



COLDIRETTI



FONDAZIONE
EDISON



UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA



Symbola
FONDAZIONE PER LE QUALITÀ ITALIANE

10 VERITÀ SULLA COMPETITIVITÀ ITALIANA

FOCUS SUL SETTORE AGROALIMENTARE



10 VERITÀ SULLA COMPETITIVITÀ ITALIANA

L'AGROALIMENTARE: CONQUISTARE IL MONDO CON QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ

L'Italia vive, più di altri Paesi, un momento di grande incertezza, di profonda discussione della propria identità. Un momento in cui i problemi storici che contraddistinguono la nostra economia e il nostro modello sociale tornano a galla prepotentemente: il debito pubblico elevato, il cui fardello nella scarsa crescita si manifesta con maggior intensità; le disuguaglianze sociali e la scarsa mobilità sociale che spesso contrastano e affossano l'innata propensione imprenditoriale e innovativa degli Italiani; l'economia sommersa e la diseconomia criminale, che colpiscono le imprese oneste e ostacolano i tentativi di rilancio del Mezzogiorno; una burocrazia spesso persecutoria e inefficace, che rallenta l'attività produttiva e impedisce il rinnovamento.

Se vogliamo finalmente lasciarci alle spalle questi mali, dare al nostro Paese un futuro all'altezza delle sue potenzialità e offrire prospettive desiderabili agli Italiani, non possiamo che immaginare un cammino di innovazione e rinnovamento che muove da ciò che di meglio il Paese sa offrire. Come fa il Manifesto Oltre la crisi, promosso da Fondazione Edison, Fondazione Symbola e Unioncamere e sottoscritto da decine di autorevoli personalità dell'economia nazionale: il nostro – nonostante le tante cassandre – non è un Paese senza futuro, a patto che non dimentichi che per farcela “l'Italia deve fare l'Italia”, deve ripartire da ciò che nel mondo ci rende 'eccellenza'. La bellezza, il genio, la creatività ancorati ai territori. E la qualità, che da quella bellezza e creatività trae ispirazione e forza: qualità che nel mondo è uno dei sinonimi di Italia, e – smentendo tanti luoghi comuni infondati – trova riconoscimento nella forza del made in Italy. Ci sono solo 5 paesi al mondo che possono vantare un surplus commerciale manifatturiero superiore a 100 miliardi di dollari, e l'Italia è uno di questi. C'è un Paese nell'Eurozona che attira più turisti cinesi, statunitensi, canadesi, australiani e brasiliani di ogni altro: l'Italia. C'è un Paese che durante la crisi globale ha visto il proprio fatturato estero manifatturiero crescere più di quello tedesco: ancora l'Italia.

Dentro questo made in Italy di successo, un settore in particolare ha dato prova di vitalità, capacità di cambiamento e di leadership non solo produttiva ma anche culturale: l'agroalimentare. Non a caso una delle principali bandiere e uno dei comparti trainanti del made in Italy nel suo complesso. E allora non c'è da stupirsi, in un momento tutt'altro che facile, la filiera agroalimentare mostri maggiori capacità di tenuta, pur tra le innumerevoli difficoltà della crisi: dal 2009, infatti, mentre il valore aggiunto a prezzi correnti dell'intera economia è risultato pressoché stagnante (+2,2%), quello agroalimentare ha registrato addirittura un +10,6%, con l'agricoltura che ha vissuto un vero e proprio rilancio (+14,2%) e la trasformazione alimentare che ha comunque risposto positivamente, segnando un incoraggiante +6,8% (contro un -0,1% dell'intero settore manifatturiero).

A dispetto di quanto avviene nel resto dell'economia, la filiera food è quella che meglio ha risposto alle avversità della crisi anche in termini di competitività. Nel 2013 la quota di mercato del settore non solo non ha ceduto quote, ma ha fatto registrare addirittura una, pur lieve, crescita, passando dal 2,8% al 2,9%.

Grazie anche a primati assoluti come, ad esempio, il maggior numero di certificazioni alimentari a livello comunitario: siamo, infatti, il Paese più forte al mondo per prodotti 'distintivi', con 264 prodotti Dop e Igp (a cui si aggiungono 4.698 specialità tradizionali regionali), seguiti a distanza da Francia, 207, e Spagna, 162. Nel settore vino inoltre l'Italia conta su ben 332 Doc, 73 Docg e 118 Igt. E poi c'è il biologico: siamo i primi in Europa per numero di imprese, tra i primi al mondo per superficie e tasso di crescita.

Proprio l'unicità, la distintività dei prodotti e delle produzioni – e dei saperi, del territorio che ne sono il retroterra – sono i caratteri che premiano l'Italia. Siamo il primo paese al mondo per siti Patrimonio dell'Umanità riconosciuti dall'Unesco, con l'ultimo arrivato, il 50esimo – Langhe, Roero, Monferrato – che è la testimonianza di questo legame fortissimo e tutto italiano: luoghi di estrema bellezza, frutto della straordinaria biodiversità del nostro Paese, della diversità dei paesaggi, di culture e colture – in questo caso quella del vino – che li hanno creati, modificati, conservati. Diversità che significa ricchezza: l'Italia è, non a caso, il primo esportatore di vino al mondo in valore (5,6 mld di euro nel 2013). Diversità e 'distintività' che hanno come mattone fondante proprio l'origine della materia prima, in un mix inscindibile con territorio e 'ricetta'. Non si può, infatti, non sottolineare con convinzione il valore connesso al tema dell'autenticità e del suo portato reputazionale. Per l'intero made in Italy, e per quello agroalimentare in particolare, che rischia – qualora i fenomeni che rimandano all'italian sounding (sia esso di matrice straniera o italiana) si estendano – di veder depauperato in modo irrimediabile un potenziale unico. La riduzione del cibo a pura commodity sarebbe, del resto, una scelta che nella competizione internazionale di colture primarie (soia, frumento, riso, granturco, etc.) ci vedrebbe perdenti. Viceversa, l'affermazione dell'Italia è legata al crescente spazio che va acquisendo la domanda, sempre più diffusa, di qualità, di salute, di cultura.

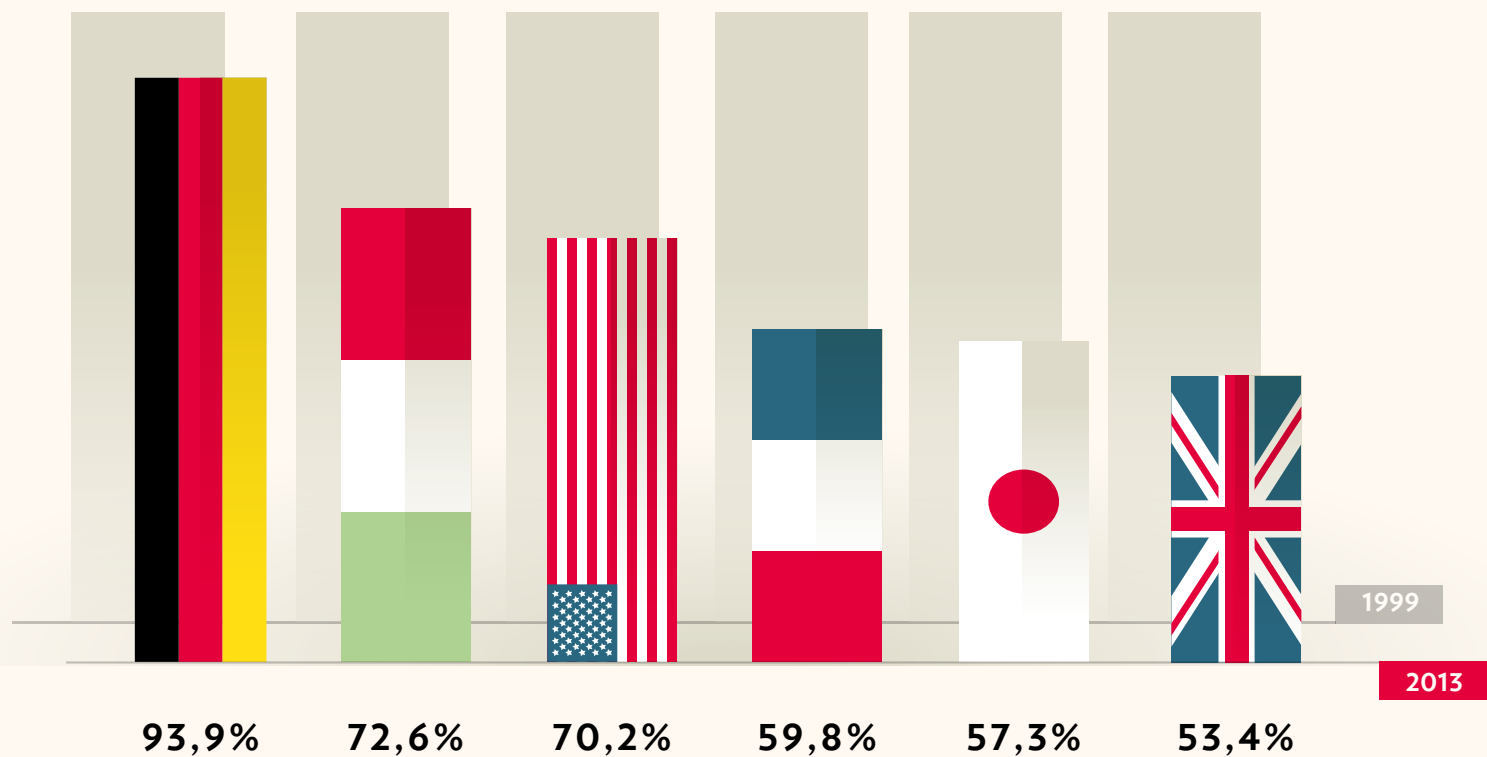
Da cui dipende il fatto che in ben 77 prodotti, sul totale dei 704 in cui viene disaggregato il commercio agroalimentare mondiale, il nostro Paese detiene il primo, secondo o terzo posto per quote di mercato. Le classifiche internazionali ci vedono sul podio in 70 differenti tipologie alimentari (sul totale delle 704 citate) anche in termini di surplus commerciale con l'estero (indice Fortis-Corradini): abbiamo il surplus più alto del pianeta per quanto riguarda il vino (ben 4,5 miliardi di dollari), le paste alimentari (1,8 miliardi), le mele (910 milioni), i prodotti di pasticceria e panetteria (756 milioni di dollari), le uve fresche (724 milioni), i gelati (127 milioni). Riusciamo a spuntare prezzi più alti di ogni altro paese per 120 produzioni, nelle quali ci posizioniamo ai primi tre posti per valore medio unitario all'esportazione: il riconoscimento più immediato e palpabile di come la nostra agricoltura nel mondo suoni come qualità, una qualità per cui si è disposti a spendere.

Questi numeri parlano di un presente in cui già esprimiamo un livello di competitività altissimo, ma, soprattutto, parlano di futuro. Di crescenti opportunità, in vista del ruolo decisivo che stanno assumendo i consumatori ad alta capacità di spesa delle grandi economie della crescita (Cina e Russia in primis), e che già oggi reclamano un posto nell'esperienza sensoriale che l'italian food offre. Ma anche di risposte nuove ai nuovi bisogni dei consumatori occidentali. Risposte sane: siamo la patria della dieta mediterranea, che onoriamo anche con un'agricoltura che vanta un numero di prodotti con residui chimici incomparabilmente più basso della media europea e dei nostri maggiori competitor. Risposte più sostenibili: dal punto di vista ambientale, come dicono i dati sulle emissioni di gas climalteranti (la nostra agricoltura emette il 35% di gas serra in meno della Francia e della media Ue, il 39% in meno rispetto alla Germania, il 58% meno del Regno Unito). Dal punto di vista territoriale, con un contributo decisivo alla conservazione di paesaggi che sono il biglietto da visita del Paese nel mondo; con il paziente e capillare presidio del territorio dal dissesto idrogeologico. Dal punto di vista occupazionale: attraendo una quota di giovani che non ha paragoni in altri settori economici e che nell'agricoltura e nel ritorno alla terra ha trovato non solo opportunità di lavoro, ma anche il modo e il luogo per dare corpo ad idee innovative. E tenendo viva una coesione sociale che è uno dei fattori della nostra identità. Un modello produttivo che guarda verso una nuova frontiera, insomma, che ha interiorizzato il concetto di bene comune e avviato un cambiamento proprio seguendone la bussola. E che – questa è la vera sfida che Expo 2015 offre al Paese – ha tanto da dire al mondo.

FERRUCCIO DARDANELLO
Unioncamere

MARCO FORTIS
Fondazione Edison

ERMETE REALACCI
Fondazione Symbola



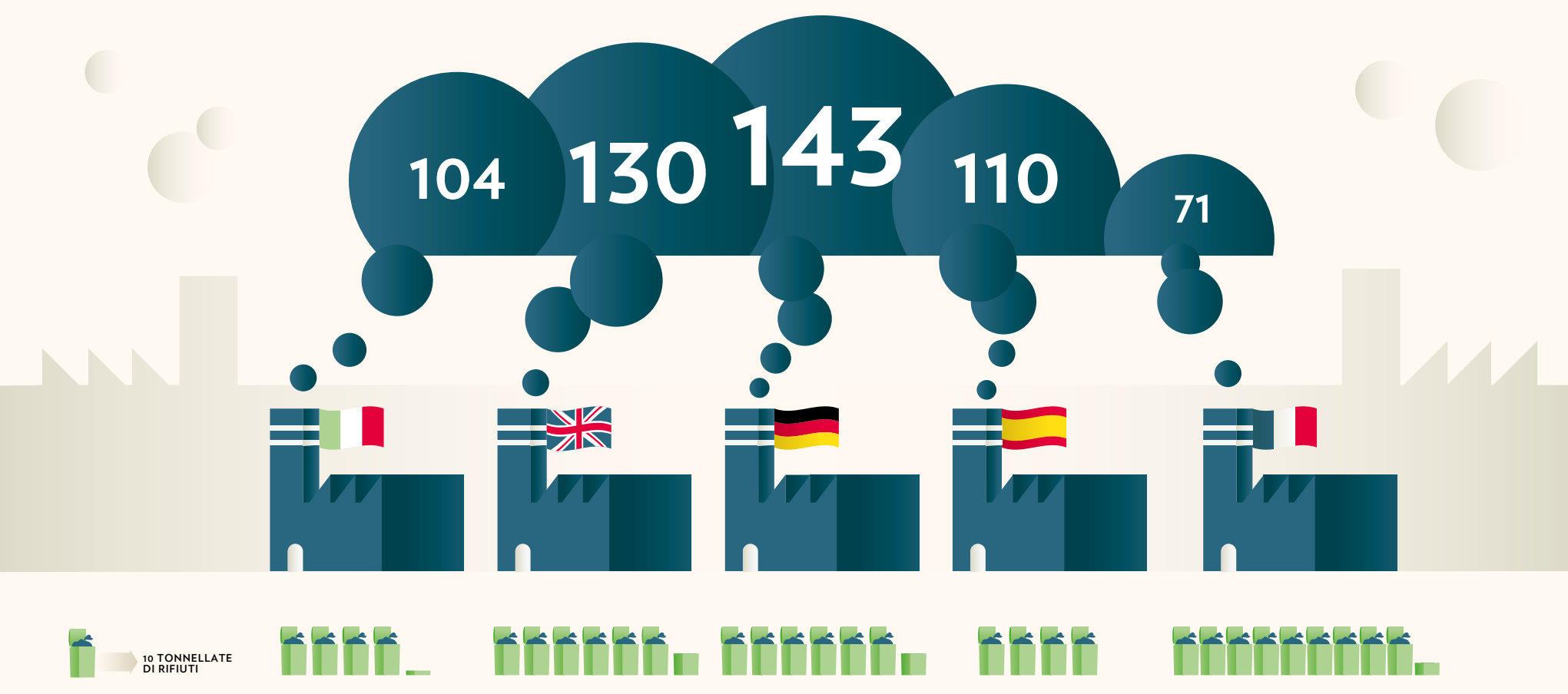
L'ITALIA È TRA I PAESI CHE, NELLA **GLOBALIZZAZIONE**, HANNO CONSERVATO **MAGGIORI QUOTE DI MERCATO MONDIALE**

Gli ultimi dati, relativi al 2013, indicano che l'Italia ha conservato una quota nell'export mondiale i prodotti manifatturieri pari al 72,6% di quella detenuta nel 1999, prima che paesi come la Cina rivoluzionassero il commercio globale.

Performance inferiore a quella tedesca (93,9%), ma migliore di quelle di Usa (70,2%), Francia (59,8%), Giappone (57,3%), Regno Unito (53,4%).

01.

Quote di export mondiale dei prodotti manifatturieri, 2013 vs 1999



IL MODELLO PRODUTTIVO ITALIANO È TRA I PIÙ INNOVATIVI IN CAMPO AMBIENTALE

L'Italia è tra i primi paesi dell'Unione europea per eco-efficienza del sistema produttivo, con 104 tonnellate di anidride carbonica ogni milione di euro prodotto (la Germania ne immette in atmosfera 143, il Regno Unito 130) e 41 di rifiuti (65 la Germania e il Regno Unito, 93 la Francia).

Non solo, siamo campioni europei nell'industria del riciclo: a fronte di un avvio a recupero industriale di 163 milioni di tonnellate di rifiuti su scala europea, nel nostro Paese ne sono stati recuperati 24,1 milioni di tonnellate, il valore assoluto più elevato tra tutti i paesi europei (in Germania 22,4 milioni).

Il sistema produttivo italiano, inoltre, è anche quello che guida la 'riconversione verde' dell'occupazione europea: entro la fine del 2014, il 51% delle Pmi italiane avrà almeno un green job, più del Regno Unito (37%), della Francia (32%) e della Germania (29%).

02.

Tonnellate di CO₂ e di rifiuti per milione di Euro prodotto

FONTE | Fondazione Symbola e Unioncamere, GREENITALY (2013)



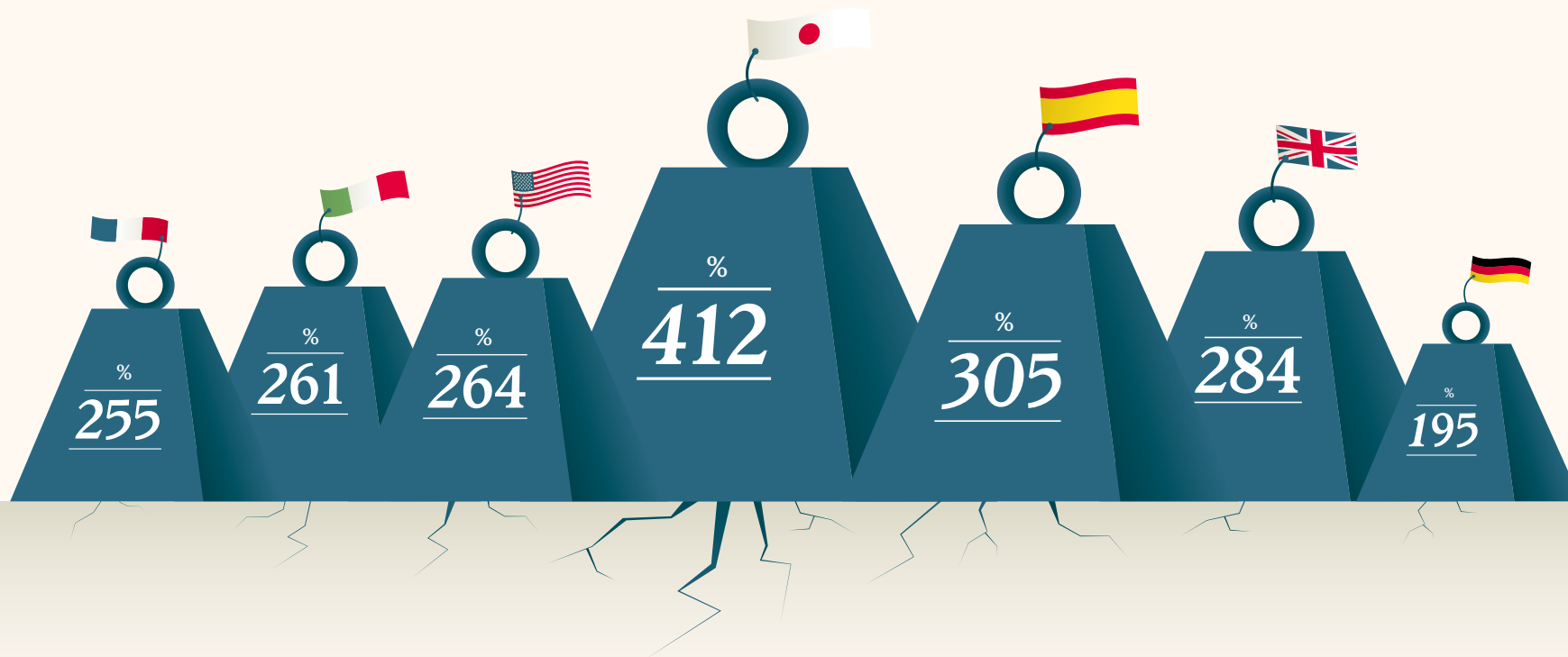
L'ITALIA È LA **META DELL'EUROZONA** PREFERITA DAI **TURISTI EXTRAEUROPEI**

L'Italia è il 1° paese dell'eurozona per numero di pernottamenti di turisti extra-UE, con 56 milioni di notti nel 2013 (+13 milioni rispetto alla Spagna). Siamo il 1° paese europeo per numero di pernottamenti di turisti cinesi (2,8mln), coreani del sud (750 mila), giapponesi (2,8mln), brasiliani (1,8mln), australiani (2,3mln), statunitensi (11,7mln) e canadesi (2mln).

03.

Pernottamenti di turisti extra-europei nell'eurozona, 2013

FONTE | EUROSTAT



CONSIDERANDO IL **DEBITO AGGREGATO** (STATO, FAMIGLIE, IMPRESE) L'ITALIA È UNO DEI **PAESI MENO INDEBITATI AL MONDO**

Se invece del pesante debito pubblico guardiamo la situazione debitoria complessiva del Paese (quindi il debito dello Stato insieme a quello privato) l'Italia - nonostante la crisi stia erodendo la grande ricchezza privata degli italiani - è più virtuosa (col 261% del PIL) di Stati Uniti (264%), Regno Unito (284%), Spagna (305%), Giappone (412%).

04.

Debito aggregato, % del PIL.
Dati 2012 per il debito privato, 2013 per quello pubblico



PODIO 120 PRODOTTI

L'ITALIA VANTA **120 PRODOTTI** AGROALIMENTARI IN CUI È **LEADER MONDIALE PER QUALITÀ**

Dai formaggi al grano, dalle fragole ai ravanelli, dagli aceti alle pancette al latte a funghi, prosciutti, ciliegie: in 120 prodotti (sui 704 in cui viene disaggregato il commercio agroalimentare mondiale) l'Italia si piazza prima, seconda o terza al mondo per valore medio unitario nell'export, valido indicatore di qualità nei mercati internazionali.

05.

Numero di prodotti agroalimentari (su un totale di 704) per i quali l'Italia detiene le prime posizioni al mondo per valore medio unitario nell'export



I PRODOTTI **AGROALIMENTARI ITALIANI** DOMINANO SUI **MERCATI MONDIALI**

Tra i prodotti dell'agroalimentare italiano ben 23 non hanno rivali sui mercati internazionali. Dalla pasta a pomodori e altri ortaggi, da aceto e olio, a fagioli e ciliegie: tutti prodotti per i quali il nostro Paese vanta le maggiori quote di mercato mondiale. E ce ne sono altri 54 per i quali siamo secondi o terzi. Nonostante la contraffazione e la concorrenza sleale dell'Italian sounding, siamo sul podio nel commercio mondiale, insomma, per ben 77 prodotti.

06.

Numero di prodotti nei quali l'Italia detiene le prime posizioni al mondo in termini di quote di mercato

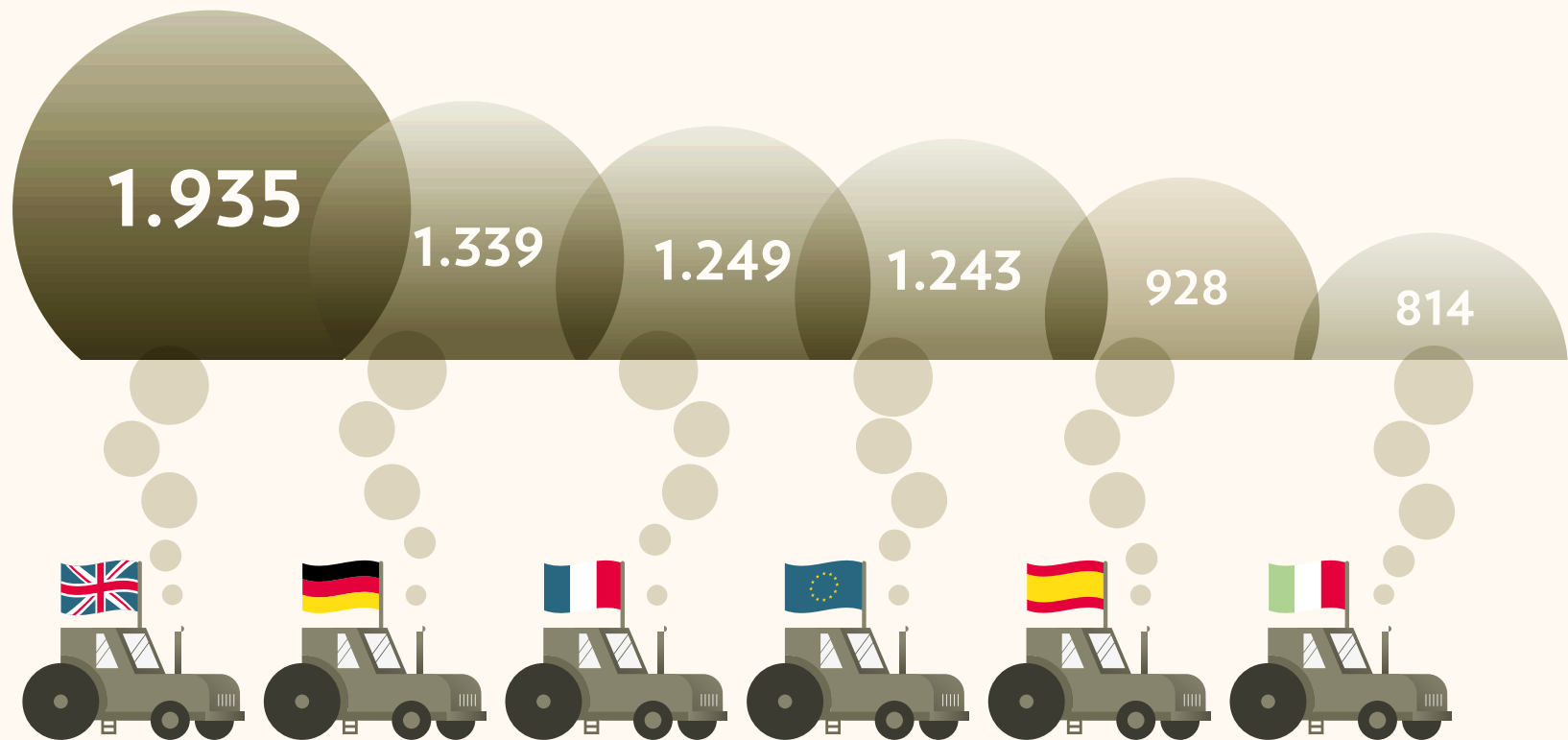


IL MODELLO PRODUTTIVO DELL'AGRICOLTURA ITALIANA È CAMPIONE NELLA PRODUZIONE DI VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto per ettaro realizzato dal settore è più del doppio della media UE-27, il triplo del Regno Unito, il doppio di Spagna e Germania, e il 70% in più dei cugini francesi. Non solo: siamo i primi anche in termini di occupazione, con 7,3 addetti ogni 100 ha a fronte di una media Ue di 6,6.

07.

Valore aggiunto (€/ha) in agricoltura



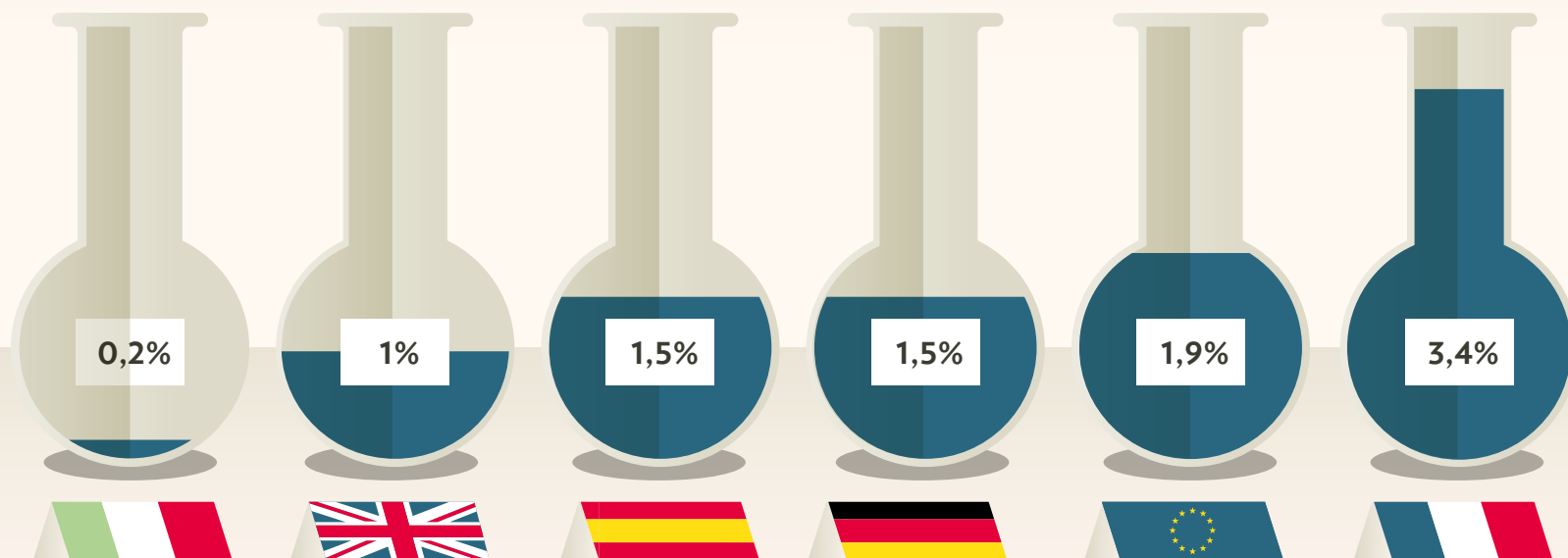
L'AGRICOLTURA ITALIANA È TRA LE PIÙ SOSTENIBILI

Con 814 tonnellate per ogni milione di euro prodotto dal settore, non solo l'agricoltura italiana emette il 35% di gas serra in meno della media Ue, ma fa decisamente meglio di Spagna (il 12% in meno), Francia (35%), Germania (39%) e Regno Unito (il 58% di gas serra in meno).

Gli elementi di sostenibilità della nostra agricoltura non sono del resto separabili dalla matrice distintiva della produzione italiana, espressione della stretta simbiosi con territori e comunità.

08.

Tonnellate di gas serra emesse per ogni milione di Euro di prodotto

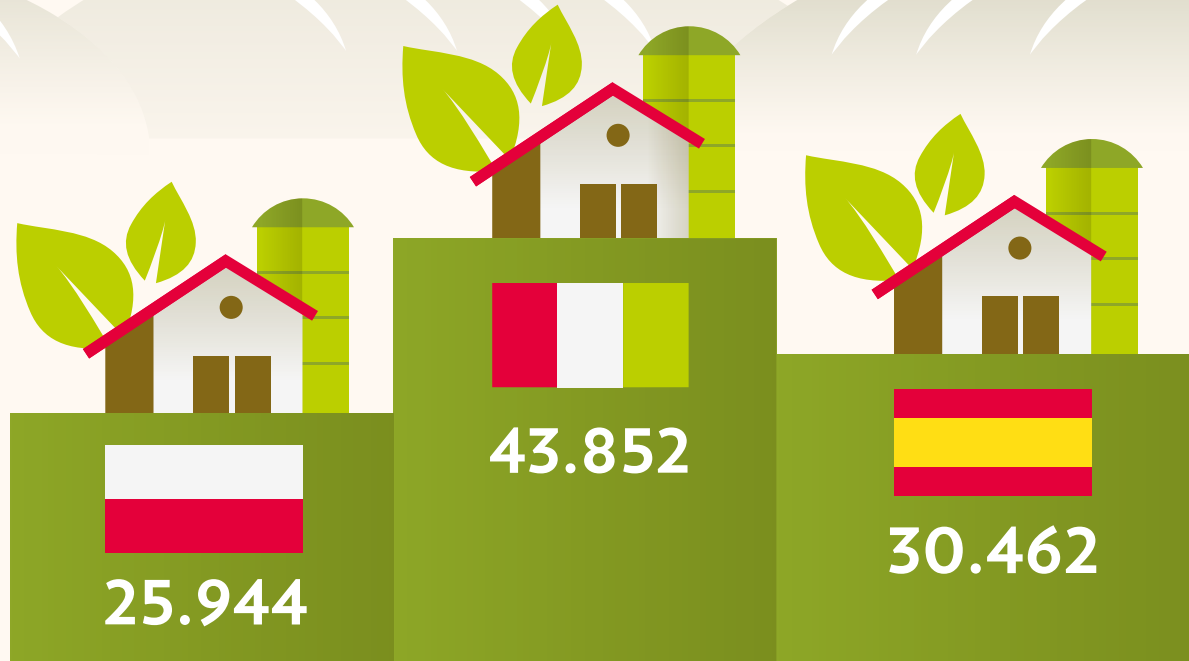


L'ITALIA È AL **VERTICE** DELLA **SICUREZZA ALIMENTARE** MONDIALE

L'Italia è il Paese con il minor numero di prodotti agroalimentari con residui chimici (0,2%, un terzo in meno rispetto all'anno prima), quota inferiore di quasi 10 volte rispetto alla media europea (1,9%, aumentati di circa un terzo rispetto all'anno prima) e di oltre 30 volte quella dei prodotti extracomunitari (6,3%).

09.

Percentuale prodotti agroalimentari con residui chimici oltre i limiti



L'ITALIA È IL PRIMO PAESE EUROPEO PER NUMERO DI AGRICOLTORI BIOLOGICI

Con 43.852 imprese biologiche (il 17% di quelle europee) siamo i campioni europei del settore, seguiti dalla Spagna (30.462 imprese, 12% dell'Ue) e Polonia (25.944, 10% dell'Ue). Ma siamo anche sesti al mondo per ampiezza delle superfici a biologico e per tasso di crescita di queste superfici (70 mila ettari in più in un anno).

10.

Numero di produttori biologici

