



Giovedì 15 Novembre 2018

MERCATI & IMPRESE

Nomisma: ecco le potenzialità dell'agrifood italiano

“Secondo le stime Nomisma, le importazioni statunitensi di prodotti agrifood dall'Italia sono destinate a crescere ad un tasso medio annuo (Cagr) del +6,5% nel periodo 2017/22”, è quanto evidenzia **Denis Pantini**, responsabile Area Agroalimentare di Nomisma in occasione dell'evento promosso ieri da Agronetwork durante il quale è stato presentato un apposito indicatore, il *Nomisma Italian Agrifood Mkt Potential Index* (realizzato in collaborazione con Confagricoltura)

Prosegue anche nel 2017 la crescita del ruolo giocato dai mercati esteri per l'**agrifood italiano**: i consumi nazionali per generi alimentari e bevande (243 miliardi euro nel 2017), seppur in ripresa, sono, difatti, ancora lontani dai tempi pre-crisi, per cui esportare - oltre che un'opportunità di crescita per le aziende agroalimentari italiane - rappresenta anche una strategia di sopravvivenza. Non a caso, negli ultimi anni il fatturato del settore è stato trainato dalla domanda estera: nel 2017 il 24% del giro d'affari dell'industria alimentare nazionale è stato generato proprio al di fuori dei confini italiani a fronte di un 20% di cinque anni prima.

In termini assoluti, le vendite sui mercati internazionali dei prodotti agrifood Made in Italy hanno superato i 40 miliardi euro nel 2017, registrando un balzo del +27% su base quinquennale e del +5,6% rispetto al 2016. E, sebbene ci sia un lieve rallentamento, l'espansione dell'export continua anche nel 2018: +2,3% nel primo semestre rispetto al medesimo periodo del 2017. A trainare tale incremento sono sia i mercati tradizionali, i cosiddetti **Paesi bandiera**, come Germania (export italiano pari a 6,9 miliardi di euro nel 2017, +16,5% tra 2012 e 2017), Stati Uniti (4 miliardi, +48,9%), Regno Unito (3,3 miliardi, +27,8%), Canada (809 milioni, +24,3%), Giappone (794 milioni, +13,1%), che da soli valgono il 40% del nostro export agroalimentare, sia i mercati emergenti (Paesi frontiera), su tutti Polonia (833 milioni nel 2017, +58,1% su 2012), Australia (530 milioni, +41,7%), Cina (423 milioni, +78,5%), Corea del Sud (221 milioni, +68,8%) e Messico (103 milioni, +23,8%).

Ma cosa ci aspetta nel prossimo futuro? Le potenzialità dell'agrifood italiano per il prossimo quinquennio su 10 mercati target (cinque bandiera e cinque frontiera) si presentano alquanto interessanti: il *Nomisma Italian Agrifood Mkt Potential Index* prende in considerazione variabili di diversa natura tra cui i redditi pro-capite, i consumi alimentari, l'import agroalimentare, il ruolo dei prodotti italiani e la presenza di dazi e altre barriere agli scambi commerciali. Emerge come gli Stati Uniti rappresentano il mercato con le maggiori opportunità di sviluppo futuro per l'agrifood Made in Italy con un valore dell'indice pari a 100.

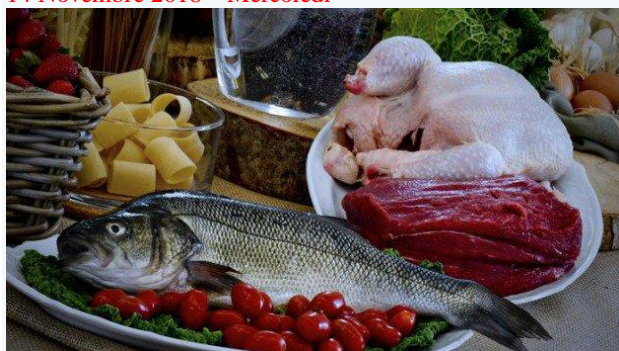
“Pur essendo un mercato tradizionale per il nostro export (peso del 10%) e nel quale le nostre aziende sono presenti da anni, le opportunità di un ulteriore sviluppo dell'agrifood tricolore in tale mercato sono enormi grazie all'elevata capacità di spesa di parte della popolazione, all'enorme dimensione del mercato in termini di potenziali consumatori e ad un import di prodotti italiani che per ora risulta concentrato (oltre la metà) in soli cinque stati (California, New York, Texas, Illinois e Florida)”, afferma Denis Pantini.

Gli altri mercati con le maggiori potenzialità per l'agroalimentare nazionale sono la Germania (*Nomisma Italian Agrifood Mkt Potential Index* pari a 97) e la Cina (94): si stima che in tali mercati la domanda di prodotti agroalimentari italiani crescerà ad un Cagr 2017/22, rispettivamente, del +4% e del +12%. Seguono Canada (73), Giappone (72) e poi distanziati Polonia (52), Regno Unito (42), Corea del Sud (38), Australia (29) e Polonia (15).

Fonte: Ufficio stampa Nomisma

Nomisma, cresce l'export dell'agrifood italiano

14 Novembre 2018 – Mercoledì



© ANSA

ROMA

"L'export dell'agrifood italiano ha ancora un grande margine di crescita". E se "il forte appeal della dieta mediterranea e del Made in Italy nel mondo" è il vero punto di forza, a fronte di consumi nazionali per generi alimentari (243 miliardi nel 2017) in ripresa ma ancora lontani dai livelli pre-crisi, la domanda estera è il cardine del settore.

Nel 2017 il 24% del fatturato agroalimentare si deve all'export (era il 20% nel 2012) ma soprattutto lo scenario al 2022 lo vede consolidarsi non solo negli Stati Uniti con un tasso medio annuo (Cagr) di crescita stimato del +6,5% e in Germania del +4% (periodo 2017-2022) ma anche in alcuni mercati emergenti come la Cina (+12%) e la Corea del Sud (+8,5%). Emerge da uno studio di Nomisma sulle potenzialità dell'Agrifood made in Italy, presentato in occasione di "The italian food style: nuove terre, nuovi modelli" incontro di Agronetwork (associazione per l'agroindustria costituita da Confagricoltura, Università Luiss Guido Carli e Nomisma), con il contributo di Bnp Paribas. Così il futuro, secondo il nuovo indicatore Italian Agrifood Mkt Potential Index di Nomisma (su variabili come redditi pro-capite, consumi alimentari, import agroalimentare, ruolo dei prodotti italiani e presenza di dazi e altre barriere agli scambi commerciali) per il prossimo quinquennio su 10 mercati target, 5 bandiera (consolidati) e 5 frontiera (emergenti) spiega Denis Pantini, Responsabile Area

Agroalimentare di Nomisma "vede un export ancora in crescita con in testa gli Stati Uniti a quota 100".

Emerge poi che gli altri mercati con le maggiori potenzialità per l'agroalimentare nazionale sono la Germania (97) e la Cina (94). Seguono Canada (73), Giappone (72) e poi distanziati Polonia (52), Regno Unito (42), Corea del Sud (38), Australia (29) e Polonia (15).(ANSA).

Nomisma, cresce l'export dell'agrifood italiano

14 Novembre 2018 – Mercoledì - ROMA



"L'export dell'agrifood italiano ha ancora un grande margine di crescita". E se "il forte appeal della dieta mediterranea e del Made in Italy nel mondo" è il vero punto di forza, a fronte di consumi nazionali per generi alimentari (243 miliardi nel 2017) in ripresa ma ancora lontani dai livelli pre-crisi, la domanda estera è il cardine del settore. Nel 2017 il 24% del fatturato agroalimentare si deve all'export (era il 20% nel 2012) ma soprattutto lo scenario al 2022 lo vede consolidarsi non solo negli Stati Uniti con un tasso medio annuo (Cagr) di crescita stimato del +6,5% e in Germania del +4% (periodo 2017-2022) ma anche in alcuni mercati emergenti come la Cina (+12%) e la Corea del Sud (+8,5%). Emerge da uno studio di Nomisma sulle potenzialità dell'Agri-food made in Italy, presentato in occasione di "The Italian food style: nuove terre, nuovi modelli" incontro di Agronetwork (associazione per l'agroindustria costituita da Confagricoltura, Università Luiss Guido Carli e Nomisma), con il contributo di Bnp Paribas. Così il futuro, secondo il nuovo indicatore Italian Agrifood Mkt Potential Index di Nomisma (su variabili come redditi pro-capite, consumi alimentari, import agroalimentare, ruolo dei prodotti italiani e presenza di dazi e altre barriere agli scambi commerciali) per il prossimo quinquennio su 10 mercati target, 5 bandiera (consolidati) e 5 frontiera (emergenti) spiega Denis Pantini, Responsabile Area Agroalimentare di Nomisma "vede un export ancora in crescita con in testa gli Stati Uniti a quota 100". Emerge poi che gli altri mercati con le maggiori potenzialità per l'agroalimentare nazionale sono la Germania (97) e la Cina (94). Seguono Canada (73), Giappone (72) e poi distanziati Polonia (52), Regno Unito (42), Corea del Sud (38), Australia (29) e Polonia (15).(ANSA).