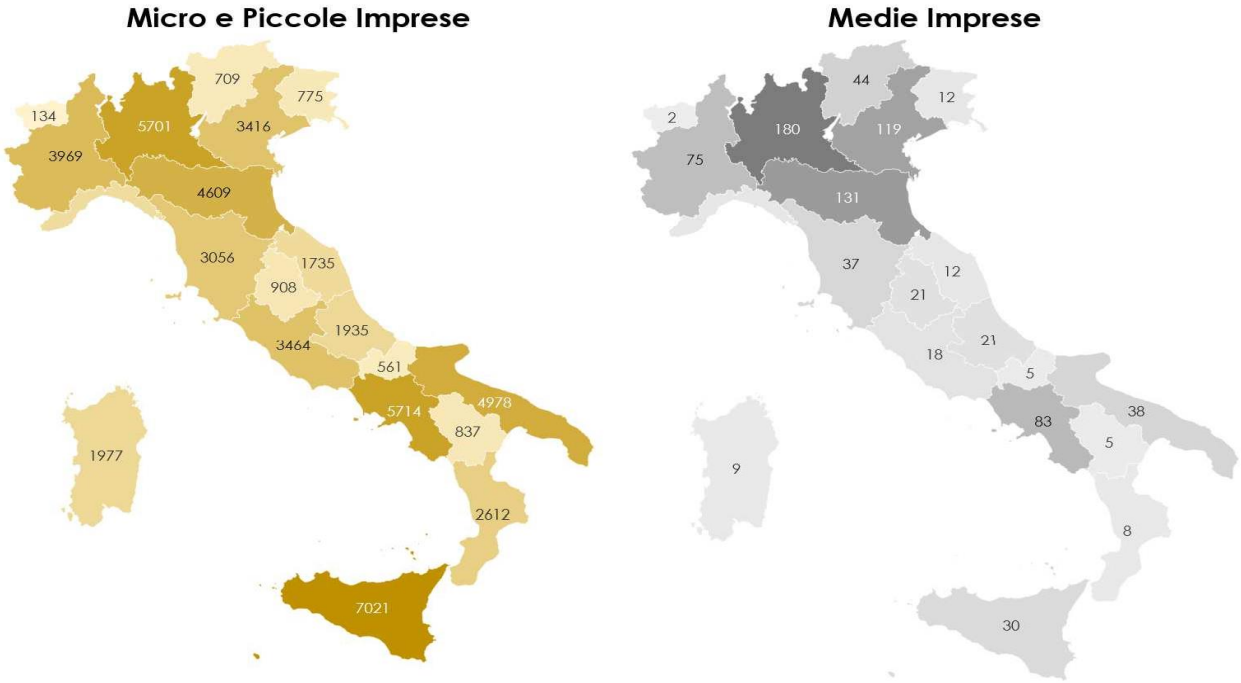
*Figura 18. Trend 2012-2016 Distribuzione grandi imprese italiane, per macroregione*




*Fonte: dati ISTAT 2016*

Osservando la mappa dell'Italia sembra confermata la spiccata eterogeneità della distribuzione su tutto il territorio delle micro e piccole imprese e delle medie imprese.

*Figura 19. Distribuzione delle Micro e Piccole e delle Medie imprese sul territorio italiano (2016)*




*Fonte: dati ISTAT 2016*

# Occupazione

## Occupati complessivi

Secondo i dati ISTAT, gli occupati dell'industria alimentare e delle bevande sono nel 2016 (ultimo dato disponibile) circa 360mila.

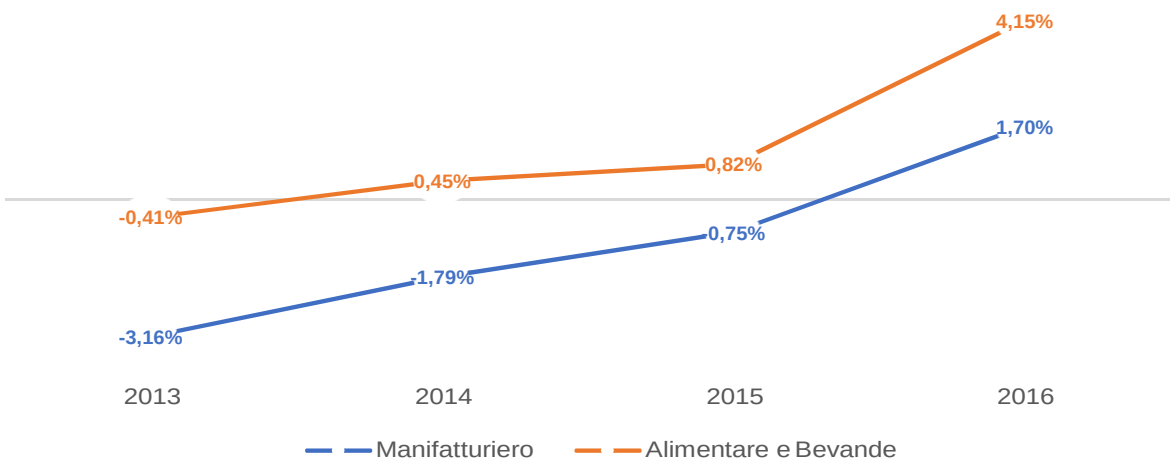
Secondo le proiezioni Federalimentare, nel 2018, sono ulteriormente cresciuti a 385.000 circa.

Con riferimento ai dati Istat del 2016 in media, si registra un deciso incremento rispetto all'anno precedente (+4,15%) dopo una timida ripresa nel 2015 e 2014 (rispettivamente dello 0,82% e dello 0,45%) seguita alla flessione del 2013 (-0,41%).

Considerando l'intero periodo 2012-2016, la crescita complessiva si attesta sul +5,05%.

Rispetto all'intero settore manifatturiero, quello alimentare e delle bevande presenta un andamento simile ma con valori positivi e più significativi, come si può ben notare dai grafici che seguono.

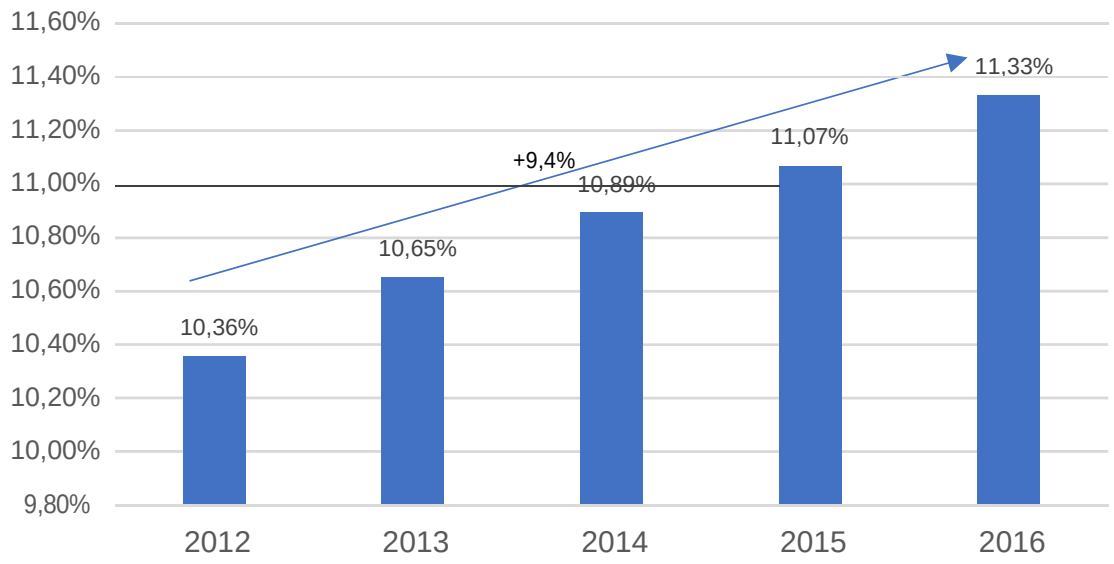
*Figura 20. Variazione % occupati per Industria alimentare e bevande rispetto al manifatturiero (2012-2016)*




*Fonte: elaborazione su dati ISTAT.*

Il manifatturiero nel suo complesso ha visto una variazione positiva degli occupati solo nel 2016, dopo aver assistito a riduzioni del numero di dipendenti negli ultimi anni (rispettivamente del -0,75% nel 2015, -1,79% nel 2014 e addirittura del -3,16% nel 2013).

*Figura 21. Peso % industria alimentare e delle bevande sul manifatturiero, anno 2012-2016.*




Nel 2016, gli occupati dipendenti dell'alimentare e delle bevande sono l'11,33% del manifatturiero in aumento del 9,4% dal 2012.

- **Segmentazione dell'occupazione**

Segmentando gli occupati per qualifica professionale, si nota come mediamente poco più del 73% svolga mansioni di operaio e il 20% impiegato, mentre si attestano su percentuali marginali le altre.

Allo stesso tempo, secondo i dati ISTAT, operai ed impiegati sono le uniche qualifiche che hanno visto nel 2016 una crescita degli occupati, rispettivamente del 5,13% e del 3,39%.

E', invece, diminuito il numero di dirigenti (-1,68%), quadri (-2,14%) ed apprendisti (-4,80%).

Nell'orizzonte temporale considerato, si registra una crescita continua del numero di operai (+5,81% rispetto al 2012); più marcata, invece, è quella dei quadri (+9,34%, nonostante la flessione dell'ultimo anno -2,14%) e degli impiegati (+7,94%), mentre crollano gli apprendisti del -18,48%.

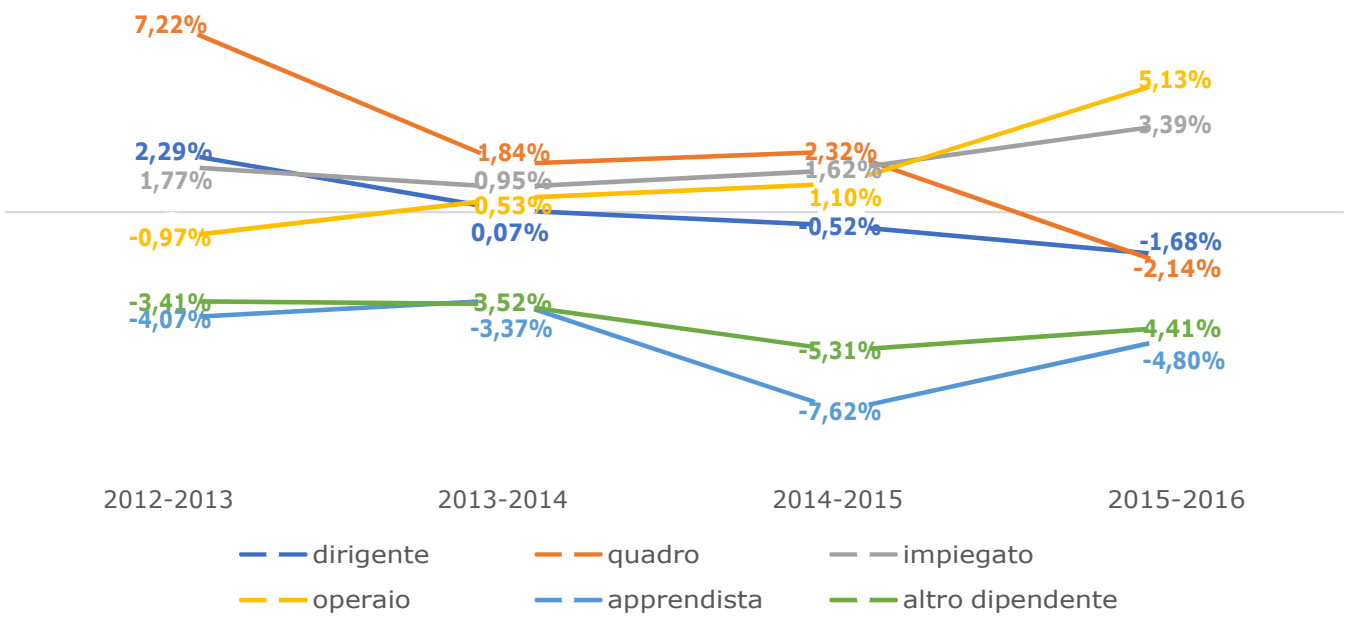
Dati che in prospettiva fanno ben sperare.

- **Segmentazione dell'occupazione**

Nell'intero settore manifatturiero, si riscontra, così come per l'alimentare e le bevande, una prevalenza di operai, anche se su percentuali inferiori (circa il 66%), e di impiegati (al 27%), mentre le altre qualifiche professionali sono su percentuali marginali.

Nell'orizzonte temporale considerato, l'andamento è pressoché analogo.

*Figura 22. Variazione % addetti per qualifica professionale, 2012-2016*




*Fonte: elaborazione su dati ISTAT.*

Nel 2016, gli occupati dipendenti dell'alimentare e delle bevande sono l'11,33% del manifatturiero in aumento del 9,4% dal 2012.

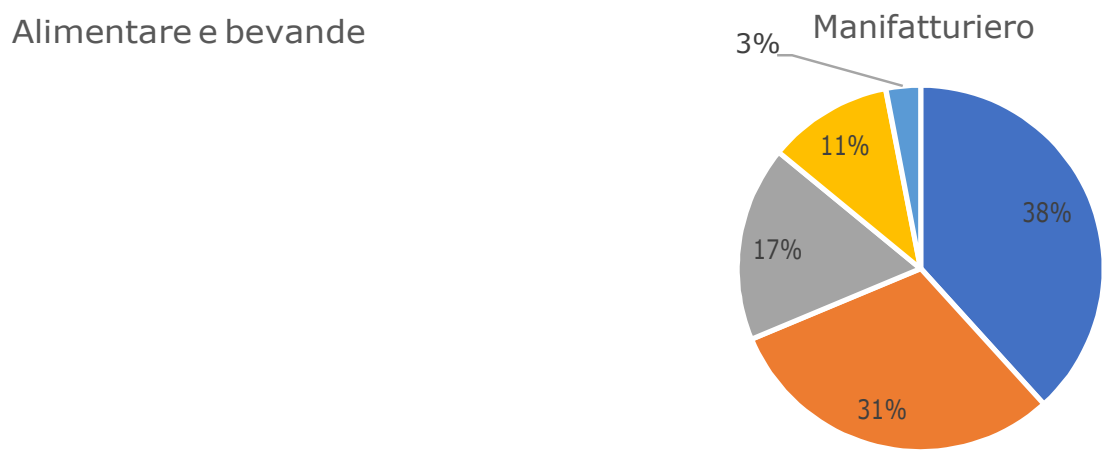
## Segmentazione dell'occupazione

Focalizzando l'attenzione sulla distribuzione geografica degli occupati, nel 2016 si nota immediatamente una maggiore concentrazione al Nord Italia (60% degli occupati complessivi nel 2016), con il Nord-Est (31%) di poco superiore al Nord-Ovest (29%), seguito dal Sud (20%), Centro (13%) e Isole con il solo 7%.

Confrontando questo dato con la distribuzione delle imprese per regione, si sottolinea, ancora una volta, come a fronte di una maggiore numerosità le imprese del Sud e delle Isole si contraddistinguano per una minore dimensione (in numero di dipendenti) rispetto a quelle del Nord.

Nel confronto con il manifatturiero nel suo complesso si nota una distribuzione simile con due differenze considerevoli:
una maggiore presenza di occupati nel Nord- Ovest ed il Centro con un numero di dipendenti superiore al Sud ed alle Isole insieme.

*Figura 23. Distribuzione occupati per macro-area geografica, (2016)*



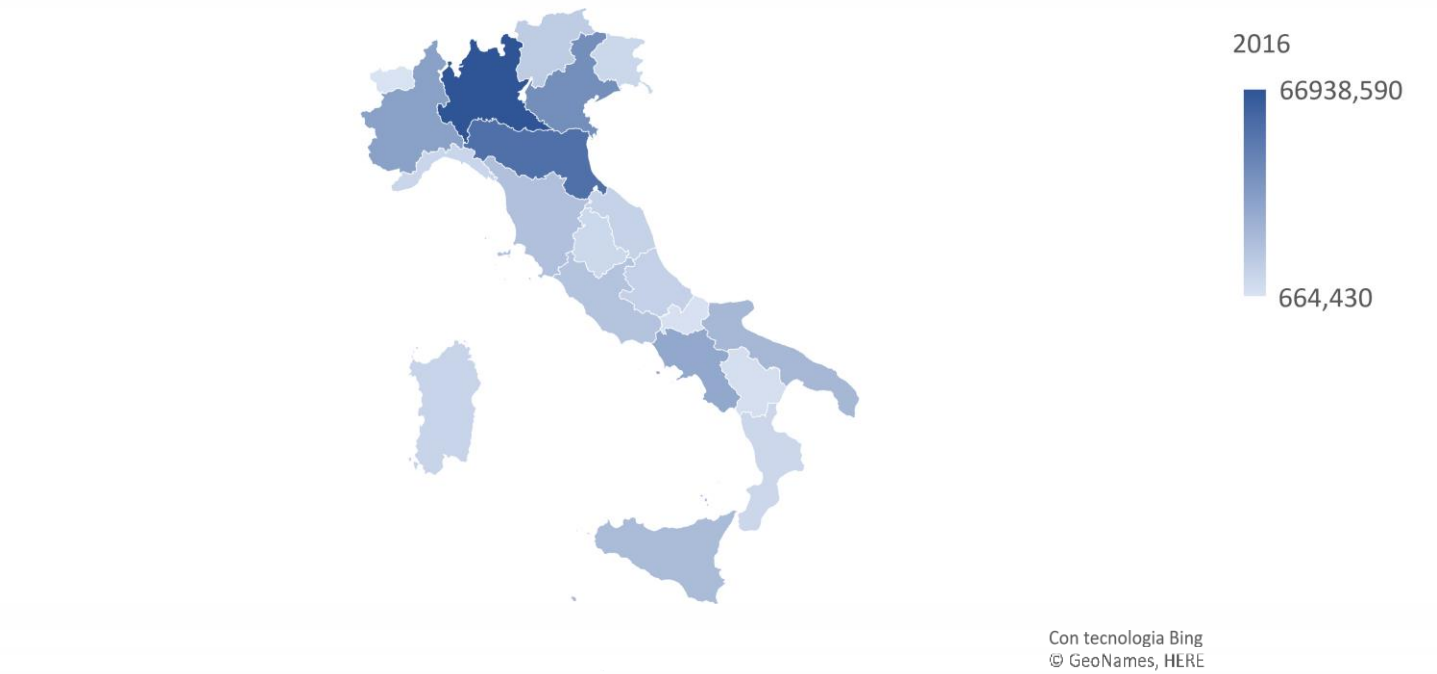

***Fonte: elaborazione su dati ISTAT***

- **Segmentazione dell'occupazione**

Scomponendo questo dato per le singole regioni italiane, si può osservare come nell'industria alimentare le prime 5 regioni per numero di occupati (mediamente >30 mila) siano:
Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Piemonte, Campania.

Seguono a debita distanza Puglia, Sicilia, Toscana e Lazio con un numero medio di dipendenti compreso tra le 15mila e 20mila unità.

*Figura 24. Distribuzione occupati per regione italiana (2016)*




*Fonte: elaborazione su dati ISTAT*

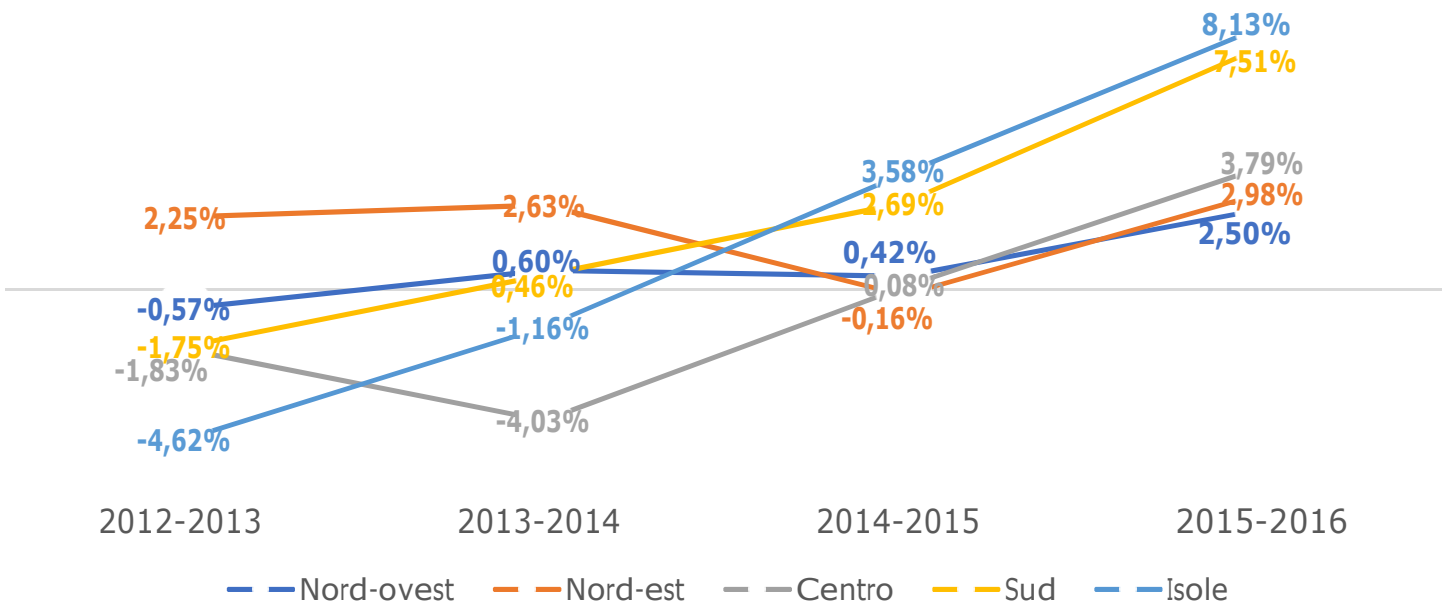
- **Segmentazione dell'occupazione**

Spostando l'attenzione sull'andamento percentuale, si osserva come tra il 2015-2016 l'industria alimentare abbia visto un incremento dei dipendenti in tutte le macro-aree geografiche con valori più significativi al Sud (+7,51%) e alle Isole (8,13%).

Queste ultime due hanno registrato nell'intero orizzonte temporale (2012-2016) una crescita costante rispettivamente del 8,98% e del 5,59%.

Da segnalare positivamente è anche l'incremento dei dipendenti dal 2012 al 2016 al Nord-Ovest (2,97%) e Nord-Est (7,89%), mentre il Centro, nonostante la crescita dell'ultimo anno, non è riuscito a coprire le iniziali riduzioni del 2013 e 2014, chiudendo il periodo 2012-2016 con una flessione del -2,14%.

*Figura 25. Andamento % per macro-area geografica dell'industria alimentare (2012-2016)*

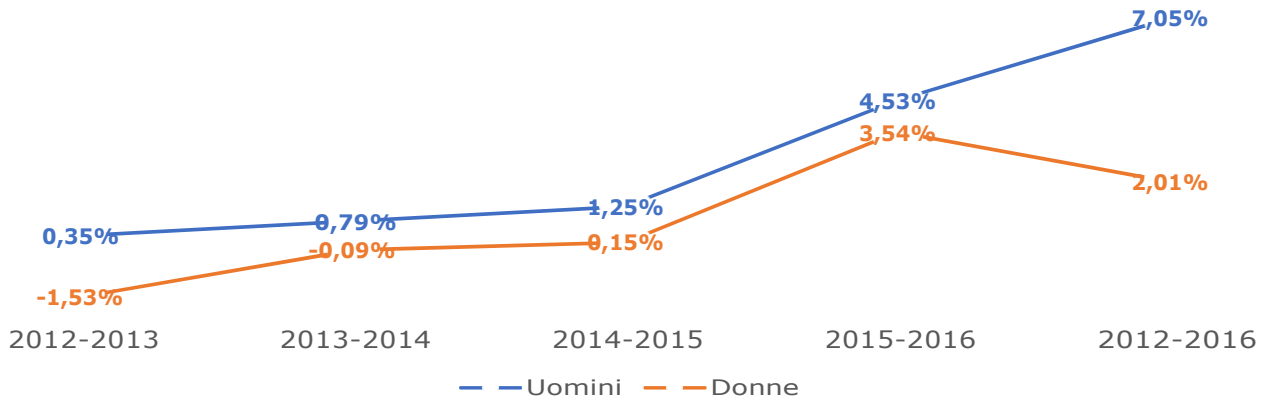



*Fonte: elaborazione su dati ISTAT-coeweb*

- **Segmentazione dell'occupazione**

L'industria alimentare presenta una prevalenza di dipendenti uomini rispetto alle donne, che rispecchia nel complesso l'intero settore manifatturiero. L'occupazione femminile è cresciuta nel corso degli anni dopo l'iniziale riduzione del 2013, ma a ritmi meno sostenuti di quella maschile.

*Figura 26. Andamento % occupati uomini e donne (2012-2016).*




*Fonte: elaborazione su dati ISTAT*

- **Segmentazione dell'occupazione**

L'occupazione si concentra tra i 30 e i 49 anni (al di sotto del 60% del totale). Gli occupati con più di 50 anni sono mediamente intorno al 30%, con i giovani (<29 anni) al 17%.

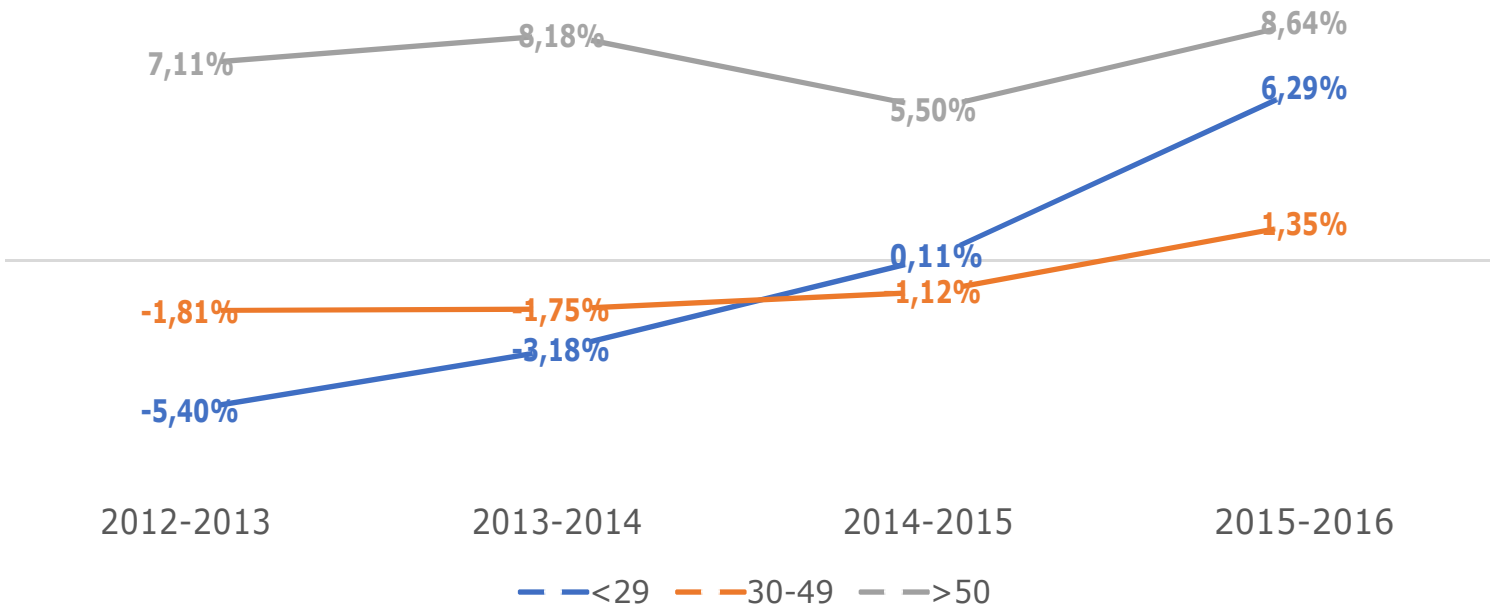
Dato che sottolinea come l'età media sia alquanto alta.

Questo desta qualche preoccupazione soprattutto se confrontato con le variazioni percentuali nel periodo temporale considerato.

Gli occupati con più di 50 anni stanno aumentando con una crescita annua costante tra il 7% e l'8.

Incoraggiante, però, è la crescita degli occupati con meno di 29 anni, che si attesta al +6,29%.

*Figura 27. Andamento % occupati per età (2012-2016).*




*Fonte: elaborazione su dati ISTAT*

# Il sistema delle medie imprese

Pur avendo un peso numerico molto modesto, soprattutto rispetto alle micro e piccole imprese, le Medie realizzano risultati economici molto significativi che evidenziano la loro rilevanza nell'industria alimentare italiana così come il tessuto imprenditoriale italiano, è caratterizzato dalla prevalenza di micro e piccole imprese.

In numero superano di molto le altre classi dimensionali, ciò nonostante le performance di rilievo sono realizzate dalle medie imprese.

Questo è quanto emerge da un interessante studio condotto.

# Il sistema delle medie imprese

Da un'indagine di Mediobanca sull'universo di medie imprese industriali manifatturiere italiane[4], emerge che l'alimentare è il secondo settore del manifatturiero in Italia per peso del fatturato, valore aggiunto, dipendenti e totale attivo.

Solo nelle esportazioni vede superarsi di pochissimo dal "Chimico e Farmaceutico", collocandosi nel 2016 al terzo posto.

La prima posizione è saldamente nelle mani del settore "Meccanico", che contribuisce per più del 35% del totale dei risultati italiani.

---

4 Per lo studio sono state considerate le società di capitali che presentano:

- una forza lavoro compresa tra le 50 e 499 unità e un volume di vendite non inferiore a 16 e non superiore a 355 milioni di Euro;
- un assetto proprietario autonomo.

# Il sistema delle medie imprese

*Tabella 4. Primi 5 settori per incidenza di fatturato delle medie imprese in tutta Italia, dati in % sul totale.*

| Settori | Fatturato | | Valore aggiunto | | Esportazioni | | Dipendenti | | Totale attivo | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 |
| Meccanico | 35,6 | 32,3 | 41,3 | 39,4 | 45,2 | 42,3 | 40,7 | 40,6 | 36,6 | 36,2 |
| Alimentare | 15,3 | 21,9 | 10,6 | 14,9 | 8,1 | 13,4 | 10,1 | 13,3 | 14,6 | 18,5 |
| Chimico e Farmaceutico | 11,4 | 14,2 | 11,7 | 15,3 | 10,7 | 13,5 | 10,7 | 12,8 | 11,3 | 13,6 |
| Metallurgico | 7,4 | 6,0 | 6,0 | 4,7 | 6,7 | 5,6 | 4,6 | 4,6 | 6,0 | 5,7 |
| Carta e Stampa | 4,9 | 4,7 | 5,4 | 4,8 | 2,6 | 2,5 | 5,1 | 4,7 | 5,6 | 4,9 |

*Fonte: Studio Medio Banca: Le medie imprese industriali italiane (2007-2016).*

Il rilievo dell'alimentare è ancora maggiore nel caso del Centro-Sud e delle Isole. Qui, l'alimentare e il "Meccanico" sono i principali settori e si alternano alla prima e seconda posizione.

# Il sistema delle medie imprese

Le medie imprese dell'alimentare sono prime per il contributo al fatturato, esportazioni e totale attivo, mentre cedono la prima posizione al "Meccanico" per quanto riguarda il valore aggiunto e i dipendenti.
A debita distanza si posizionano gli altri comparti.
Solo il "Chimico e Farmaceutico" in terza posizione riesce a registrare risultati in doppia cifra

*Tabella 5. Primi 5 settori per incidenza di fatturato delle medie imprese nel Centro-Sud e Isole, dati in % sul totale.*

| Settori | Fatturato | | Valore aggiunto | | Esportazioni | | Dipendenti | | Totale attivo | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 | 2007 | 2016 |
| Alimentare | 29,1 | 38,9 | 21,3 | 27,0 | 24,9 | 37,0 | 20,5 | 26,7 | 27,3 | 31,2 |
| Meccanico | 28,0 | 22,7 | 32,7 | 31,2 | 30,6 | 26,3 | 34,9 | 33,8 | 27,1 | 26,6 |
| Chimico e Farmaceutico | 12,0 | 15,7 | 14,1 | 17,5 | 16,3 | 15,2 | 11,5 | 14,3 | 12,5 | 16,1 |
| Carta e Stampa | 6,0 | 6,2 | 7,3 | 7,1 | 1,8 | 2,8 | 6,5 | 6,7 | 7,4 | 7,7 |
| Ceramiche e prodotti per l'edilizia | 6,6 | 3,2 | 9,1 | 4,2 | 4,6 | 2,8 | 8,5 | 4,1 | 8,6 | 5,9 |

*Fonte: Studio Medio Banca: Le medie imprese industriali italiane (2007-2016).*

# Il sistema delle medie imprese

Considerando l'intero orizzonte temporale dal 2007 al 2016, si osserva come le medie imprese dell'alimentare abbiano fatto registrare le migliori performance.

Si assiste, infatti, ad una considerevole crescita delle esportazioni (+79,6%), del valore aggiunto (+46,7%), del totale attivo (+41,9%) e del fatturato (+38,9%).

Più contenuta è, invece, la crescita dei dipendenti, che è comunque la più alta rispetto agli altri settori del manifatturiero.

Solo il "Chimico e Farmaceutico" e il "Meccanico" riescono a fare meglio rispettivamente per valore aggiunto e totale attivo il primo e per totale attivo il secondo.

# Il sistema delle medie imprese

*Tabella 6. Indici di sviluppo per i primi 5 settori per peso del fatturato delle medie imprese in Italia, variazione % 2007-2016*

| Settori | Fatturato | Valore aggiunto | Esportazioni | Dipendenti | Totale attivo |
|---|---|---|---|---|---|
| Meccanico | +10,3 | +23,5 | +28,0 | +12,5 | +44,7 |
| Alimentare | +38,9 | +46,7 | +79,6 | +17,0 | +41,9 |
| Chimico e Farmaceutico | +29,1 | +49,0 | +51,3 | +13,1 | +49,0 |
| Metallurgico | -17,1 | -5,5 | -4,9 | +4,5 | +18,9 |
| Carta e Stampa | +16,0 | +17,4 | +30,8 | +4,7 | +27,8 |

*Fonte: Studio Medio Banca: Le medie imprese industriali italiane (2007-2016).*

# Il sistema delle medie imprese

Considerando soltanto il Centro-Sud e le Isole, le medie imprese dell'alimentare crescono considerevolmente in tutte le voci di performance, consolidando quanto già visto in termini di peso sul totale.

La crescita più consistente si osserva nelle esportazioni con un +102,1% e nel valore aggiunto +60,1%.

Interessanti sono anche gli incrementi in fatturato (+47,2%) e totale attivo (+40,2%).

Solo nei dipendenti, il "Meccanico" riesce a crescere di più dell'alimentare, che comunque fa registrare un +15,3%.

# Il sistema delle medie imprese

*Tabella 7. Indici di sviluppo per i primi 5 settori per peso del fatturato delle medie imprese nel Centro-Sud e Isole, variazione % 2007-2016.*

| Settori | Fatturato | Valore aggiunto | Esportazioni | Dipendenti | Totale attivo |
|---|---|---|---|---|---|
| Alimentare | +47,2 | +60,1 | +102,1 | +15,3 | +40,2 |
| Meccanico | +8,5 | +35,9 | +36,8 | +35,9 | +36,1 |
| Chimico e Farmaceutico | +11,0 | +21,8 | +23,7 | +0,2 | +24,2 |
| Carta e Stampa | +10,5 | +8,2 | +57,5 | +11,7 | +27,1 |
| Ceramiche e prodotti per l'edilizia | -9,9 | -10,4 | +22,6 | -8,2 | +21,9 |

*Fonte: Studio Medio Banca: Le medie imprese industriali italiane (2007-2016).*

# Il sistema delle medie imprese

Confrontando, invece, l'andamento delle classi dimensionali dell'alimentare, si comprende maggiormente l'incidenza e l'importanza delle medie imprese nel settore alimentare.

I dati dimostrano come la media dimensione nel 2016 contribuisca mediamente di più della medio-grande e dei grandi gruppi al fatturato, valore aggiunto ed esportazioni totali.

*Tabella 8. Alimentare per dimensione di impresa nel 2016, % su totale.*

| | Fatturato | | | Valore aggiunto | | | Esportazioni | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Medie Imprese | Imprese medio-grandi (*) | Gruppi maggiori (*) | Medie Imprese | Imprese medio-grandi (*) | Gruppi maggiori (*) | Medie Imprese | Imprese medio-grandi (*) | Gruppi maggiori (*) |
| Alimentare | 21,9 | 16,9 | 7,3 | 14,9 | 13,1 | 10,0 | 13,4 | 8,0 | 3,8 |

*Fonte: Studio Medio Banca: Le medie imprese industriali italiane (2007-2016).*
(*) Dati non consolidati relativi alle principali società manifatturiere italiane rilevate da Mediobanca (base *Dati cumulativi*, edizione 2017).