



RAPPORTO SULLA COMPETITIVITÀ DELL'AGROALIMENTARE NEL MEZZOGIORNO



EXECUTIVE SUMMARY

Le tendenze dell'agroalimentare del Mezzogiorno

Un recente studio sulle differenze territoriali in Italia nel lungo periodo ha messo in luce che storicamente il Mezzogiorno ha presentato performance migliori, convergendo verso le altre aree, nei periodi in cui l'Italia è cresciuta più rapidamente, mentre ha fatto peggio nei periodi di crisi economica. La spiegazione non viene rintracciata tanto in fattori di tipo geografico (lontananza dai centri economici del Paese) o logistico (mancanza di collegamenti), quanto piuttosto in un problema di occupazione, di inadeguatezza delle Istituzioni e di più basso livello di capitale umano che hanno relegato le regioni del Mezzogiorno al ruolo di "empori di consumo" più che a "centri di produzione" (Felice, 2018).

La crisi economico-finanziaria che si è protratta dal 2008-2009 almeno fino al 2015, con la sua pesante eredità su tutto il territorio nazionale, sembra confermare le conclusioni dello studio appena citato e l'analisi dei suoi effetti propone ulteriori elementi di riflessione, con particolare riferimento al settore agroalimentare.

Nell'ultimo decennio, infatti, gli squilibri territoriali interni al Paese si sono accentuati, con le maggiori difficoltà incontrate dal Mezzogiorno, arrivato alla crisi già più debole del resto del Paese e colpito più pesantemente anche e soprattutto dalla seconda ondata di crisi del biennio 2013-2014. La riduzione della spesa per consumi, la caduta dell'occupazione, il crollo degli investimenti e il ritardo nel cogliere le opportunità dei mercati esteri sono quattro

fenomeni che rappresentano bene i maggiori effetti negativi che la crisi ha avuto nel Mezzogiorno rispetto al resto del Paese.

Nel frattempo, tuttavia, qualcosa è accaduto su alcune variabili esterne al Mezzogiorno, in particolare su quelle che determinano le caratteristiche e l'andamento dei consumi, sia nazionali sia, soprattutto, internazionali. Per quanto riguarda questi ultimi, con la crescita del reddito disponibile, lo svilupparsi delle potenzialità informative del web, l'ampliarsi dei flussi turistici, sempre più vaste categorie di consumatori hanno modificato l'approccio al cibo, parallelamente all'evolversi delle aspettative culturali e degli stili di vita. Questi mutamenti hanno alimentato una crescita senza precedenti della domanda di *made in Italy* e, in particolare, di prodotti del *made in Italy* agroalimentare, traducendosi in una grande opportunità. Rispetto al contesto internazionale del decennio precedente, è emersa una ritrovata coerenza del modello di specializzazione agroalimentare italiano con le tendenze della domanda mondiale e con alcune positive novità dal lato dell'offerta, in termini di maggiore capacità competitiva: da un lato, la domanda estera ha trainato crescenti esportazioni di prodotti della nostra tradizionale specializzazione, quali frutta, derivati dei cereali, derivati del cacao, preparazioni a base di ortaggi e frutta, bevande; dall'altro, si è assistito a un significativo miglio-



mento della competitività di alcuni prodotti di punta delle esportazioni italiane del *food & beverage* (spumanti e vini in bottiglia *in primis*). In altre parole, l'aumento delle esportazioni e il miglioramento della capacità di penetrazione sui mercati esteri dell'agroalimentare italiano, misurato dalla quota dell'Italia sulle esportazioni mondiali di prodotti agroalimentari, si spiega sia con un "effetto struttura" associato alla favorevole specializzazione merceologica delle nostre esportazioni, ben orientata rispetto alla dinamica della domanda mondiale, sia a un "effetto crescita", spiegato dalla capacità di alcuni importanti comparti del nostro *made in Italy* agroalimentare di aumentare le proprie esportazioni a tassi superiori alla media mondiale.

Qualcosa è cambiato anche sul mercato agroalimentare interno dove, nell'ambito di un graduale processo di modernizzazione e polarizzazione dei consumi, è prepotentemente cresciuta una fascia di consumatori evoluti e consapevoli, con una scala valoriale tendente a premiare non solo la qualità, ma anche e soprattutto la distintività dei generi alimentari, in termini di origine della materia prima, tipicità, tecniche produttive utilizzate e spinta territorialità. È chiaro che questi mutamenti socio-economici hanno aperto opportunità importanti per le imprese che le hanno capite e correttamente interpretate ed è altrettanto chiaro come questo modello di consumo possa aprire grandi vantaggi per il Mezzogiorno, per il ruolo centrale che il settore agroalimentare riveste nell'economia e nella società di quest'area del Paese e per il forte legame che le regioni del Mezzogiorno hanno – anche attraverso il settore turistico – con le produzioni, le

tradizioni e la cultura enogastronomiche.

I quasi dieci anni di crisi che hanno colpito l'economia italiana hanno insegnato che, pur non indenne dai problemi che hanno investito tutte le attività economiche, l'agroalimentare si è distinto per la sua resilienza, in termini di capacità di resistenza e di risposta alla crisi stessa, con un'industria alimentare più dinamica del complesso dell'economia, che anche nel 2018 ha messo a segno una crescita reale del valore aggiunto del 2,7%. Nello specifico del Mezzogiorno, i dati più recenti evidenziano un andamento positivo a valori costanti che si rafforza ulteriormente a valori correnti (+5,9% nel 2015 e +7,8% nel 2016).

L'ANALISI MACROECONOMICA DELL'AGROALIMENTARE DEL MEZZOGIORNO

Il settore primario – intendendo con esso l'agricoltura in senso stretto – ha invece dovuto fare i conti, oltre che con un contesto strutturale sfavorevole, soprattutto con anomalie meteo-climatiche che hanno caratterizzato l'ultimo triennio (2016-2018) riducendo le produzioni di alcuni comparti come olio e agrumi che hanno una particolare rilevanza nel Mezzogiorno. In taluni casi, tuttavia, la valutazione a prezzi correnti ha fortemente attenuato l'impatto negativo della minore produzione riportando il valore aggiunto agricolo ampiamente in territorio positivo (+10,4% nel 2015, -8,3% nel 2016 e +5,9% nel 2017).

Le conseguenze delle avverse condizioni meteorologiche sulla produzione agricola del Mezzogiorno e



la scarsa disponibilità di alcuni prodotti caratteristici di quest'area hanno rappresentato un freno per le esportazioni, andandosi a sommare alle più generali tendenze negative dello scenario internazionale. Sta di fatto che le esportazioni di prodotti agroalimentari del Mezzogiorno, pur facendo registrare tassi di variazione positivi e nell'intero decennio in linea con quelli del Centro-Nord, hanno per esempio subito l'assenza di olio d'oliva conseguente al succedersi di pessime annate produttive, così come la bassa qualità che, nel 2018, ha caratterizzato l'uva da tavola. L'influenza di questi elementi di variabilità è tanto più significativa quanto più rilevante è la componente agricola delle esportazioni agroalimentari delle regioni del Sud.

In ogni caso, il sistema agroalimentare meridionale è ancora fortemente orientato al mercato nazionale. Il Mezzogiorno, infatti, contribuisce alle esportazioni agroalimentari nazionali con un valore di 7,1 miliardi e una quota pari al 17,4% nel 2017, ossia in misura ridotta, rispetto al potenziale derivante dalla sua base produttiva. Un elemento confermato dalla bassa incidenza delle esportazioni sul valore aggiunto, che per il settore agroalimentare del Mezzogiorno è nettamente inferiore alla media nazionale: 37% rispetto al 64%, sebbene in misura analoga a quanto avviene per il complesso dell'economia, dove peraltro la propensione a esportare è più bassa per la presenza di settori *non tradables*, quali la pubblica amministrazione e ampia parte del terziario (13% nel Mezzogiorno vs 29% in Italia). Tuttavia, i dati mostrano che per le imprese esportatrici del Mezzogiorno è stato possibile cogliere le opportunità derivanti delle nuove tendenze della

domanda mondiale favorevoli al *made in Italy*, realizzando un successo competitivo che si è tradotto nell'aumento della quota di mercato dei prodotti agroalimentari esportati dalle regioni meridionali sulle esportazioni mondiali negli ultimi cinque anni, così come avvenuto a livello nazionale.

In sintesi, nel corso del periodo successivo alla crisi, l'agroalimentare del Mezzogiorno, così come l'economia in generale, è andato peggio che nel resto d'Italia ma comunque meglio del resto dell'economia dell'area. Ciò che appare comunque importante è che, nella fase di maggiore difficoltà, il settore non è stato esente dal processo di riorganizzazione che ha interessato l'agroalimentare nazionale e che ha consentito, negli anni più recenti, di cogliere il trend positivo dei consumi nazionali e internazionali per il *made in Italy* agroalimentare.

L'analisi degli stock di imprese evidenzia, per il settore agricolo del Mezzogiorno, una maggiore tenuta rispetto al Centro-Nord, fisiologicamente soggetto a un calo strutturale del numero di imprese per la fuoriuscita delle aziende meno competitive e per la senilizzazione del comparto. Inoltre, la crescita del numero di imprese nell'industria alimentare negli ultimi quattro anni è sempre stata maggiore per il Mezzogiorno che nel Centro-Nord.

Questi andamenti possono essere interpretati come conseguenza della mancanza di alternative occupazionali e della caratteristica anticiclica del settore, ma la lettura congiunta dei dati autorizza a pensare che negli ultimi anni l'attrattività dell'agroalimentare sia effettivamente aumentata e che ciò sia dovuto soprattutto alle interessanti prospettive



che si aprono per le imprese meridionali in grado di allargare l'orizzonte di mercato al di là della domanda locale (che resta piuttosto asfittica) verso quella nazionale e internazionale.

D'altra parte, il comparto agroalimentare è centrale nell'economia e nella società del Mezzogiorno, se si pensa che il contributo dell'area al valore aggiunto del settore (18,5 miliardi di euro) rappresenta il 31% del totale nazionale, mentre il Mezzogiorno contribuisce alla ricchezza complessiva nazionale per appena il 20%. In particolare, è la fase agricola meridionale a essere particolarmente importante, con un valore aggiunto che, nel 2017, è arrivato a oltre 13 miliardi, cioè il 40% di quello italiano, mentre l'industria alimentare, delle bevande e del tabacco con 6 miliardi genera circa il 22% del valore aggiunto totale nazionale. Tali risultati sono generati da un tessuto produttivo costituito da oltre 340 mila imprese del settore agricolo – quasi la metà del totale nazionale (45%) secondo i dati del Registro delle imprese – mentre altre 34 mila sono le imprese che operano nella trasformazione alimentare e nella produzione di bevande (escluso il tabacco): anche in questo caso, quindi, quasi la metà delle imprese dell'industria alimentare italiana è localizzata nelle regioni del Mezzogiorno, che invece ospita solo un terzo del complesso delle imprese che operano nell'intera economia nazionale.

In definitiva, l'analisi dei dati macroeconomici mette in luce una serie di elementi in base ai quali il settore agroalimentare del Mezzogiorno si può sinteticamente definire:

- più «agricolo» rispetto a quello del Centro Nord;
- più debole e frammentato in termini strutturali, sia nella componente strettamente agricola che in quella dell'industria di trasformazione;
- molto senilizzato, ma con una dinamica positiva recente dei capi azienda under 40 in agricoltura;
- caratterizzato da un export in forte crescita, in cui la componente agricola è più rilevante che nel Centro-Nord.

L'ANALISI DELLE PERFORMANCE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI

L'analisi di un campione costituito da 1.526 medie e grandi imprese di trasformazione alimentare, con un fatturato maggiore di 10 milioni di euro, ha consentito di approfondire ulteriormente le peculiarità del settore.

I ricavi delle vendite delle imprese considerate, a livello nazionale, sono stati pari a 79,9 miliardi di euro, incidendo per circa il 58% sul fatturato totale dell'industria alimentare, pari a 137 miliardi di euro. Il campione estratto, pur numericamente ridotto (si tratta dell'8,6% delle imprese attive operanti nel settore alimentare e delle bevande incluse nel database AIDA), rappresenta una quota consistente del settore in termini di fatturato e racchiude tutte le principali realtà produttive dell'agroalimentare italiano.

L'analisi condotta sui bilanci delle imprese industriali medio-grandi conferma la realtà di un Mezzogiorno più debole sotto il profilo strutturale, ma



con segnali positivi e sprazzi di potenzialità inespressa.

Le imprese meridionali spiegano solo il 23% del fatturato del campione considerato e sono mediamente più piccole, con l'85% di esse che ha un fatturato inferiore a 50 milioni di euro (75% nel Centro Nord) e il 41% che impiega un numero di dipendenti nella classe 50-250 (36% nel Centro-Nord).

Circa il 60% delle imprese è concentrato in tre comparti: *Conserve vegetali* (30%), *Latte e formaggi* (16%), *Pasta, riso e farine* (12%). Tra il 2015 e il 2017 il fatturato delle imprese meridionali presenti nel campione è passato nel complesso da 31,6 a 33,5 milioni di euro, una crescita del 5,4%, a fronte di un aumento del 4,4% rilevato per le imprese centro-settentrionali (passate da 55,5, a 57,9 milioni di euro).

A determinare la migliore performance delle imprese meridionali hanno contribuito sia una componente strutturale che una componente territoriale in senso stretto. Infatti, alla dinamica tendenziale registrata a livello nazionale per il settore nel suo complesso, nel Mezzogiorno si aggiunge un effetto positivo legato alla specifica composizione settoriale del campione e soprattutto all'alto peso del comparto delle *Conserve vegetali* che a livello nazionale ha fatto registrare nel triennio un aumento del fatturato di poco meno del 9%. In secondo luogo, nell'ambito di alcune filiere, le imprese meridionali hanno mostrato un andamento migliore rispetto alle imprese del Centro-Nord. È questo, ad esempio, il caso di *Caffè, cioccolato, confetteria* (+13,9%, a fronte di -14,1% delle imprese del Centro-Nord), *Gastronomia e Piatti Pronti* (+11,3%, a

fronte di +6,4%), *Olio* (+21,4%, a fronte di -3,2%) e *Prodotti da forno* (+18,2%, a fronte di +5,3%).

Le differenti performance tra le due aree del Paese sono riconducibili anche alle caratteristiche strutturali e alla dinamica differenziata delle diverse tipologie d'impresa. Per quanto riguarda la dimensione, nel Mezzogiorno rispetto al Centro-Nord si rileva una maggiore incidenza di imprese medie che sono quelle che, a livello complessivo, hanno fatto registrare crescite ben superiori alla media del campione.

Infine, un ulteriore aspetto rispetto al quale può essere valutato il differenziale di performance del Mezzogiorno riguarda l'età media delle imprese. Il campione di imprese meridionali è relativamente "più giovane" rispetto a quello del Centro-Nord. In particolare, la componente di imprese che sono sul mercato da almeno una generazione rappresenta oltre i due terzi delle imprese centro-settentrionali e il 55% nel Mezzogiorno. In quest'ultima area, invece, vi è un'incidenza più elevata di imprese che hanno tra 16 e 25 anni, che rappresentano circa il 23% del totale, a fronte del 15% presente nel Centro-Nord e che, anche in questo caso, hanno fatto registrare risultati mediamente migliori di quelle sono da più tempo sul mercato.

Gli indicatori di redditività sono correlati positivamente con la produttività del lavoro, calcolata in termini di valore aggiunto pro-capite. Nel 2017, il valore aggiunto per occupato è stato pari a 97 mila euro con differenze statisticamente significative tra filiere e tra circoscrizioni. In particolare, si registra un valore più elevato nel Centro-Nord (101 mila



euro) rispetto al Mezzogiorno (84 mila euro). Oltre che da più bassa produttività del lavoro, le imprese meridionali sono caratterizzate da minori immobilizzazioni. In media, le immobilizzazioni totali sono pari a 26 milioni di euro nel Centro-Nord e a meno di 12 milioni di euro nel Mezzogiorno. Inoltre, l'86% delle immobilizzazioni è di natura tecnica nel Mezzogiorno, a fronte dell'80% del Centro-Nord, dove invece risultano più elevate le immobilizzazioni immateriali (8% contro il 5,7%) e finanziarie (11,7% contro il 7,5%). La debolezza strutturale sul fronte delle immobilizzazioni – in particolare quelle immateriali, che più veicolano il progresso tecnico – evidenzia, in prospettiva, una carenza importante sul terreno della capacità d'innovazione, aggravata dalla forte dipendenza delle imprese da fonti esterne di finanziamento (una grandezza che, peraltro, non si differenzia molto a livello territoriale, con un Indice d'Indipendenza Finanziaria pari al 33% nel Centro-Nord e al 30% nel Mezzogiorno). Il combinato disposto di questi due elementi fa pensare a una difficoltà strutturale ad attivare processi di investimento finalizzati all'innovazione, dei quali, invece, molte delle imprese agroalimentari avrebbero bisogno per garantire una prospettiva di competitività sui mercati nel futuro.

Qualche ulteriore spunto deriva dall'indagine di campo realizzata, che mostra una realtà consolidata di imprese che lavorano e intendono lavorare sulla

qualità del prodotto, che hanno nella relazione con il territorio un elemento di forza, che sono spesso in grado di competere sui mercati internazionali.

Due sono i principali punti deboli emersi. Il primo è interno alle imprese e riguarda il marchio e l'immagine aziendale che non vengono sufficientemente valorizzati (forse anche per le scelte di mercato fatte in passato), ma in prospettiva su questo aspetto le imprese si preparano a lavorare, prevedendo anche iniziative di sostenibilità ambientale e sociale dei processi e dei prodotti. Il secondo è, invece, esterno alle strategie aziendali e riguarda piuttosto il contesto in cui le imprese operano, in particolare le infrastrutture e il funzionamento delle Istituzioni che possono limitare il potenziale competitivo del sistema produttivo meridionale.

In conclusione, se quest'ultimo aspetto conferma, anche nella percezione delle imprese più strutturate, la zavorra rappresentata da un contesto istituzionale ed economico-sociale non favorevole, negli anni più recenti dall'intero studio emergono segnali di dinamismo nell'imprenditoria del settore agroalimentare che fanno sperare in una maggiore affermazione del ruolo del Mezzogiorno, non più soltanto come luogo di consumo ma come centro di produzione agricola e alimentare, in grado di estendere con successo il suo raggio d'azione al di fuori del mercato locale, in ambito nazionale e anche internazionale.

