

L'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA: LA TRASFORMAZIONE CHE PUNTA SULLA QUALITÀ

Manuela Marianera *

Il settore alimentare italiano negli ultimi anni è cresciuto in termini di fatturato, di margini e di esportazioni più della media del settore manifatturiero. La quota in valore delle esportazioni è cresciuta nel 2005 per il 4° anno consecutivo, si è inoltre osservato un aumento generalizzato dei valori medi unitari delle esportazioni di prodotti alimentari derivante da una crescita dei valori a fronte di una sostanziale stabilizzazione delle quantità esportate. L'aumento dei valori medi unitari, se confrontato con i nostri principali concorrenti risulta superiore.

Analizzando i principali comparti del settore alimentare si nota come l'aumento più rilevante dei valori medi unitari abbia interessato gli oli vegetali e i vini per i quali si osserva una crescita cumulata dal 1998 al 2005 superiore al 40%. Ci si chiede dunque se tale fenomeno sia stato causato da una perdita di competitività delle nostre imprese che hanno riversato i maggiori costi sostenuti sui prezzi oppure da un miglioramento qualitativo dei prodotti esportati che ha permesso di aumentare i prezzi.

Al fine di indagare sulle cause dell'aumento dei valori medi unitari è stato costruito un indice che permette di scomporre tale crescita per isolare un eventuale upgrading qualitativo dei beni esportati nei diversi comparti. Dall'analisi risulta che sia nel caso degli oli vegetali che dei vini c'è stato soprattutto un riposizionamento verso produzioni a più elevati valori medi unitari. Questo processo deriva da una reazione delle nostre imprese alla concorrenza dei nuovi esportatori che risultano essere più competitivi sui prodotti a minore contenuto qualitativo.

Inoltre, nel caso specifico dei vini e degli oli, negli ultimi anni non solo è cresciuto il valore delle esportazioni ma anche le quantità esportate, a prova del fatto che oltre ad esserci stato un riposizionamento, la domanda di prodotti italiani nei principali mercati di sbocco è cresciuta, anche in misura maggiore della domanda mondiale.

Tuttavia, la propensione all'export del settore alimentare e anche dei comparti considerati rimane esigua, principalmente a causa della ridotta dimensione delle imprese, dunque i margini di miglioramento sui mercati esteri restano ampi. In entrambi i comparti la domanda interna è stabile e pertanto le spinte per la crescita non possono che derivare dai mercati esteri, di particolare interesse sono i paesi emergenti che iniziano ad avere livelli di reddito adeguati per mostrare attenzione ai prodotti italiani.

* Ufficio Studi Imprese e Territorio - Intesa Sanpaolo