

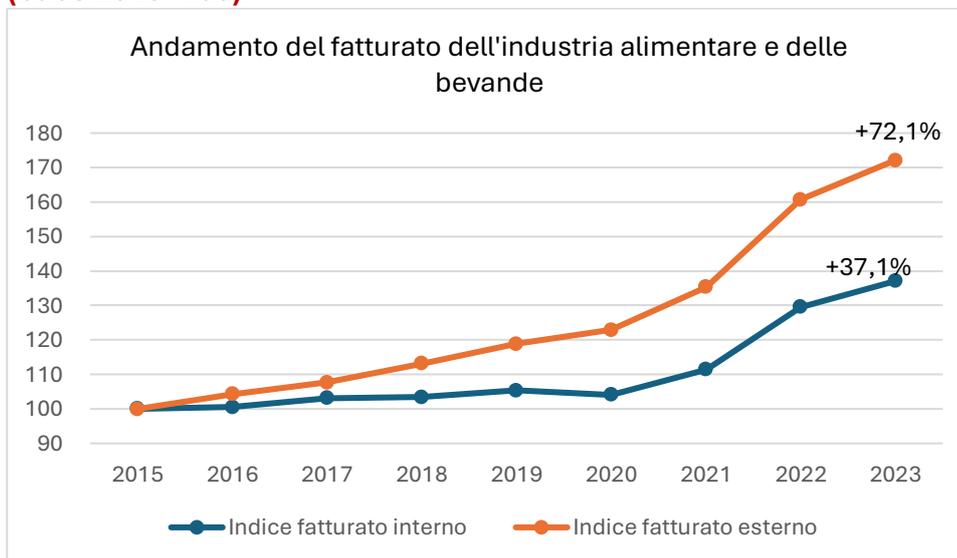
## ANDAMENTO DEL FATTURATO DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE ITALIANA: CONTRIBUTO DEI CONSUMI INTERNI E EVOLUZIONE NELLE VENDITE ESTERE

a cura dell'Ufficio Studi della Fondazione Metes – 8 luglio 2024

L'industria alimentare e delle bevande italiana è ai vertici della graduatoria per fatturato dei settori dell'industria del manifatturiero in Italia con un valore pari a 193 miliardi di euro<sup>1</sup>, il 15,6% del totale del fatturato dei settori manifatturieri. Questo dato è il risultato di un andamento positivo che ha caratterizzato l'intero periodo 2015-2023 durante il quale il fatturato dell'industria alimentare e delle bevande è aumentato complessivamente del 42,3%. La figura 1 permette di analizzare l'andamento dell'indice del fatturato scomponendolo nelle componenti riferite al mercato interno e a quello nazionale.

L'incremento nei livelli di fatturato dell'industria alimentare e delle bevande registrato negli ultimi anni sembra dovuto prevalentemente al miglioramento delle performance di mercato realizzate sui mercati internazionali. Nonostante gli effetti della crisi COVID-19, nel 2023 l'indice del fatturato all'estero del settore è infatti cresciuto (+72,1% rispetto al 2015) mostrando un trend più brillante rispetto a quello che caratterizza le performance di vendita realizzate dall'industria alimentare e delle bevande sul mercato domestico (+37,1% rispetto al 2015).

**Figura 1 – Andamento dell'indice del fatturato interno ed estero dell'industria alimentare (base 2015=100)**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Eurostat

Le performance di fatturato realizzate sul mercato interno rispecchiano gli andamenti che in questi ultimi anni hanno caratterizzato i consumi alimentari. Secondo le

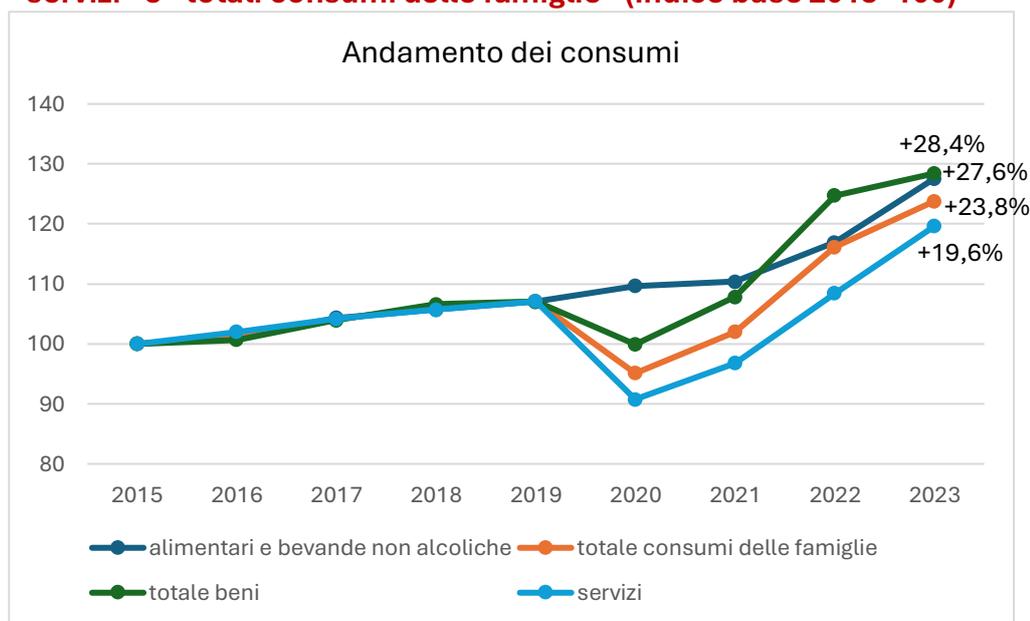
informazioni fornite dai Conti economici dell'ISTAT il valore dei consumi di "Alimenti e bevande non alcoliche" che nel 2023 ammontavano a oltre 184,8 miliardi di euro

<sup>1</sup>[https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/NOTA%20SINTETICA%20PER%20LA%20COMUNICAZIONE%20CIBUS%20PARMA%207%20MAGGIO%202024\\_.pdf](https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/NOTA%20SINTETICA%20PER%20LA%20COMUNICAZIONE%20CIBUS%20PARMA%207%20MAGGIO%202024_.pdf)

(14,7% dei consumi finali delle famiglie italiane) è aumentato, in termini nominali, di circa il 27,6% rispetto al valore del 2015. Come si può osservare dalla figura 2, fino al 2019 i consumi alimentari hanno manifestato andamenti pressoché identici a quelli che hanno riguardato nello stesso periodo le principali categorie di beni di consumo. Nel 2019/2020, in coincidenza con l'inizio della pandemia COVID-19, mentre tutte le categorie dei beni di consumo subiscono importanti flessioni (-15,3% per "servizi", -6,7% per "totale beni" e -11,2% per "totale consumi delle famiglie"), il valore dei

consumi di "Alimenti e bevande non alcoliche" registra una ulteriore crescita (+2,4%). Negli ultimi anni, dopo il rallentamento rilevato nel biennio post COVID-19 (+0,9% nel periodo 2020-2021), il valore dei consumi alimentari manifesta andamenti in crescita (+27,6% nel periodo 2015-2023) simili a quelli registrati per il "totale beni" (+28,4% nel periodo 2015-2023) ma migliori di quelli registrati per "servizi" (+19,6% nel periodo 2015-2023) e per "totale consumi delle famiglie" (23,8% nel periodo 2015-2023).

**Figura 2 - Andamento dei consumi di "Alimenti e bevande non alcoliche", "totale beni", "servizi" e "totali consumi delle famiglie" (Indice base 2015=100)**



Fonte: Ns. elaborazione su dati Istat, Conti economici nazionali

La tabella 1 permette di analizzare le evoluzioni che hanno caratterizzato la composizione della spesa alimentare negli ultimi anni. Tra le categorie merceologiche, i "Derivati dei cereali" (+0,5%), gli "Ittici" (+0,5%) e gli "Altri prodotti alimentari" (+0,5%) registrano un incremento del loro peso sul totale della spesa alimentare. Rimane sostanzialmente stabile invece la quota della spesa alimentare destinata a

"Carni" (+0,1%), "Uova fresche" (+0,1%), "Ortaggi" (-0,1%) e "Bevande analcoliche, alcoliche e vino" (-0,1%). Si riduce infine il peso per "Salumi" (-0,3%), per "Latte e derivati" (-0,9%), per "Frutta" e per "Oli e grassi vegetali" (-0,2%).

Per analizzare in maniera approfondita lo scenario di mercato in cui si trovano ad operare le imprese dell'industria alimentare non

bisogna trascurare di analizzare i fattori di pressione commerciale che derivano dalle evoluzioni che nell'ultimo periodo hanno

caratterizzato la struttura delle vendite realizzate presso la Grande distribuzione organizzata.

**Tabella 1 – Variazioni nella spesa delle categorie merceologiche alimentari (2015-2023)**

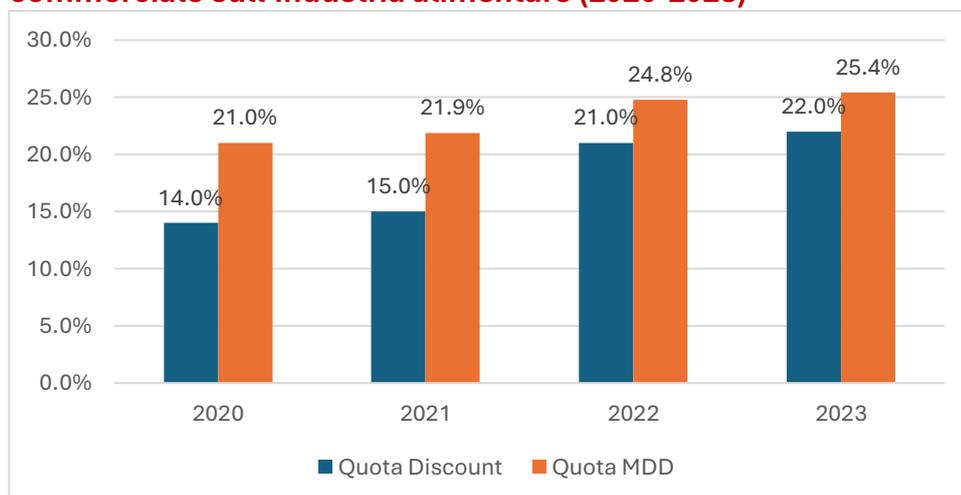
Categoria merceologica	Quota % sul totale consumi alimentari	Quota % sul totale consumi alimentari	Var. 2015/2023
	(2015)	(2023)	
Derivati dei cereali	14,4%	14,9%	+0,5%
Carni	10,5%	10,6%	+0,1%
Salumi	6,4%	6,1%	-0,3%
Latte e derivati	14,7%	13,8%	-0,9%
Ittici	7,2%	7,7%	+0,5%
Uova fresche	1,0%	1,1%	+0,1%
Ortaggi	10,3%	10,2%	-0,1%
Frutta	8,9%	8,5%	-0,4%
Oli e grassi vegetali	2,1%	1,9%	-0,2%
Altri prodotti alimentari	13,1%	13,6%	+0,5%
Bevande analcoliche, alcoliche e vino	11,3%	11,2%	-0,1%

Fonte: Ns. elaborazione su dati ISMEA-NIELSEN

La figura 3 permette, infatti, di evidenziare la crescita che negli anni ha riguardato la quota delle vendite presso i discount (+4,4% nel periodo 2015-2023). Nello stesso periodo si rileva un incremento importante anche per le quote delle vendite dei prodotti MDD (Marca del Distributore) (+8,0% nel periodo 2015-2023). In questo periodo di impennata inflattiva per le famiglie italiane, con prezzi al consumo aumentati in modo significativo e potere d'acquisto in diminuzione, i soggetti

della grande distribuzione adottano politiche commerciali aggressive basate sul tema del prezzo basso per invogliare i consumatori a spendere. L'industria alimentare in questa situazione sperimenta una crescente riduzione dei margini economici che le imprese del settore provano a contenere con una contrazione dei costi di produzione e un miglioramento dell'efficienza dei processi produttivi.

**Figura 3 – Quote di mercato di discount e private Label: evoluzione della pressione commerciale sull'industria alimentare (2020-2023)**

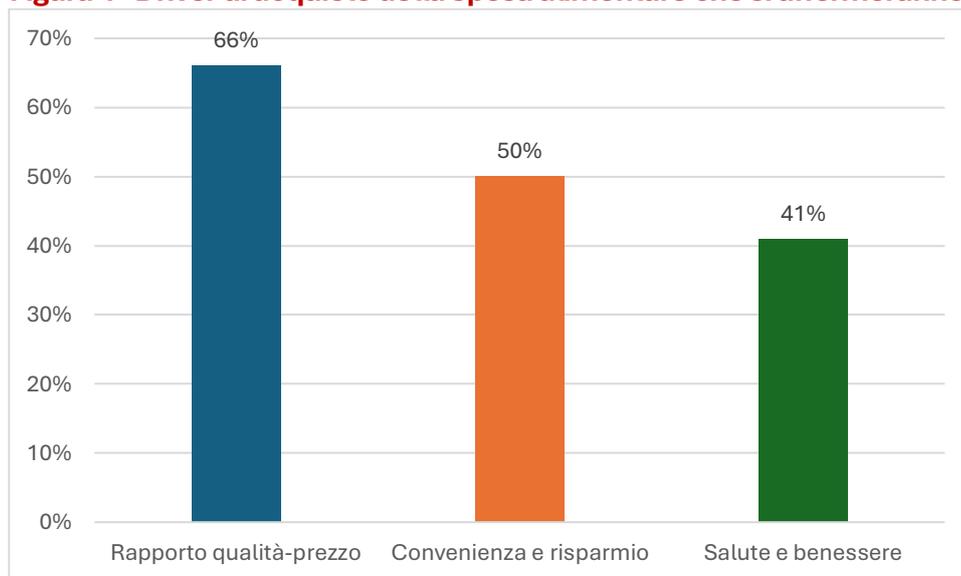


Fonte: Ns. elaborazioni su dati ISMEAMERCATI e ADM.

Il rapporto Coop 2023 “Consumi e Stili di Vita degli italiani” permette di descrivere i principali driver di acquisto che guidano le scelte dei consumatori italiani in questo periodo. Tra le prime tre motivazioni che

guidano le scelte di consumo alimentare il “rapporto qualità-prezzo” viene indicato dal 66% dei consumatori, “convenienza e risparmio” dal 50%, “salute e benessere” solo dal 41%. La vendita all'estero di prodotti

**Figura 4 - Driver di acquisto della spesa alimentare che si affermeranno maggiormente nel 2024\***



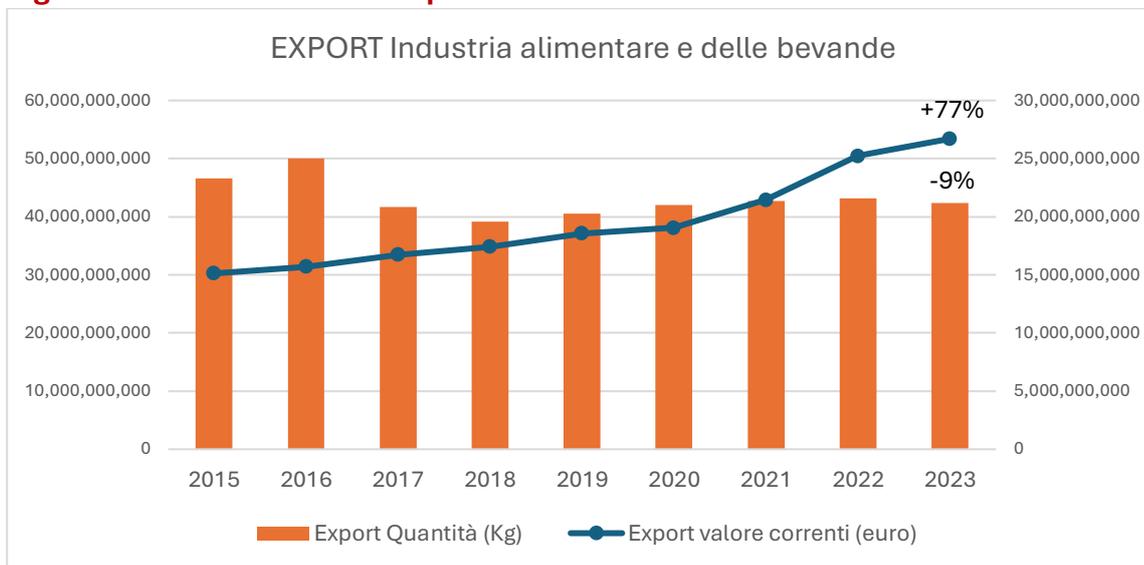
\*risposta multipla

Fonte: Rapporto Coop 2023

dell'industria alimentare nel 2023 ha raggiunto il valore di 53,4 miliardi di euro. La figura 5 permette di evidenziare il trend di crescita che ha riguardato il valore dell'export dell'industria alimentare e delle bevande italiana. In particolare nel periodo 2015-2023 le esportazioni di prodotti dell'industria alimentare hanno, infatti, registrato una crescita del 77% (+60% considerando il tasso di crescita annuo composto CAGR). Nello stesso periodo i volumi di prodotti alimentari venduti all'estero sono stati oggetto di una flessione del 9%. Il valore dell'export alimentare ha manifestato pertanto dal 2020 in poi una velocità di crescita superiore a quella dei volumi commercializzati a testimonianza della possibilità per i nostri operatori di

beneficiare di evoluzioni positive nei prezzi medi di vendita dei prodotti sui mercati esteri. La tabella 2 permette di analizzare la composizione merceologica delle esportazioni di prodotti dell'industria alimentare in Italia. Il raggruppamento “Pasta alimentare non all'uovo, né farcita” è la principale componente dell'export alimentare rappresentando il 4,7% del totale delle vendite all'estero di prodotti agroalimentari. Seguono in questa classifica le “Conserve di pomodoro e pelati” che concorrono per il 4,1% al totale del valore delle esportazioni agroalimentari. Al terzo posto si classificano i “Prodotti dolciari a base di cacao” che rappresentano il 4,0% del totale delle vendite all'estero.

**Figura 5 – Andamento dell'export dell'industria alimentare e delle bevande**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati ISTAT, COEWEB

Importanti sono inoltre le performance dell'export dei raggruppamenti “Biscotteria e pasticceria”, “Caffè torrefatto, non decaffeinizzato” e “Vini rossi e rosati DOP confezionati” che concorrono rispettivamente per il 3,6%, il 3,6% e il 3,2% al totale dell'export agroalimentare nazionale. Chiudono questa classifica, infine, “Altri spumanti (DOP)” (2,9% del totale dell'export) e “Olio di oliva extravergine” (2,5% del totale dell'export). La tabella 2 permette, inoltre, di evidenziare le trasformazioni intervenute nelle

specializzazioni dell'export dell'industria alimentare italiana. Nel periodo 2015-2023 sono, infatti, cresciute in importanza le esportazioni di “Vini rossi e rosati DOP confezionati” (+1,2%), di “Altri spumanti (DOP)” (+1,1%), di “Biscotteria e pasticceria” (+0,6%), di “Caffè torrefatto, non decaffeinizzato” (+0,4%), mentre si registra una riduzione nell'incidenza di “Olio di oliva extravergine” (-0,7%). Rimane infine sostanzialmente stabile il peso di “Conserve di pomodoro e pelati” e “Prodotti dolciari a base di cacao”.

**Tabella 2 - Composizione merceologica dell'export dell'industria alimentare in Italia (2023)**

Prodotto	2015		2022		Var. Peso % 15/22
	Valore Corrente (mila Euro)	Peso % sul totale	Valore Corrente (mila Euro)	Peso % sul totale	
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	1.666,5	4,5	2.806,6	4,7	+0,2
Conserve di pomodoro e pelati	1.535,9	4,1	2.457,4	4,1	0,0
Prodotti dolciari a base di cacao	1.477,0	4,0	2.382,2	4,0	0,0
Biscotteria e pasticceria	1.113,3	3,0	2.151,4	3,6	+0,6
Caffè torrefatto, non decaffeinizzato	1.189,8	3,2	2.115,0	3,6	+0,4
Vini rossi e rosati DOP confezionati	1.434,4	2,0	1.904,3	3,2	+1,2
Altri spumanti (DOP)	668,6	1,8	1.702,3	2,9	+1,1
Olio di oliva extravergine	1.176,9	3,2	1.498,2	2,5	-0,7
<b>TOTALE AGROALIMENTARE</b>	<b>37.208,5</b>	<b>100,0</b>	<b>59.402,9</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Ns. elaborazioni su dati CREA

I dati 2023 relativi alla distribuzione del valore totale dell'export di prodotti alimentari e bevande tra le aree geografiche di destinazione segnalano che (tabella 3):

- il 56,2% è andato nei mercati degli altri 26 Paesi della Ue e il 14,9% in quelli dei paesi europei non Ue;
- il 14,6% verso i mercati dell'America settentrionale (in particolare in Canada e Usa) e l'1,7% in quelli dei paesi dell'America centro-meridionale;

- l'8,8% nei paesi asiatici, il 2% in quelli africani e l'1,7% in Oceania e altri territori.

I dati mostrano una elevata capacità di penetrazione dei prodotti dell'industria alimentare italiana in mercati di paesi molto diversi tra loro. Al contempo, va sottolineata la massiccia presenza dei prodotti alimentari italiani sui mercati forti dei Paesi europei, in particolare in quelli dei membri Ue, e del Nord-America.

**Tabella 3 – Esportazioni dell'industria alimentare e delle bevande per area geografica di destinazione (v.a., val. %)**

AREA GEOGRAFICA		V.a. (mln euro) (2023)	Val. % (2023)
Europa	<i>Ue 27</i>	38.005	71,2
	<i>Paesi europei non Ue</i>	7.984	14,9
		8.720	16,3
America	<i>America settentrionale</i>	7.806	14,6
	<i>America centro-meridionale</i>	914	1,7
		4.720	8,8
Asia	Asia orientale	2.949	5,5
	Medio Oriente	1.608	3,0
	Asia centrale	163	0,3
Africa		1.065	2,0
Oceania e altri territori		896	1,7
<b>TOTALE</b>		<b>53.406</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati ISTAT, COEWEB

**Tabella 4 – Le principali destinazioni dell'export dell'industria alimentare e delle bevande italiano (2023)**

Paese	Valore Corrente (mln Euro)	Peso % sul totale
Germania	7.872	14,7%
Stati Uniti	6.599	12,4%
Francia	6.226	11,7%
Regno Unito	4.178	7,8%
Spagna	2.235	4,2%
Paesi Bassi	1.922	3,6%
Svizzera	1.743	3,3%
Belgio	1.648	3,1%
Austria	1.391	2,6%
Polonia	1.360	2,5%

Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati ISTAT, COEWEB

Riguardo ai singoli paesi di destinazione dell'export italiano di prodotti alimentari e bevande, dai dati della tabella 4 emerge che prevale su tutti la Germania con un valore di 7,9 miliardi di euro (14,7% del totale), gli Stati Uniti con 6,6 miliardi di euro (12,4% del

totale), la Francia con 6,2 miliardi (11,7% del totale) e il Regno Unito con 4,2 miliardi di euro (7,8% del totale). Sono undici, infine, i paesi in cui il valore dei prodotti e delle bevande italiane esportate supera il miliardo di euro (tabella 4).