



Italia sotto sforzo

Diario della transizione 2020/21

5. L'agroindustria

protagonista nel post-Covid

17 Aprile 2021

Sponsor:



Sponsor tecnico:



Il progetto "Italia sotto sforzo. Diario della transizione 2020/21" realizzato dal Censis (sponsor Eni, sponsor tecnico Agi) ha l'obiettivo di "fare un esame di coscienza", analizzando le difficoltà che l'Italia si porta dietro dal passato, i nervi scoperti che hanno comportato l'impreparazione ad affrontare in maniera ottimale l'emergenza legata all'epidemia del Covid-19, per poter guardare in modo costruttivo al futuro. Nel corso del biennio verranno esplorate diverse dimensioni della realtà

sociale ed economica del Paese. Il primo numero del Diario della transizione si è concentrato sul mondo della scuola, il secondo ha riguardato i consumi delle famiglie, il terzo il sistema universitario, il quarto il turismo, mentre il quinto si focalizza sul settore dell'agroindustria, piattaforma produttiva che rielabora i comportamenti di consumo e consolida la presenza sui mercati mondiali, anche nel corso della pandemia.

1. Quel che è stato, quel che sarà

Il settore dell'agroindustria (con cui si intende l'industria alimentare, delle bevande e del tabacco - ATECO 10, 11, 12 - all'interno della Sezione C-Attività manifatturiere della Classificazione delle attività economiche dell'Istat), fiore all'occhiello del comparto del Made in Italy e bandiera dell'export nel mercato globale, ha dovuto fronteggiare, così come il resto dei settori produttivi, l'impatto devastante della pandemia nel corso del 2020 e in questi mesi del 2021.

A differenza di molti settori e insieme a pochi altri, ha però contenuto l'impatto, essendo al centro della "catena strategica" che ha assicurato al Paese la disponibilità di beni essenziali come appunto i beni alimentari.

Se ci si sposta dalla prospettiva dell'offerta a quella della domanda, il settore ha dovuto confrontarsi con un repentino mutamento nei comportamenti di consumo, prevalentemente orientati a una contrazione della spesa generale delle famiglie italiane, con un forte rallentamento della domanda proveniente da altri settori (su tutti la ristorazione) e, soprattutto, con una frenata della domanda estera, condizionata dalle restrizioni ai flussi di beni fra i diversi paesi e i mercati.

La risultante di questi fenomeni contrapposti, seppure caratterizzata dal segno meno finale nel valore aggiunto in termini reali, nella produzione industriale e nell'occupazione (soprattutto indipendente), non scalfisce però la solidità del settore e il ruolo che ha via via conquistato nel mercato mondiale, ottenendo un ampio riconoscimento in termini di qualità dei suoi prodotti e di attrattività della sua offerta.

Anzi, guardando al prima e al dopo, il corso degli eventi, benché funesto sotto molti aspetti, può aver determinato una riconfigurazione degli spazi di mercato estero nel settore alimentare, proprio a seguito dell'asimmetria fra i paesi che hanno avviato l'uscita dall'emergenza e quelli che invece stanno ritardando il ritorno a un livello accettabile di normalità.

Allo stesso modo, l'adattamento forzato alle restrizioni di movimento e di accesso ai servizi, cui sono state sottoposte le famiglie italiane in questi mesi, ha ulteriormente enfatizzato la funzione del food nella quotidianità delle persone, tanto da diventare centrale nel "regime a relazionalità limitata" imposto dal Covid.

I movimenti nelle dimensioni qualitative e quantitative della domanda di beni alimentari, interna ed estera, stanno anche incidendo sulla struttura produttiva delle imprese del settore. Un segnale chiaro viene dalle attese occupazionali di medio periodo espresse dalle imprese e dalla qualità di capitale umano che esse richiedono per poter disporre di risorse e conoscenze tali da precorrere i mutamenti su scala globale e di intercettare, se non anticipare, i nuovi orientamenti indotti da questa fase.

Si è sentito più volte ripetere durante quest'anno che ogni crisi porta con sé delle opportunità. Per l'agroindustria italiana sembra che la sfida alla ripresa non possa limitarsi a un mero ritorno alla normalità, ma possa anche portare a un maggiore protagonismo sul mercato mondiale.

2. Il valore economico conquistato sui mercati

Il consuntivo al 2020 per il settore dell'agroindustria registra una riduzione in termini reali del valore aggiunto, fra il 2019 e il 2020, pari all'1,8% (tab. 1).

Nel decennio 2010-2020 la variazione reale è stata del 10,9% e nel 2019, rispetto all'anno precedente, del 4,0%.

La relativa frenata, dovuta all'emergenza Covid, non ha inciso sulla quota del valore aggiunto dell'agroindustria sul manifatturiero, portando il settore al 12,7%, 1,2 punti in più rispetto al 2019 e 1,8 in più rispetto alla quota del 2010.

In termini di lavoro, sono tremila gli occupati in meno nell'ultimo anno, ma oltre trentamila in più se si prende il dato al 2010 (tab. 2). Aumenta leggermente la componente dipendente del lavoro e contribuisce a mantenere stabile il peso occupazionale del settore nel Manifatturiero (12,1% nel 2020).

La struttura produttiva dell'agroindustria si articola oggi in quasi 55mila imprese attive, l'85,6% delle quali rientra nella classe di addetti più piccola (tab. 3).

Sono 131 le imprese a maggiore dimensione (oltre 250 addetti), mentre la dimensione media (da 10 a 249 addetti) è di poco superiore alle 8mila unità, pari al 14,6% del totale.

Se vista dal lato della produzione industriale, la dinamica nel corso del 2020 segnala una caduta dell'indice concentrata nei mesi di aprile e maggio, cui ha fatto seguito una ripresa robusta nella parte centrale e finale dell'anno, per poi riportarsi in territorio negativo nel mese di dicembre (94,7 per l'industria alimentare, 88,1 per la componente della produzione di bevande, tab. 4).

Ma è sul lato dell'export che si riscontra la solidità del prodotto italiano. Nel 2020 il valore venduto all'estero da parte dell'industria alimentare ha sfiorato i 40 miliardi di euro, con un incremento di 744 milioni rispetto al 2019 (+1,9%, tab. 5).

Nel lungo periodo il rafforzamento del settore sui mercati mondiali si è tradotto in un +60,3% del valore dell'export rispetto al 2011, pari a un incremento in termini assoluti vicino ai 15 miliardi.

La bilancia commerciale del settore alimentare è, di conseguenza, positiva sia per il 2019 (+7,8 miliardi), sia per il 2020 (+10,6 miliardi): in questo caso all'incremento del saldo ha contribuito in maniera rilevante la riduzione della domanda interna verso prodotti esteri (2 miliardi di euro in meno).

Tab. 1 - Valore aggiunto nel settore agroindustria, 2010-2020 (v.a. in milioni di euro correnti, val.% e var.% reale)

Anni	v.a. in mld €	% sul totale manifatturiero	var.% reale annua
2010	25,5	11,1	8,6
2019	30,6	11,5	4,0
2020	31,2	12,7	-1,8
2010-2020 (media)	27,2	1,6	10,9
2019-2020 (media)	31,0	1,2	-1,8

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Contabilità nazionale

Tab. 2 - Occupazione nel settore agroindustria, 2010-2020 (v.a. in migliaia, val.%, var.% e diff. assoluta)

Anni	Occupati totali		Occupati dipendenti		
	v.a. in mgl	% sul totale manifatturiero	v.a. in mgl	% sul totale occupati del settore	% sul totale manifatturiero
2010	443	10,6	360	81,1	10,0
2019	477	12,1	402	84,4	11,6
2020	474	12,1	403	85,0	11,6
	<i>var.%</i>	<i>diff.</i>	<i>var.%</i>	<i>diff.</i>	<i>diff.</i>
2010-2020	6,9	1,4	12,0	3,9	1,7
2019-2020	-0,6	0,0	0,0	0,6	0,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Contabilità nazionale

Tab. 3 – Le imprese del settore agroindustria per classe di addetti, 2018 (v.a. in migliaia, val.%)

Classe di addetti	v.a.	%
0-9	46.573	85,1
10-49	7.058	12,9
50-249	943	1,7
250 e più	131	0,2
Totale	54.705	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 4 - Indice della produzione industriale dell'agroindustria. 2020-gen 2021 (numeri indice, base 2015=100)

Settore	2020												2021
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	105,5	107,8	107,4	93,4	98,2	104,4	118,2	103,7	125,3	122,9	117,2	93,1	95,2
Industrie alimentari	104,1	106,8	106,2	92,7	95,6	99,6	110,4	102,8	122,6	120,7	111,7	92,5	94,7
Industria delle bevande	104,6	104,7	108,4	89,1	101,3	119,5	150,6	101,6	131	123,3	135,1	88,9	88,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Contabilità nazionale

Tab. 5 - La bilancia commerciale dell'industria alimentare. 2011-2019-2020 (v.a. e var. ass. in mln di euro, var.%)

	2011	2019	2020	Var. ass. 2020/2019	Var. ass. 2020/2011	Var. % 2020/2019	Var. % 2020/2011
Export	24.419	38.399	39.143	744	14.724	1,9	60,3
Import	27.497	30.602	28.573	-2.029	1.076	-6,6	3,9
Saldo	3.078	7.797	10.570	2.773	13.648		

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Ismea

3. Lo shock generale da domanda e la spesa alimentare

Restrizioni alle attività, limitazioni alla mobilità e la diffusione della paura del contagio hanno creato un clima generale che si è inevitabilmente scaricato sui comportamenti di consumo e sulla funzione del risparmio.

Se il prodotto interno lordo è caduto di 8,9 punti percentuali nel 2020, un contributo sostanziale è giunto dalla caduta generale della domanda e, nello specifico, dalla riduzione della spesa delle famiglie per diverse tipologie di prodotti (tab. 6).

Un quadro sintetico dell'anno più buio dai tempi del Dopoguerra mette in evidenza per l'intera economia italiana e rispetto al 2019 (dati Istat 2021, valori concatenati, anno di riferimento: 2005):

- la perdita di 153 miliardi di euro per il prodotto interno lordo e di 133 miliardi di valore aggiunto;
- 106 miliardi in meno di spesa per consumi finali nazionali, risultato di una riduzione della spesa per consumi finali delle famiglie residenti (sul territorio e all'estero) pari a 111 miliardi e di un incremento di spesa dal lato pubblico di 5 miliardi; intorno ai 27 miliardi la riduzione degli investimenti fissi lordi;
- 49 miliardi in meno per il reddito interno da lavoro dipendente e 58 miliardi in meno per il risultato lordo di gestione delle imprese;
- una riduzione di 63 miliardi dal lato delle importazioni e 75 miliardi in meno dal lato delle esportazioni.

Lo shock sulla domanda aggregata (redditi, consumi, investimenti, domanda estera) ha avuto un immediato riflesso sui comportamenti cautelativi delle famiglie e sui volumi di risparmio. La percezione diffusa di una caduta del potere d'acquisto ha portato la propensione al risparmio delle famiglie al 13,3% nel primo trimestre 2020 (quota accantonata sul reddito disponibile lordo). Era l'8,2% nell'ultimo trimestre 2019, sale al 20,1% nel secondo trimestre 2020 per poi riportarsi al 15,2% a fine anno.

Se si scende nel dettaglio delle tipologie di spesa per consumi da parte delle famiglie, si scopre una caduta nella voce "trasporti" di 33 miliardi di euro, nel 2020 rispetto al 2019, pari al 24,7% (tab. 7).

Più ampia la riduzione della spesa nell'ambito della voce "alberghi e ristoranti": -43,7 miliardi in termini assoluti, 40,5 punti percentuali di riduzione, mentre nell'ambito "ricreazione e cultura" il calo è del 22,5% (-16 miliardi) e in quello "vestiario e calzature" del 20,9% (-13 miliardi).

Le sole voci positive riguardano le spese legate all'abitazione e alle utenze (+0,6%), le comunicazioni (+2,3%) e alimentari, bevande e tabacchi (+0,3%, con un incremento che in termini assoluti vale 600 milioni di euro).

Più rilevante è invece l'incremento relativo alla sottocategoria degli alimentari e bevande non alcoliche: in questo caso, nell'anno del Covid i consumi sono cresciuti di circa tre miliardi di euro, con un aumento dell'1,9% (tab. 8).

Anche sul piano della spesa media mensile è evidente la diversa dinamica fra valori generali e valori specifici che riguardano l'alimentare: 232 euro in meno nel primo caso, con una variazione negativa dell'9,1% e 4 euro in più nel secondo caso, con un incremento contenuto, ma comunque positivo (0,8%).

Tab. 6 - Pil e domanda aggregata. Confronto 2019-2020 (v.a. e var. ass. in mld di euro, var.%)

Indicatori	2019	2020	Var. ass. in mld €	var.%
Prodotto interno lordo	1.725,7	1.572,6	-153,1	-8,9
Valore aggiunto	1.550,7	1.417,6	-133,1	-8,6
Spesa per consumi finali nazionali	1.362,7	1.256,4	-106,3	-7,8
Spesa per consumi finali sul territorio economico e all'estero delle famiglie residenti	1.037,3	926,2	-111,1	-10,7
Spesa per consumi finali delle amministrazioni pubbliche	316,0	321,0	5,0	1,6
Investimenti fissi lordi	313,8	285,3	-28,5	-9,1
Importazioni di beni e servizi	500,8	437,7	-63,1	-12,6
Esportazioni di beni e servizi	548,4	473,0	-75,4	-13,7

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Contabilità nazionale

Tab. 7 - Il crollo dei consumi delle famiglie italiane. Confronto 2019-2020 (v.a. e var. ass. in mld di euro, var.%)

Tipologia di spesa	2019	2020	Var. ass. in mld €	Var.%
Alimentari, bevande, tabacco	192,0	192,6	0,6	0,3
Vestiaro e calzature	63,1	49,9	-13,2	-20,9
Abitazione e utenze	240,4	241,8	1,4	0,6
Mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	66,4	61,8	-4,6	-6,9
Sanità	37,1	34,8	-2,3	-6,2
Trasporti	133,6	100,7	-32,9	-24,7
Comunicazioni	27,6	28,2	0,6	2,3
Ricreazione e cultura	72,4	56,1	-16,3	-22,5
Istruzione	10,6	9,7	-0,9	-8,9
Alberghi e ristoranti	107,7	64,0	-43,7	-40,5
Beni e servizi vari	108,1	97,3	-10,8	-10,0
Totale consumi delle famiglie	1.059,1	935,5	-123,6	-11,7

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Contabilità nazionale

Tab. 8 - La tenuta della spesa alimentare nell'anno del Covid. Confronto 2019-2020 (v.a. e diff. ass., var.%)

	2019	2020	Diff. Ass.	Var. %
Totale consumi alimentari, bevande, tabacco (mld €)	192,0	192,6	0,6	0,3
<i>Di cui: Alimentari e bevande non alcoliche (mld €)</i>	149,3	152,2	2,9	1,9
Totale consumi delle famiglie (mld €)	1.059,1	935,5	-123,6	-11,7
Spesa media mensile delle famiglie (€)	2.560	2.328	232	-9,1
<i>Di cui: Spesa media mensile per alimentari e bevande non alcoliche (€)</i>	464	468	4	0,8

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Contabilità nazionale

4. Il momento propizio? Le leve per consolidare la leadership

I prossimi anni daranno conto dell'entità del "rimbalzo", dopo la crisi della pandemia, e della capacità delle economie di ripristinare le condizioni produttive squassate dall'impatto imposto da una discontinuità unica come quella del 2020.

Rimbalzo e ritorno alla normalità avranno modalità e caratteristiche diverse a seconda della velocità con cui sono state affrontate le limitazioni nella produzione e negli scambi.

Le previsioni più accreditate per il Pil mondiale indicano un recupero del 5,9% nel 2021 e un altro incremento del 4,1% nel 2022 (tab. 9). Gli scambi mondiali avranno modo di crescere nell'ordine degli otto punti durante quest'anno e segnare un +5,7% nel 2022.

Per l'Italia ci si attende una crescita nel 2021 pari al 4,7% rispetto al Pil del 2020, mentre per l'anno prossimo le previsioni indicano un +4,2%. L'effetto del rimbalzo si trasmette dalla domanda interna (con aumenti superiori al 5%) e dagli investimenti (che recuperano oltre dodici punti nel 2021 e nove nel 2022). L'export complessivo, nell'anno in corso, potrebbe in parte compensare la caduta del 2020 (+10,5%, contro il -14,5% del 2020) e proseguire nella crescita nel 2022 con un +8,5%. Rilevante è anche il rimbalzo sul fatturato complessivo delle imprese italiane, che consente di recuperare il 6% dopo la caduta dell'11,3% dell'anno passato.

La vocazione manifatturiera dell'Italia può, inoltre, contare sul forte recupero della domanda mondiale nel 2021. Partendo da un valore complessivo delle importazioni mondiali di manufatti superiore ai 13mila miliardi di euro nel 2019, l'andamento della domanda mondiale nel corso del biennio 2020-2021 registra un calo dell'11,1% nel primo anno e una crescita del 7,6% nel 2021 (tab. 10).

La componente "alimentare" delle importazioni mondiali di beni manufatti, che rappresenta il 6,8% sul totale e ha un valore di poco superiore ai 900 miliardi di euro, crescerà nel 2021 di qualche decimo di punto in più rispetto al totale.

Di questo scenario positivo potranno beneficiare le imprese italiane più orientate all'export e, in particolare quelle presenti nei settori di punta come i metalli, dove a livello mondiale ci si attende una crescita della domanda superiore ai quattordici punti cumulati nel biennio 2021-2022, l'alimentare (+14,2%), i mezzi di trasporto (+13,9%), i macchinari (+13,2%), il tessile (+11,%) e, ovviamente, il chimico-farmaceutico, data la decisa direzione che la pandemia ha impresso nei consumi mondiali di materiale sanitario e di contrasto alla diffusione delle malattie virali (+11,8%, tab. 11).

Sono tre, inoltre, i settori produttivi che hanno già superato la fase del Covid e che possono vantare, entro il prossimo anno, un risultato positivo in termini di fatturato se confrontato con il 2019.

Il chimico-farmaceutico, pur registrando nel corso del 2020 una riduzione del fatturato pari all'1,2%, segna un recupero del 4,5% quest'anno e attende un altro incremento nel 2022, tanto da cumulare una variazione positiva rispetto alla fase Pre-Covid del 7,4% (tab. 12). A seguire, il settore delle Costruzioni potrà realizzare un +2,0% a fine 2022 rispetto a tre anni prima, mentre l'Alimentare, terzo dei settori più veloci nel recupero pre-pandemia, crescerà a fine biennio dello 0,8%.

Più debole l'entità del rimbalzo per settori come l'Energia o i Servizi produttivi: le imprese di questi comparti hanno subito una riduzione a due cifre del fatturato nel 2020 e il recupero previsto nel biennio 2021-2022 non sarà sufficiente al colmare il gap accumulato durante il Covid. Stesso discorso, ma con cifre tendenzialmente più contenute, per quanto riguarda i settori delle Telecomunicazioni e media, e dei Beni a largo consumo. Se si prende in esame l'intero aggregato delle imprese italiane, a fine 2022 mancheranno ancora due punti percentuali per riallineare le performance economiche realizzate nel 2019.

Vista dalla prospettiva del fatturato delle imprese italiane, la fase del rimbalzo, dopo il crollo del 2020, può rappresentare comunque il momento favorevole per consolidare le proprie posizioni di mercato e per tracciare un nuovo percorso di opportunità anche attraverso una riconfigurazione dei propri asset, come le risorse umane.

La relativa stabilità di cui ha goduto il settore Alimentare in questi mesi critici – in termini di produzione, di occupazione, di presidio dei mercati esteri – trova riscontro anche nelle previsioni sul 2025 del fabbisogno occupazionale, inteso come sommatoria del rimpiazzo di addetti in uscita dalle imprese e come domanda di lavoro aggiuntiva.

La dimensione dei fabbisogni occupazionali, negli anni 2021-2025, è valutata, secondo uno scenario "moderato", in 68mila 600 addetti, due terzi dei quali andranno a coprire le uscite dalle imprese e il restante terzo costituirà la parte "aggiuntiva" della domanda di lavoro espressa dalle imprese alimentari (tab. 13).

E' un dato questo che riflette la propensione all'espansione del settore, proprio quando buona parte dei comparti del manifatturiero italiano prevedono un fabbisogno destinato prevalentemente a rimpiazzare il turn over e, alla fine, a prefigurare una riduzione dell'occupazione.

Per l'industria alimentare, diventa molto rilevante anche la "transizione green", laddove la richiesta di processi produttivi e distributivi che siano compatibili con l'ambiente e con il contenimento delle ricadute negative della produzione rappresenta un chiaro fattore di orientamento della domanda e dei consumatori.

Per il settore, le competenze green costituiranno un elemento portante della domanda aggiuntiva e delle strategie di sostituzione del personale in uscita: il 30,9% del fabbisogno riguarderà il gruppo professionale degli operai specializzati e il 21,3% i conduttori di impianti. Un quinto circa si distribuirà fra dirigenti (3,6%), professioni specializzate (1,7%) e, soprattutto, professioni tecniche (14,4%).

Le opportunità di crescita che si stanno creando per l'industria alimentare, grazie anche ai nuovi bisogni della domanda di beni alimentari e all'alta reputazione che il prodotto italiano vanta a livello mondiale, trovano un supporto decisivo nell'intenzionalità del settore a rinnovare i fondamenti della propria offerta in maniera compatibile con i driver della transizione ecologica.

L'attenzione alle risorse umane e all'immissione di nuove competenze, veicolate dal coinvolgimento di professioni medio-alte e professioni tecniche, è una delle leve su cui poggiare per consolidare il proprio ruolo all'interno e all'estero e riuscire a occupare i nuovi spazi che la pandemia ha in ogni caso liberato.

E in questo contesto di transizione occorre prendere in considerazione anche gli indirizzi che si stanno adottando a livello europeo.

Nella recente Comunicazione della Commissione europea del maggio 2020 "Una strategia Dal produttore al consumatore per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente", l'industria alimentare è chiamata a svolgere un ruolo importante, soprattutto nel passaggio in cui la Commissione afferma che: "I trasformatori alimentari, gli operatori dei servizi di ristorazione e i dettaglianti definiscono il mercato e influenzano le scelte alimentari dei consumatori attraverso la tipologia e la composizione nutrizionale degli alimenti che producono, le loro scelte in materia di fornitori, i loro metodi di produzione e le loro pratiche di imballaggio, trasporto, merchandising e marketing.

In quanto principale importatore ed esportatore di alimenti a livello globale, l'industria alimentare e delle bevande dell'UE incide anche sull'impronta ambientale e sociale del commercio mondiale.

Il rafforzamento della sostenibilità dei nostri sistemi alimentari può contribuire a consolidare ulteriormente la reputazione delle imprese e dei prodotti, a creare valore per gli azionisti, a migliorare le condizioni di lavoro, ad attrarre lavoratori e investitori e a generare un vantaggio competitivo, un aumento della produttività e una riduzione dei costi per le imprese”.

Tab. 9 - Le previsioni macroeconomiche a livello mondiale e nazionale. 2021-2022 (var.%)

	2020	2021	2022
Indicatori	Var. % rispetto all'anno precedente		
PIL mondiale	-3,9	5,9	4,1
Commercio mondiale	-6,9	8,6	5,7
PIL Italia	-8,9	4,7	4,2
<i>Domanda interna</i>	-8,4	5,3	5,2
<i>Investimenti fissi lordi</i>	-9,2	12,2	9,3
<i>Esportazioni</i>	-14,5	10,5	8,5
<i>Importazioni</i>	-13,1	13,1	12,1
Fatturato delle imprese italiane	-11,3	6,0	4,1

Fonte: Prometeia, Rapporto di previsione, marzo 2021; Cerved Industry Forecast, marzo 2021

Tab. 10 - Importazioni mondiali nel manifatturiero e nel settore Alimentari e bevande. 2019-2021 (v.a., val.% e var.%)

		2019		Var.% sull'anno precedente		
Indicatore		v.a. in mld €	%	2019	2020	2021
Importazioni manufatti	mondiali di	13.242,5	100,0	2,7	-11,1	7,6
Importazioni Alimentari e bevande	mondiali di	902,3	6,8	2,8	-10,6	7,9

Fonte: ICE-Prometeia

Tab. 11 - I settori di punta dell'export italiano e le stime di crescita delle importazioni del mondo, 2021-2022 (var. % cumulate)

Settori export	Var.% biennio 2021-2022
Metalli di base e prodotti in metallo	14,4
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	14,2
Mezzi di trasporto	13,9
Macchinari e apparecchi	13,2
Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	11,9
Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici	11,8

Fonte: ICE-Prometeia

Tab. 12 - Le previsioni del fatturato delle imprese italiane per settore economico. 2021-2022 (var.%)

Settori	2020	2021	2022	Var. % rispetto alla fase Pre-Covid
	Var. % rispetto all'anno precedente			
Chimico-farmaceutico	-1,2	4,5	4,0	7,4
Costruzioni	-9,4	6,7	5,5	2,0
Alimentare	-1,2	0,8	1,2	0,8
Telecomunicazioni, media, tecnologia	-10,0	4,2	5,4	-1,2
Beni di largo consumo	-10,1	5,9	2,7	-2,3
Manifatturiero	-13,7	6,9	5,1	-3,1
Servizi alle imprese	-17,0	6,7	8,2	-4,1
Energia e Utilities	-14,6	8,2	3,2	-4,7
Totale fatturato imprese italiane	-11,3	6,0	4,1	-2,1

Fonte: Cerved Industry Forecast, Scenario base, marzo 2021

Tab. 13 - I fabbisogni occupazionali dell'agroindustria per gruppi professionali. Previsioni 2021-2025 (scenario "moderato"; v.a. in mgl e val.%)

Gruppi professionali	Fabbisogni occupazionali 2021-25	
	v.a. in mgl	%
Dirigenti	2,5	3,6
Professioni specializzate	1,2	1,7
Professioni tecniche	9,9	14,4
Professioni impiegatizie	6,5	9,5
Professioni commerciali e dei servizi	6,1	8,9
Operai specializzati e artigiani	21,2	30,9
Conduttori di impianti	14,6	21,3
Professioni non qualificate	6,6	9,6
Totale fabbisogni occupazionali	68,6	100,0
<i>di cui: Turn over</i>	45,4	66,2
<i>Domanda aggiuntiva</i>	23,2	33,8

Fonte: elaborazioni Censis su dati Sistema Informativo Excelsior

5. La convergenza fra nuovi orientamenti della domanda e l'evoluzione dell'agroindustria

Sebbene si parli spesso di "ritorno alla normalità", dopo quanto accaduto o sta accadendo in questi mesi, risulta difficile riutilizzare categorie, concetti e visioni che si erano consolidate prima del 2020. In molti campi è assai arduo "rimettere indietro" le lancette e riallineare i processi allora in corso. In molti casi si è prodotta un'accelerazione, impressa dalla situazione d'emergenza, su fenomeni e comportamenti già in essere, ma ancora poco diffusi.

E' il caso dei comportamenti di consumo e di alimentazione che hanno seguito una strada già tracciata, ma lungo la quale si è avviata una massa crescente di persone.

In maniera più macroscopica abbiamo assistito all'espansione del food delivery e della possibilità di far arrivare a casa pranzi, cene e ingredienti per realizzare a casa prodotti abitualmente acquistati nei diversi canali di distribuzione.

Anzi, proprio l'opzione del "fare in casa" si è posta come reazione all'impossibilità – o alle limitazioni – di pranzare o cenare fuori casa, diventando un mezzo per "fare insieme" e sconfiggere in questo modo le derive anche psicologiche dell'isolamento e della riduzione delle relazioni.

Un altro ambito che ha subito una forte accelerazione è dato dalla propensione – già presente prima del Covid – a considerare il cibo, l'alimentazione, la nutrizione all'interno di un contesto di "sostenibilità esterna" e secondo nuovi canoni di salubrità e di sicurezza. La sensibilità rispetto al rischio di contagio ha fortemente innalzato la soglia di attenzione su molti aspetti della vita quotidiana degli individui, della propria salute, del proprio benessere.

In una recente indagine Eurobarometro – centrata sui contenuti della strategia Farm to Fork, l'iniziativa dell'Unione Europea che mira a sviluppare un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente, attuata a maggio 2020 – sono stati analizzati i comportamenti, le opinioni e gli atteggiamenti delle persone nei confronti delle modalità di scelta e di acquisto di prodotti alimentari e delle motivazioni che orientano le scelte.

Fra i risultati più interessanti dell'indagine è possibile portare in evidenza che, per l'intero campione europeo:

- nel momento in cui si acquista del cibo, il fattore più importante che guida tale scelta è dato dal "gusto" con il 45% delle risposte, seguito dalla "sicurezza" (valutazione del rischio sulla salute, 42%) e dal costo (40%). Rilevanti in termini di risposte sono anche le motivazioni legate alla provenienza del prodotto (34%), i contenuti nutritivi (33%), l'integrità del prodotto (scadenze e condizioni di conservazione, 20%, tab. 14);
- nella definizione di "cibo sostenibile", i cittadini europei considerano principalmente l'aspetto nutritivo (41%), l'assenza di uso di pesticidi (32%), l'affidabilità del prodotto per tutti (29%), la presenza di filiere corte o locali nel processo produttivo e distributivo;
- nella concezione di una dieta salutare e sostenibile, emergono le opinioni che privilegiano una dieta varia e bilanciata (58%), quelle che sottolineano l'importanza della frutta e delle verdure (58%), quelle che rimarcano l'importanza di consumare cibi locali e di stagione (47%). Molte risposte si sono indirizzate sulla necessità di consumare cibo fatto in casa (43%), che non sia trattato con pesticidi (43%), che non sia soggetto a spreco (42%);
- nell'indicazione degli aspetti più importanti di una dieta sostenibile prevale quello della salute (74%), cui si aggiunge l'importanza del legame con l'economia locale (50%), il fatto che la produzione persegua una minimizzazione degli scarti (40%), l'attenzione al fatto che l'azienda che produce il cibo è un'azienda che paga salari equi, garantisce i diritti, la salute e la sicurezza dei lavoratori (39%).

Se calati nell'ambito del campione italiano dell'indagine, i risultati evidenziano:

- una maggiore attenzione degli italiani al tema della sicurezza alimentare al momento dell'acquisto (58%) e, in subordine, alla provenienza geografica del prodotto (40%), seguiti poi dal gusto e dal contenuto nutritivo (entrambi al 35%);

- un sostanziale allineamento ai risultati complessivi del campione per ciò che riguarda la definizione di "cibo sostenibile" (aspetti nutritivi, l'assenza di pesticidi, l'affidabilità del prodotto, sebbene con percentuali più alte);
- una maggiore propensione a considerare una dieta salutare e sostenibile quella che prevede il consumo di frutta e verdure (58%), e, a seguire, quella fondata sulla varietà e il bilanciamento delle tipologie di prodotto (44%) e quella più orientata al consumo di cibi locali e di stagione (44%);
- l'allineamento delle opinioni degli italiani con quelle dei concittadini europei per ciò che riguarda gli aspetti principali di una "dieta sostenibile": salute, supporto all'economia locale, riduzione degli scarti, comportamento equo e consapevole da parte dell'azione produttrice.

Alla modifica dei comportamenti e dei "valori" della popolazione nei confronti del cibo, delle ricadute dell'alimentazione e delle relazioni produttive e sociali che si sviluppano intorno all'atto dell'alimentazione si accompagna una spinta all'innovazione che coinvolge l'agricoltura e l'industria di trasformazione dei prodotti dell'agricoltura.

Le recenti derive tecnologiche che stanno riconfigurando i processi produttivi nell'industria e nei servizi, non trascurano l'agricoltura.

Il 4.0 ha modo di estendersi anche alle attività agricole, aumentando le potenzialità – e la produttività – che passano dalla diffusione di nuovi prodotti e dalla trasformazione di prodotti tradizionali.

L'offerta spinge la domanda, e viceversa. Alla richiesta di maggiore attenzione agli impatti dell'industria sull'ambiente, della distribuzione e del suo carico sulle reti e sui contesti urbani, al perseguimento di una via individuale alla salute, all'alimentazione e al benessere, le imprese rispondono ragionando sui processi di produzione e distribuzione, cercando e ottenendo nuove soluzioni alle questioni poste dalla domanda.

E' in atto una forte integrazione tra agricoltura, industria alimentare e ricerca avanzata nel campo biologico e nelle scienze dell'alimentazione che porta a prefigurare non solo una maggiore razionalizzazione delle "esternalità" della produzione, ma anche la possibilità di prevedere e anticipare situazioni improvvise di scarsità di cibo o di ridurre le aree esposte a processi di impoverimento delle risorse agricole.

Da questo punto di vista, le opportunità dalla crisi sanitaria trovano spazio nell'ambito dell'alimentazione proprio perché, mai come in quest'anno, si è visto che dall'alimentazione possono provenire risposte alternative e complementari al bisogno di salute, un bisogno prevedibilmente in espansione - soprattutto in termini qualitativi - anche una volta risolto il problema della pandemia.

Tab. 14 - Gli aspetti più importanti al momento dell'acquisto di cibi, secondo gli europei e gli italiani. 2020 (val.%)

<i>Quando acquista del cibo, quale aspetto ritiene più importante?</i>	UE 27	Italia
	%	
Gusto	45	35
Sicurezza (se ci sono rischi nel mangiare il prodotto)	42	58
Costo	40	31
Origine geografica del prodotto	34	40
Contenuto nutritivo (presenza di vitamine, fibre, proteine, zuccheri o grassi)	33	35
Indicazioni su durata e conservazione del prodotto	20	20
Se risponde ai miei valori etici e alle mie convinzioni	16	19
Processi minimi di lavorazione	16	10
Impatto sul clima e l'ambiente	15	15
Convenienza (facilità nell'uso e nella preparazione)	9	12

Possibili più risposte

Fonte: Eurobarometro