







Gli impatti del covid-19 sulla filiera agroalimentare italiana

DENIS PANTINI

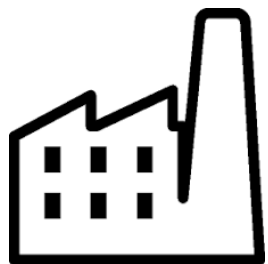
Responsabile Agroalimentare Nomisma spa

19 giugno 2020

-  La valenza strategica della filiera agroalimentare italiana e il ruolo della ristorazione
-  Covid-19 e lockdown: gli effetti su consumi, export e produzione alimentare
-  Il punto di vista delle imprese alimentari italiane e le prospettive del dopo coronavirus: i risultati della survey Nomisma per il post lockdown
-  Scenari evolutivi per i consumi alimentari e criticità nel percorso di recupero della ristorazione italiana

LA FILIERA AGROALIMENTARE* E' SEMPRE PIU' STRATEGICA PER L'ITALIA/1

(valori assoluti e % totale economia Italia, 2018/2019)



Imprese**
1,3 Milioni
25%

Occupati
3,4 Milioni
14%



Consumi
250 Mrd €
23%



Export
43 Mrd €
9%



Val Agg
140 Mrd €
9%



LA FILIERA AGROALIMENTARE* E' SEMPRE PIU' STRATEGICA PER L'ITALIA/2

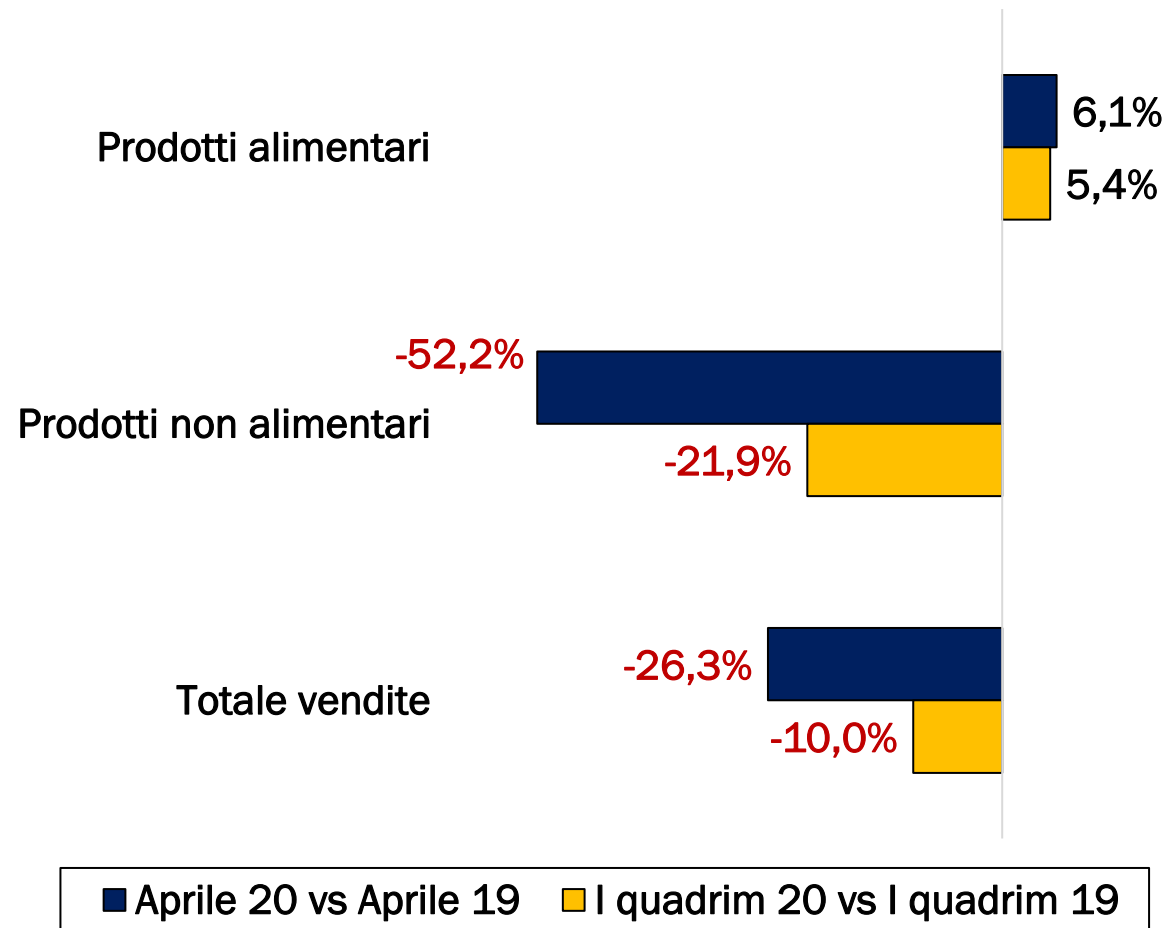
(una suddivisione degli impatti socio-economici per fase della filiera)

Fase	Imprese	Occupati	Valore Aggiunto (Mrd €)
Agricoltura	722.264*	854.200	38,5
Industria F&B	55.890	455.032	28,5
Commercio all'ingrosso di prodotti agroalimentari	79.198	261.234	12,6
Dettaglio tradizionale**	113.357	226.258	3,7
Distribuzione a Libero servizio	26.051	426.806	17,2
Ristorazione	283.520	1.219.636	39,8
% SUL TOTALE	22%	36%	28%

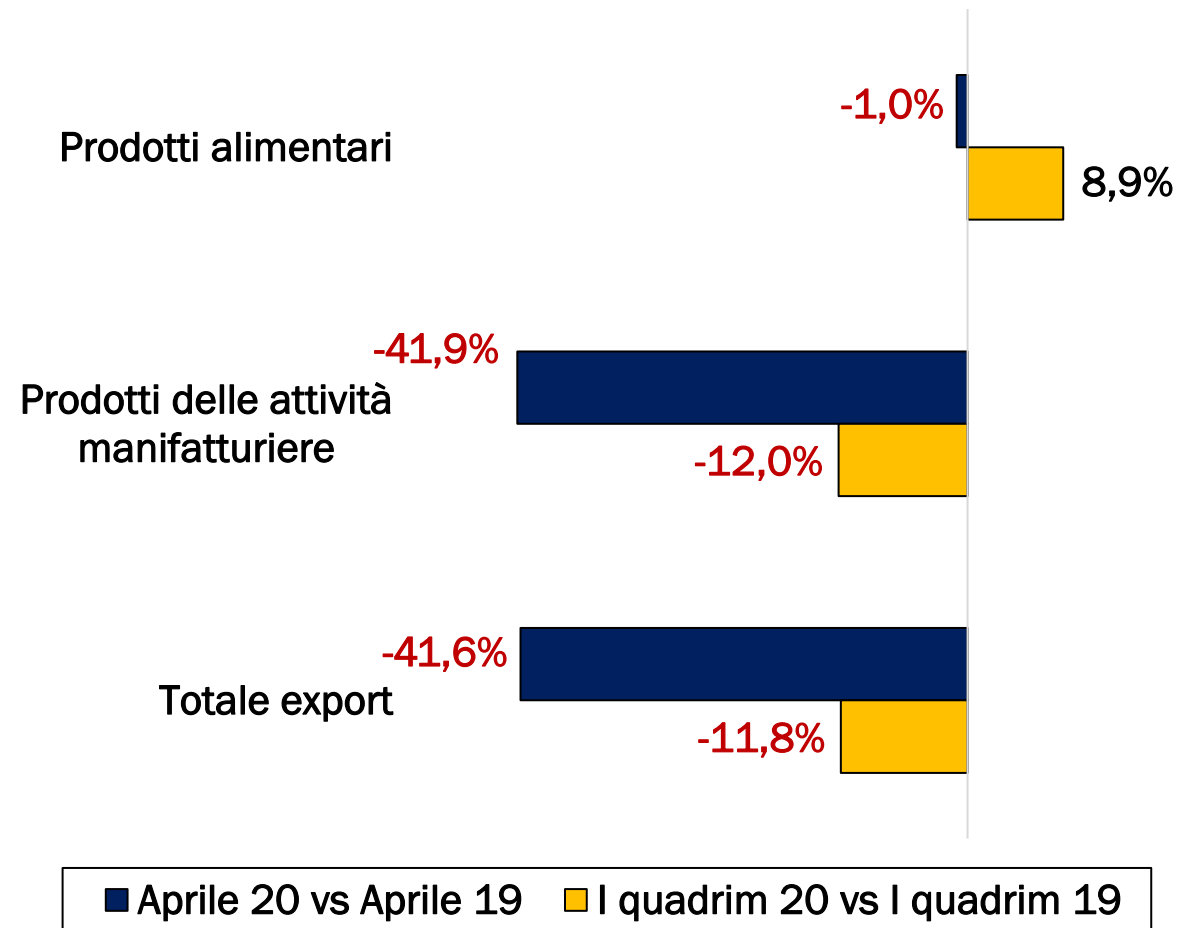
A MAGGIOR RAGIONE IN QUESTA SITUAZIONE DI EMERGENZA LEGATA AL CORONAVIRUS

(vendite in Italia ed export di prodotti alimentari e non, variazioni sui valori)

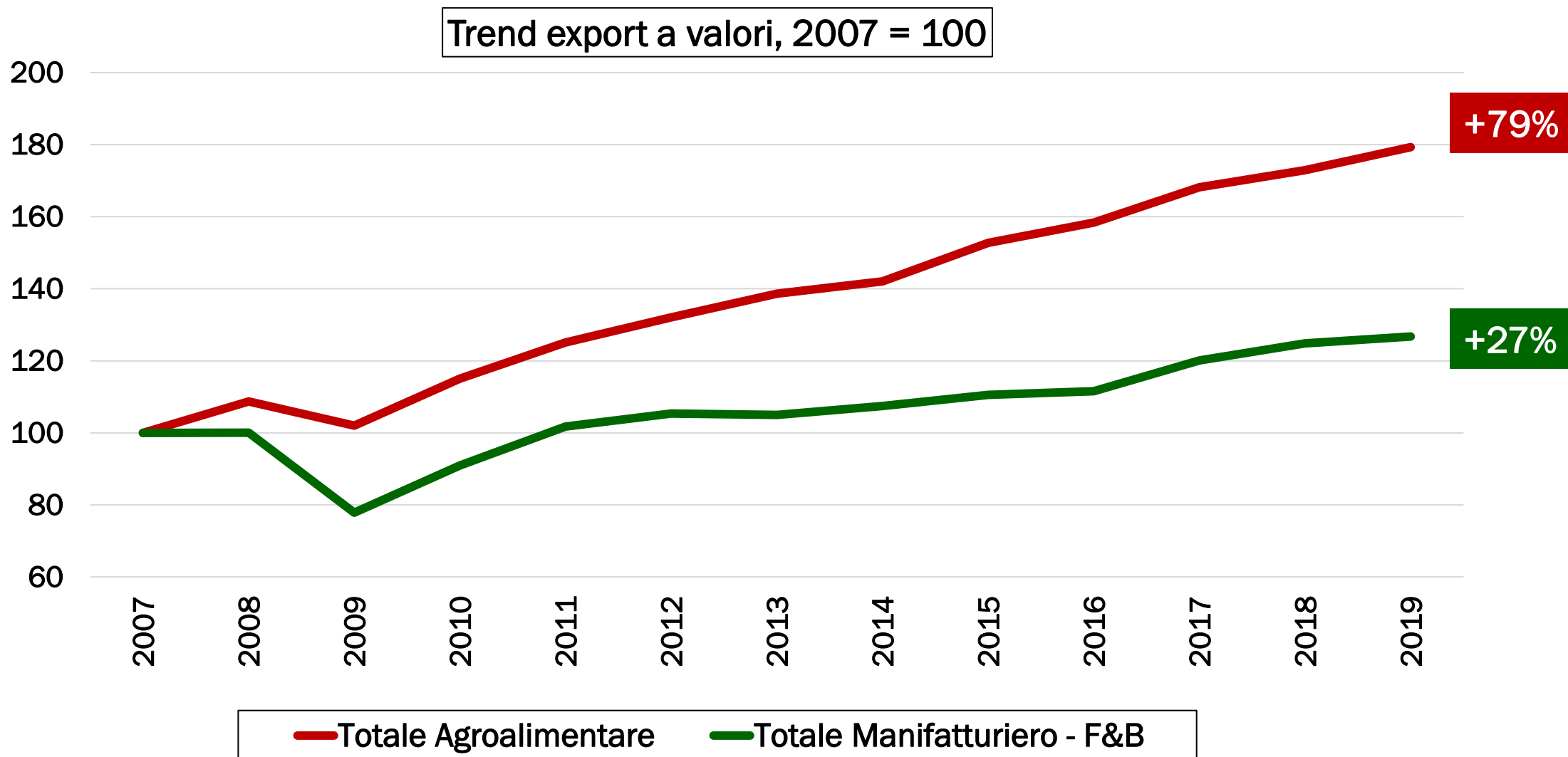
VENDITE AL DETTAGLIO IN ITALIA



EXPORT

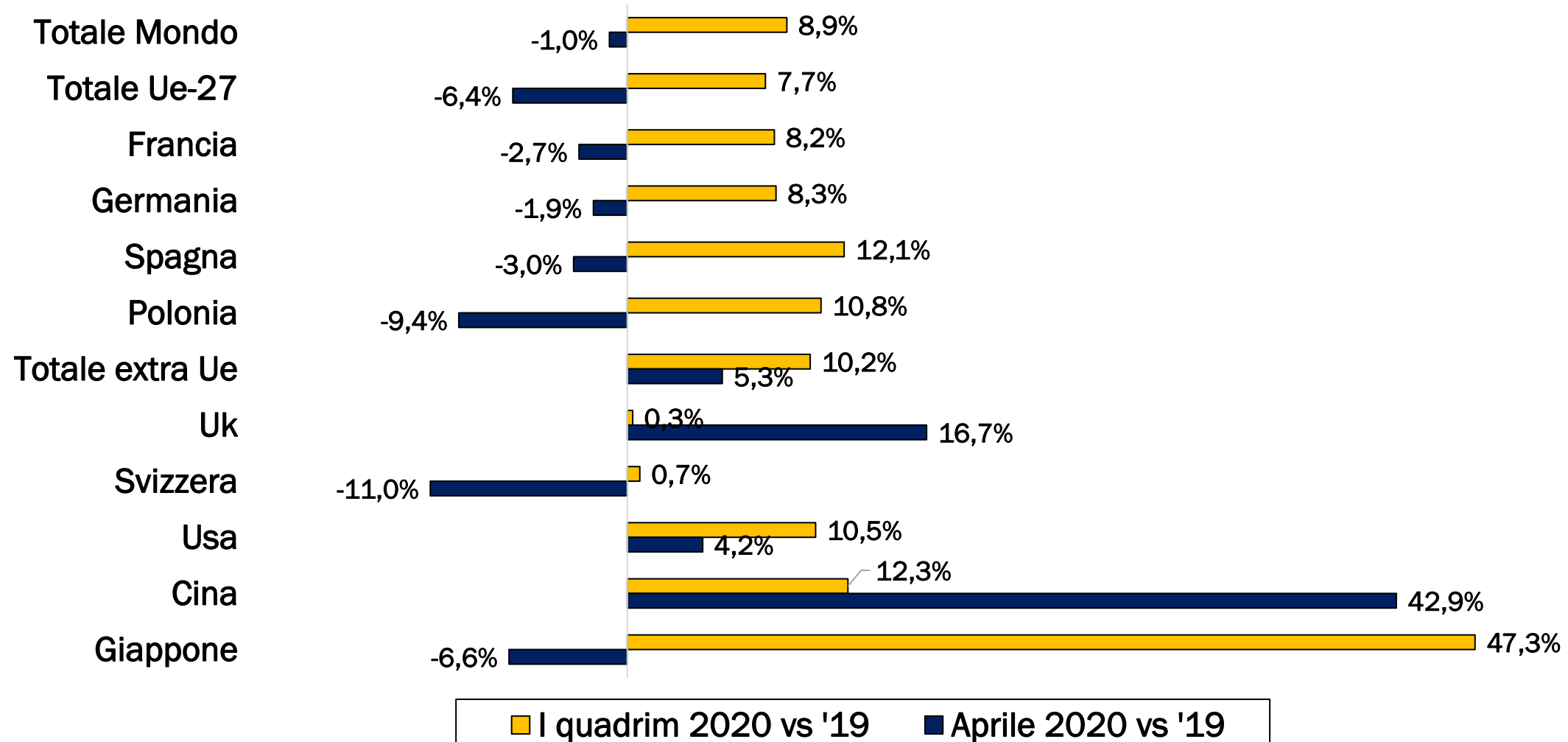


L'ANTI-CICLICITA' DELL'AGROALIMENTARE HA SOSTENUTO IL NOSTRO EXPORT ANCHE DURANTE L'ULTIMA CRISI...



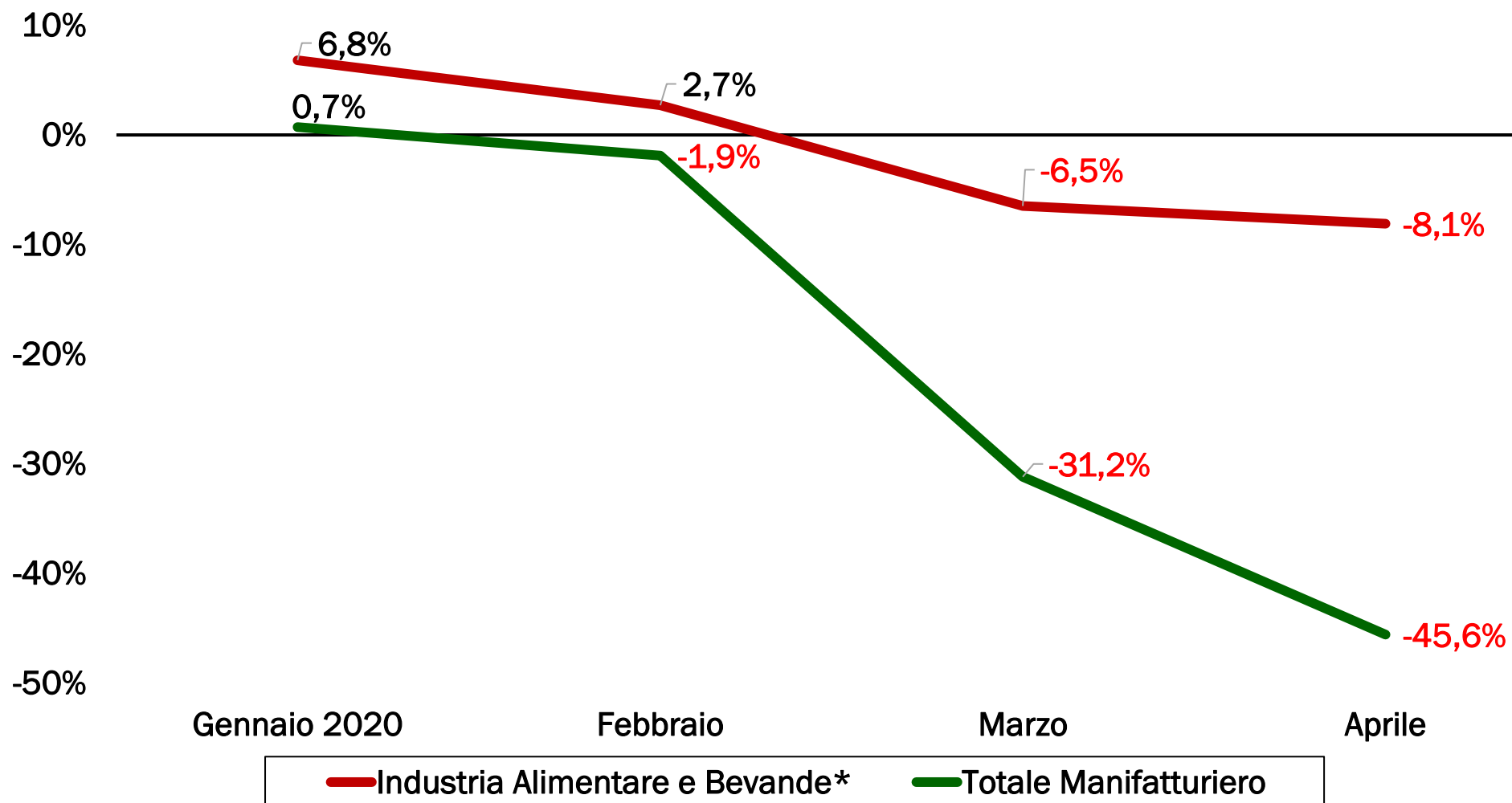
...MA NEL 2020 IL BLOCCO DELLA RISTORAZIONE IN GIRO PER IL MONDO HA AVUTO EFFETTI PESANTI ANCHE SULL'EXPORT...

Export di Food&Beverage* dall'Italia: variazioni sui valori



...E SULLA PRODUZIONE INDUSTRIALE

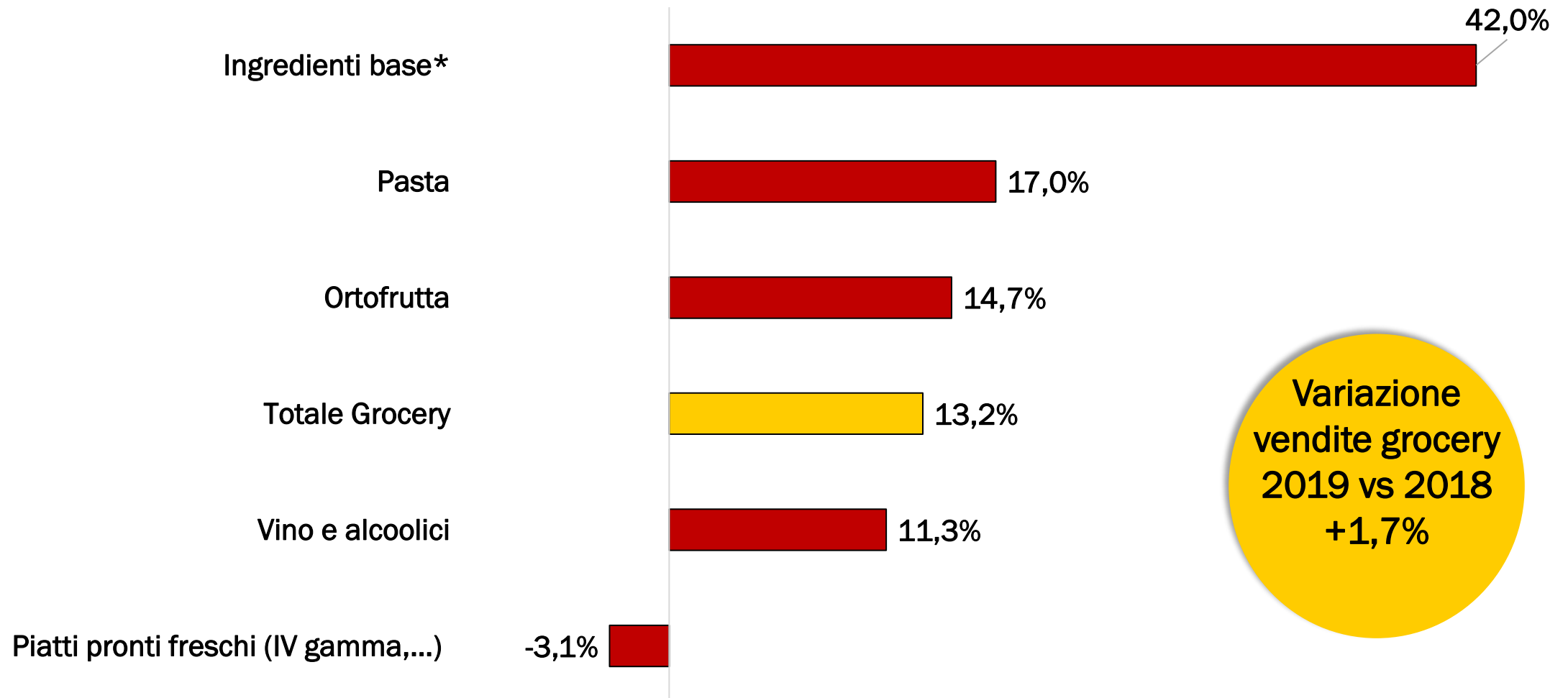
Produzione industriale: variazioni tendenziali (mese 2020 vs stesso mese 2019)



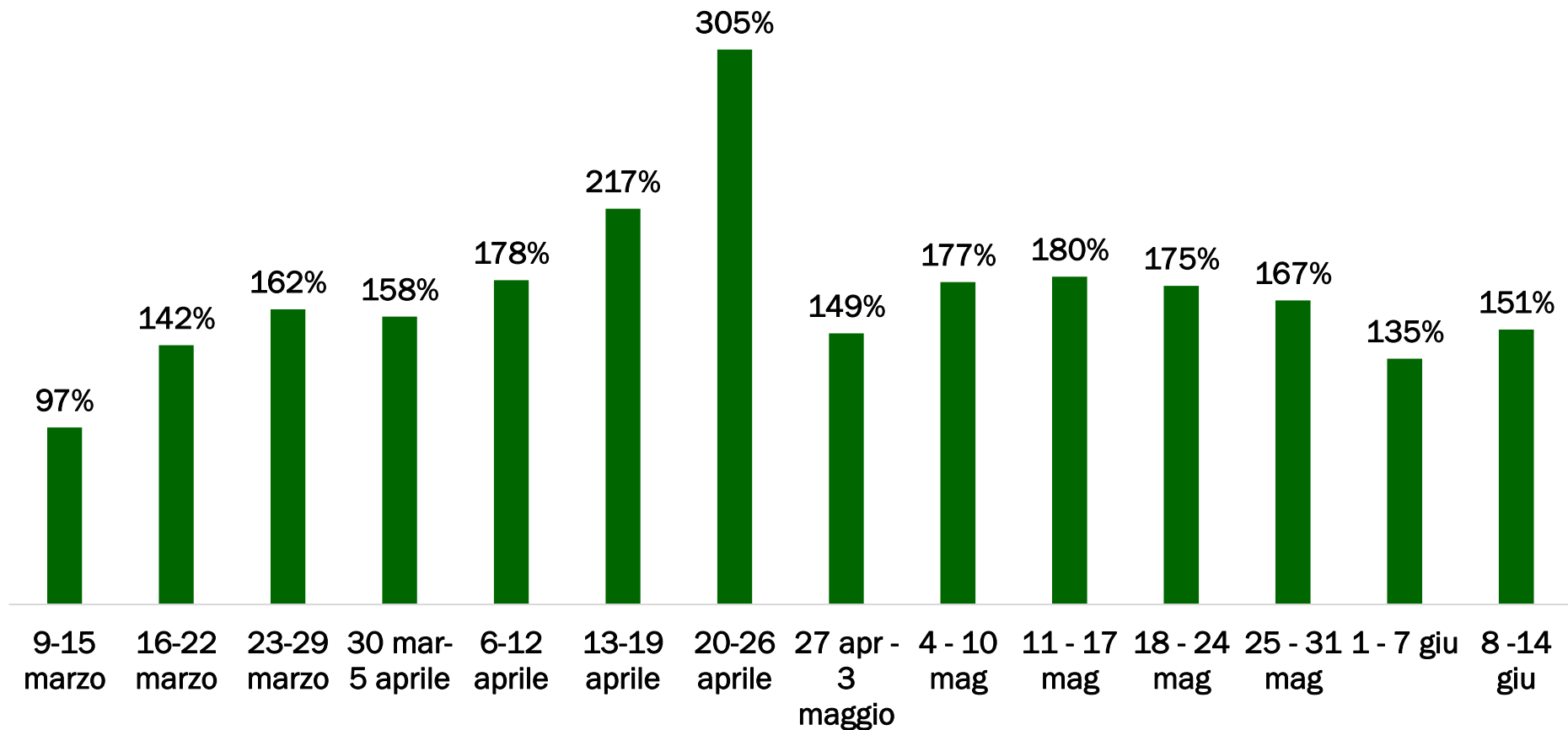
Var % I quadr
2020 vs 2019
F&B -1,4%
Tot Manif -19,9%

PUR A FRONTE DI AUMENTI NELLE VENDITE MAI TOCCATE PRIMA SIA IN GDO...

Vendite di prodotti grocery nella Distribuzione a Libero Servizio in Italia nel periodo durante e post lockdown (17/2 - 24 maggio 2020 e variazione vs stesso periodo 2019, % sui valori)



Vendite di prodotti grocery tramite e-commerce in Italia nel periodo durante e post lockdown
(variazione vs stesso periodo 2019, % sui valori)

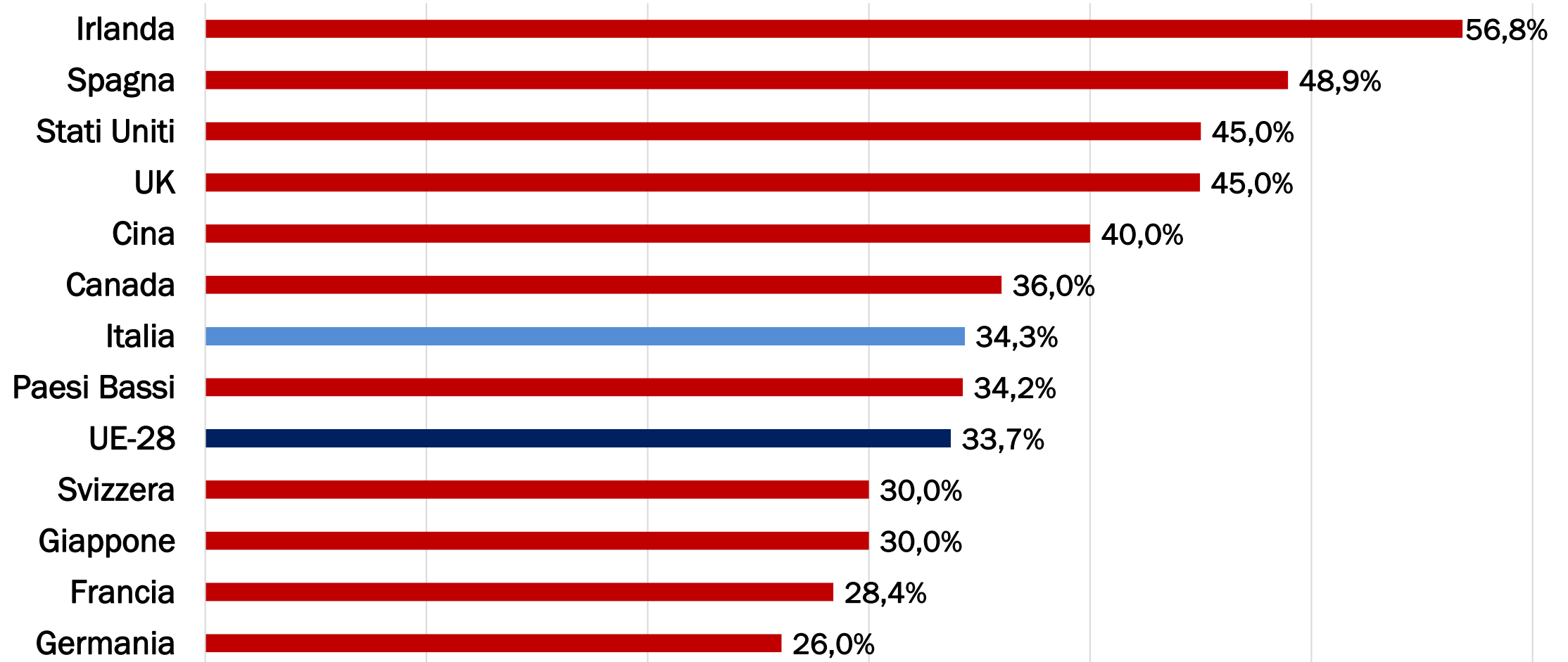


Variazione vendite grocery 2019 vs 2018 +42%

Variazione vendite grocery 17/2-14/6 +152%

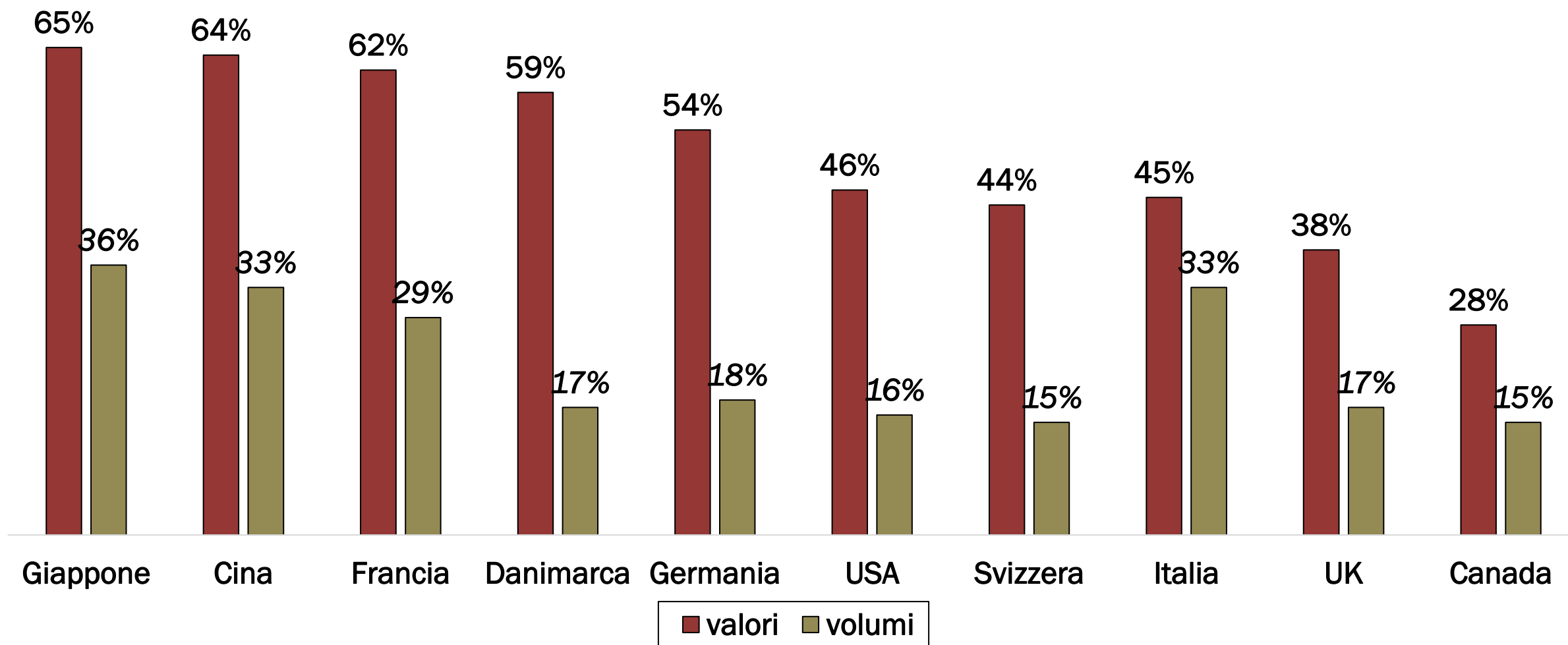
...PERCHE' IL RUOLO DELLA RISTORAZIONE E' IMPORTANTE PER LE IMPRESE DEL FOOD&BEVERAGE (E NON SOLO IN ITALIA)

% consumi fuori-casa sul totale dei consumi alimentari (% sui valori, 2018)



...E PER ALCUNI PRODOTTI LO E' ANCORA DI PIU': IL CASO DEL VINO/1

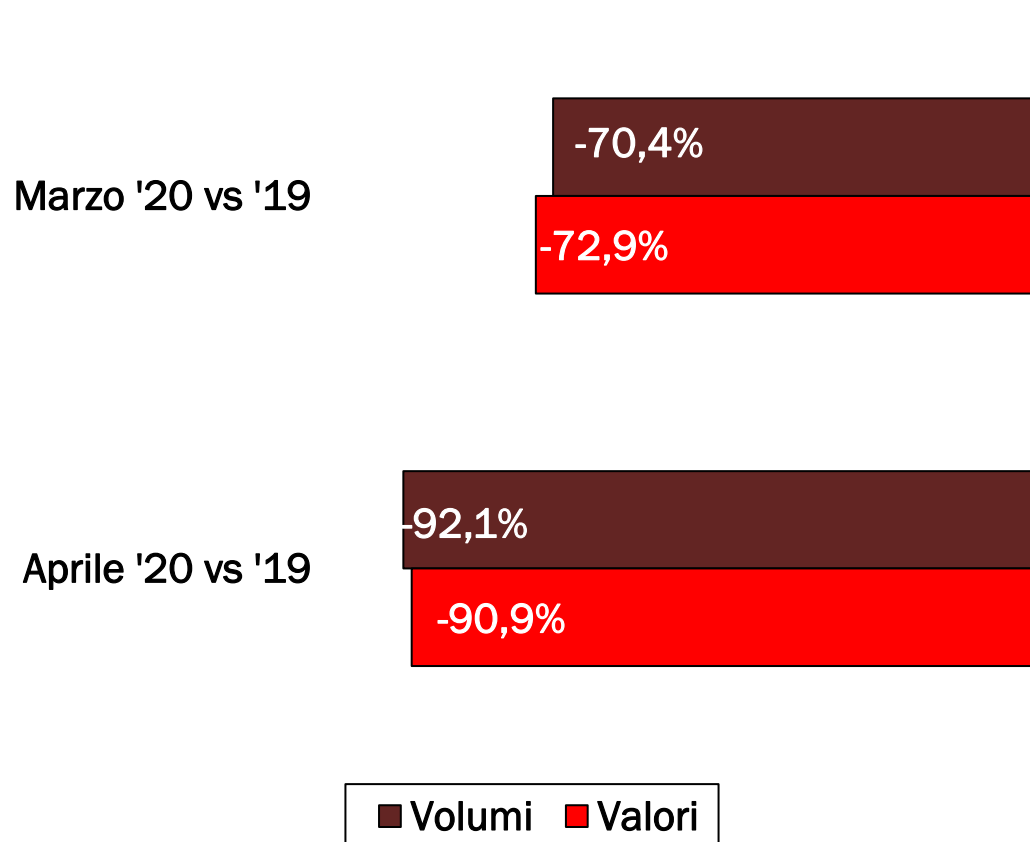
% on-trade sul totale dei consumi di vino nei top mkt mondiali (% su valori e volumi, 2018)



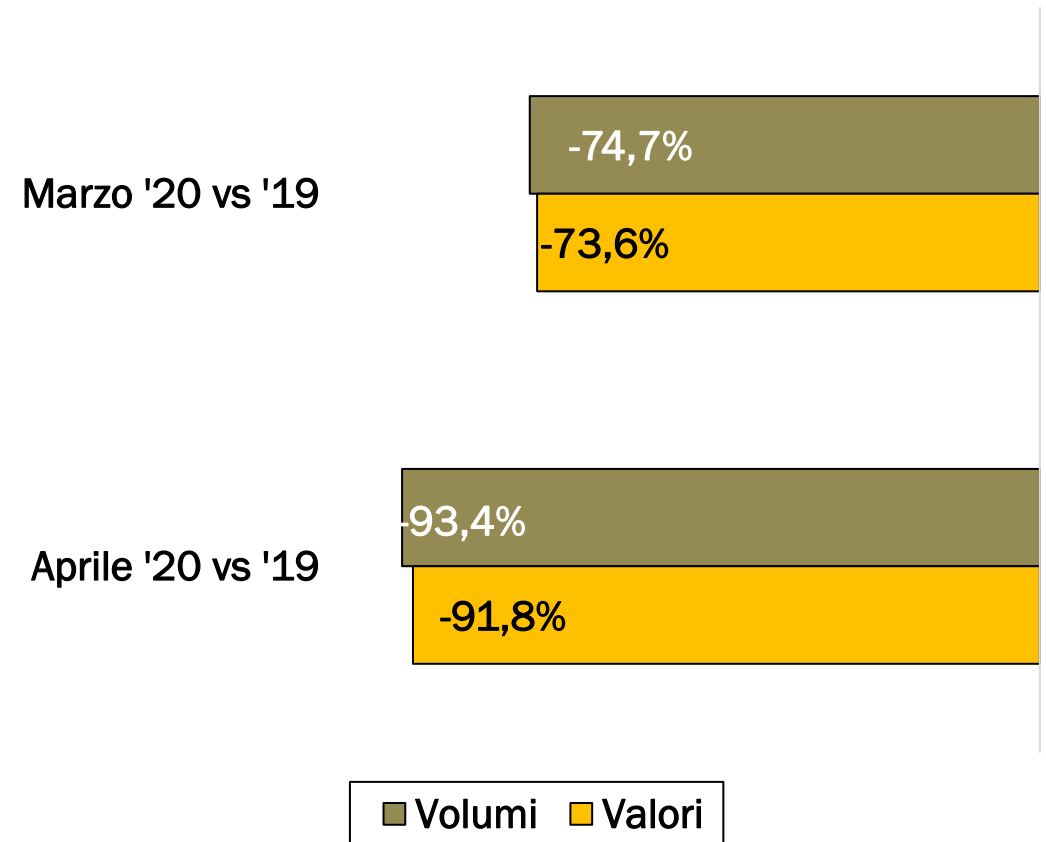
...E PER ALCUNI PRODOTTI LO E' ANCORA DI PIU': IL CASO DEL VINO/2

Vendite di vino in Italia da parte dei grossisti di bevande nel periodo marzo-aprile 2020 e variazione stesso periodo anno precedente

Vendite vini fermi & frizzanti

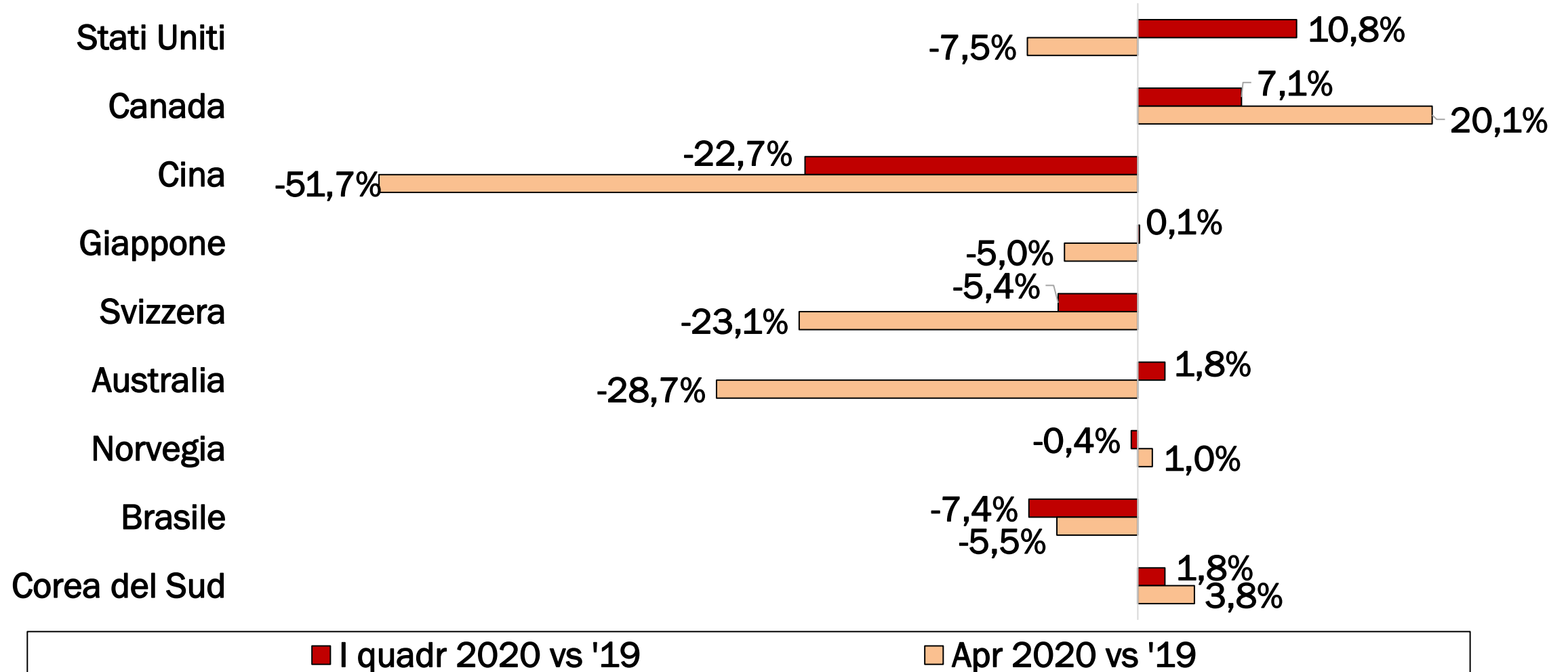


Vendite Spumanti & Champagne



...E PER ALCUNI PRODOTTI LO E' ANCORA DI PIU': IL CASO DEL VINO/3

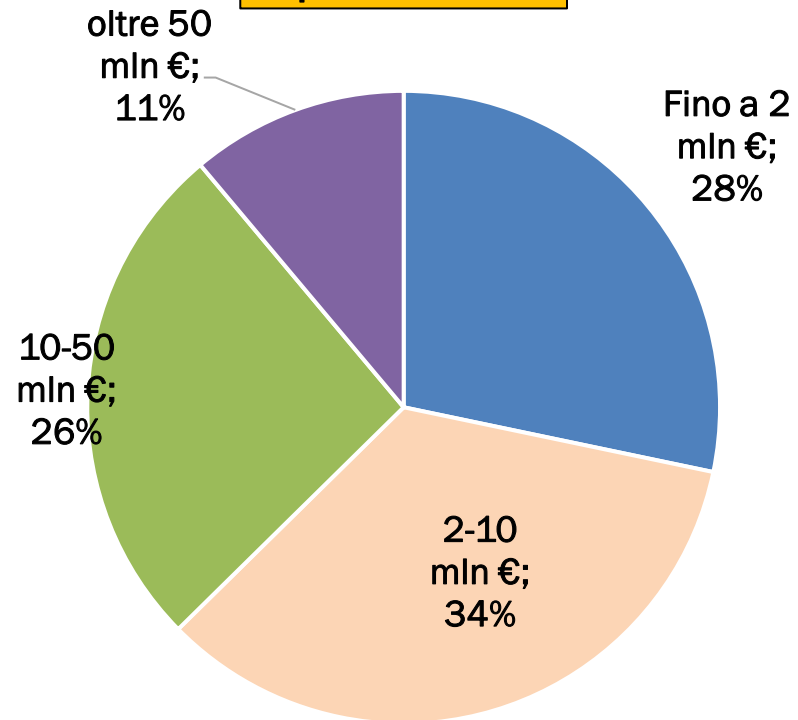
Import di vino dall'Italia nei top mercati extra Ue (variazione nei valori)



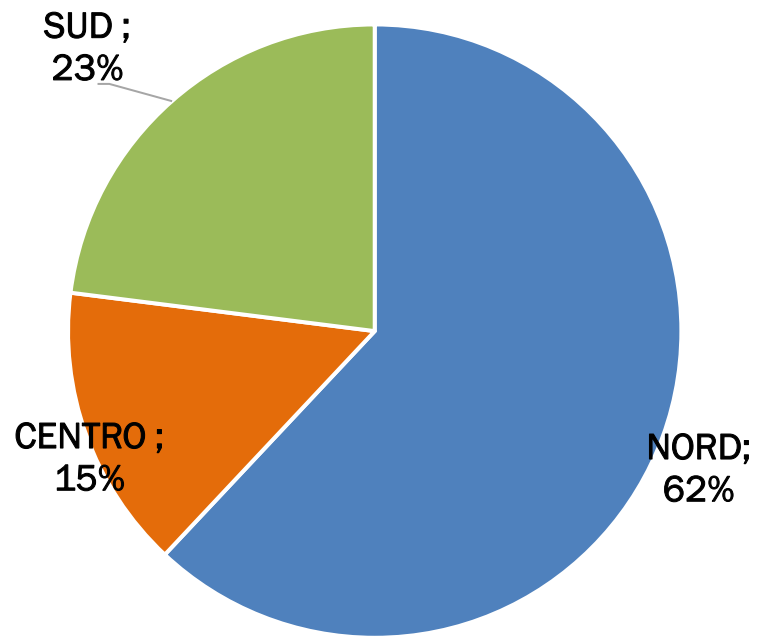
IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE SUL POST-LOCKDOWN: LA SURVEY NOMISMA SULLE IMPRESE DEL FOOD&BEVERAGE

Il campione intervistato: 205 imprese (periodo di rilevazione: 29/4 – 18 maggio 2020)

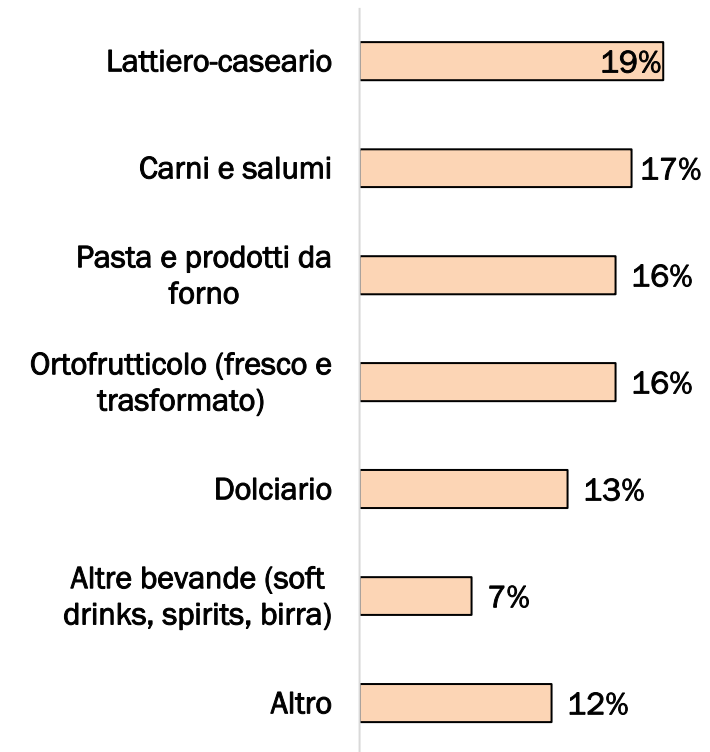
% per fatturato



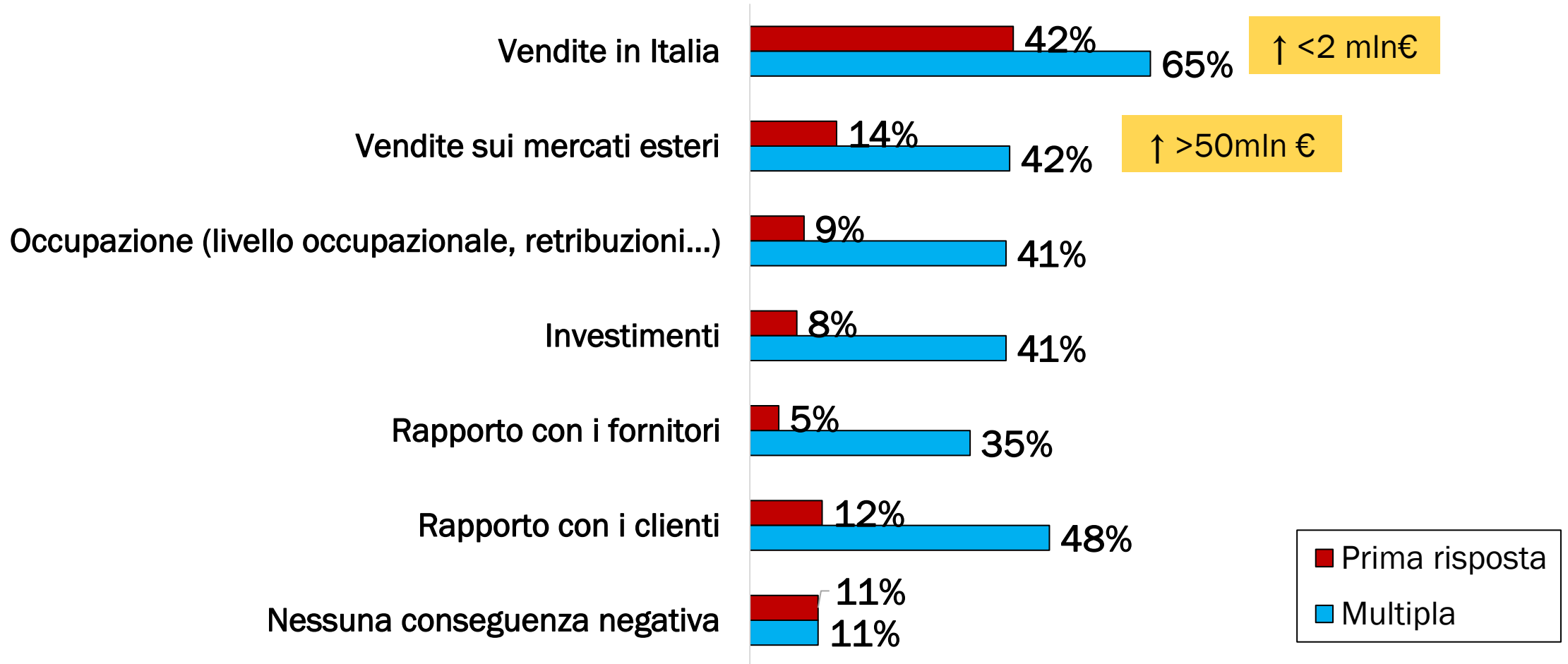
% per localizzazione



% per settore

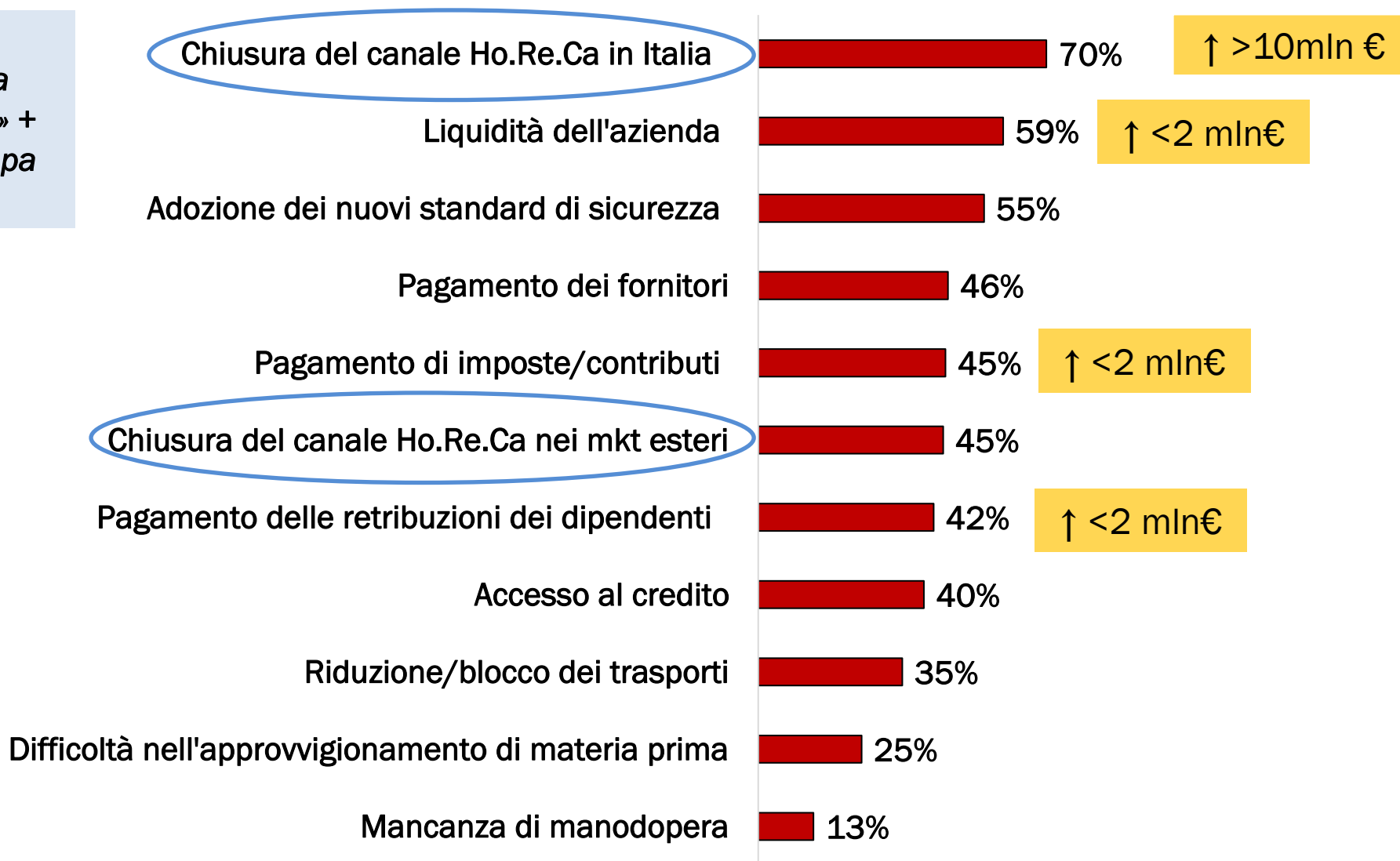


IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/1: SU COSA HA IMPATTATO DI PIU' IL LOCKDOWN IN TERMINI NEGATIVI



IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/2: TRA LE CONSEGUENZE DEL LOCKDOWN, COSA PREOCCUPA DI PIU'

% di «Mi preoccupa abbastanza» + «Mi preoccupa molto»



IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/3: TREND DELLE VENDITE PER CANALE NEL PRIMO QUADRIMESTRE 2020 VS 2019...

% aziende del campione che vende tramite il canale

Quota % su fatturato Italia pre-covid

67%

13%

Ho.Re.Ca.

59%

10%

Distribuzione al dettaglio

55%

6%

Vendita diretta

30%

15%

Altro (industria, grossisti...)

72%

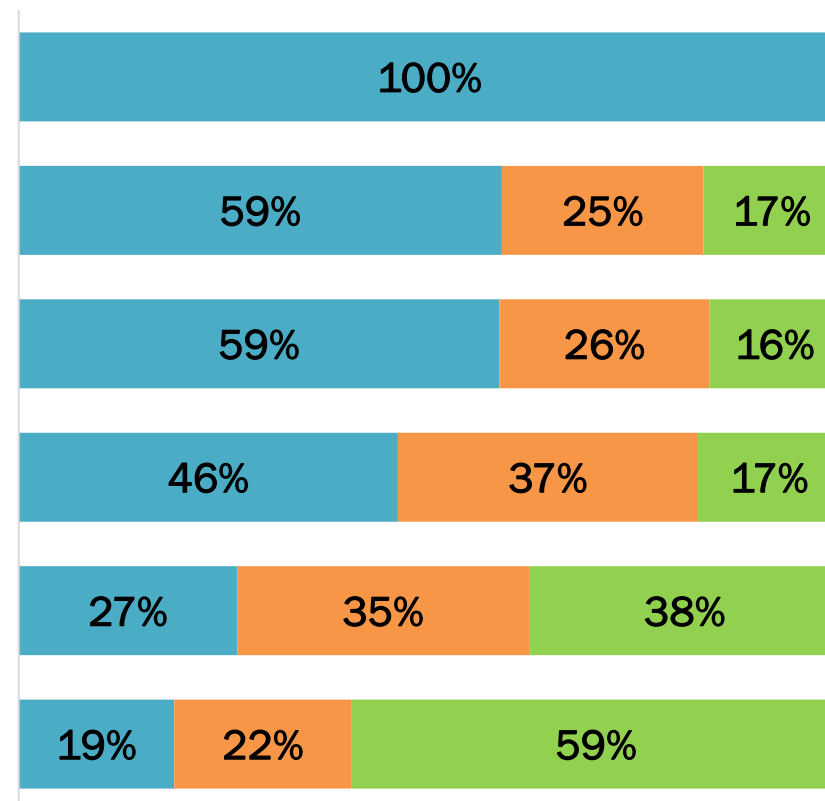
56%

GDO

22%

0,2%

Online



IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/4: TREND DELLE VENDITE ALL'EXPORT NEL PRIMO QUADRIMESTRE 2020 VS 2019...

% di aziende del campione che esporta in ciascun mercato



26%

46%

55%

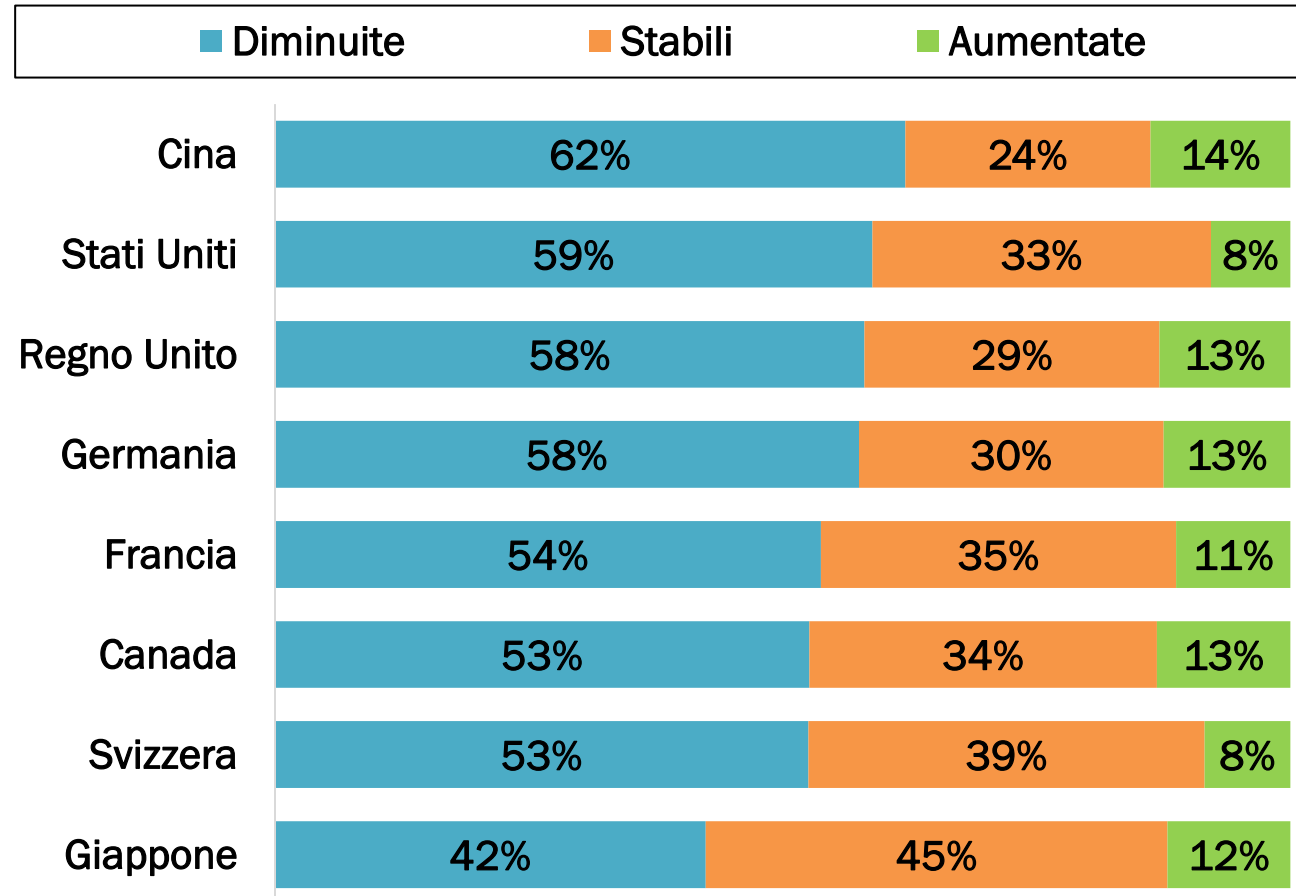
71%

71%

34%

53%

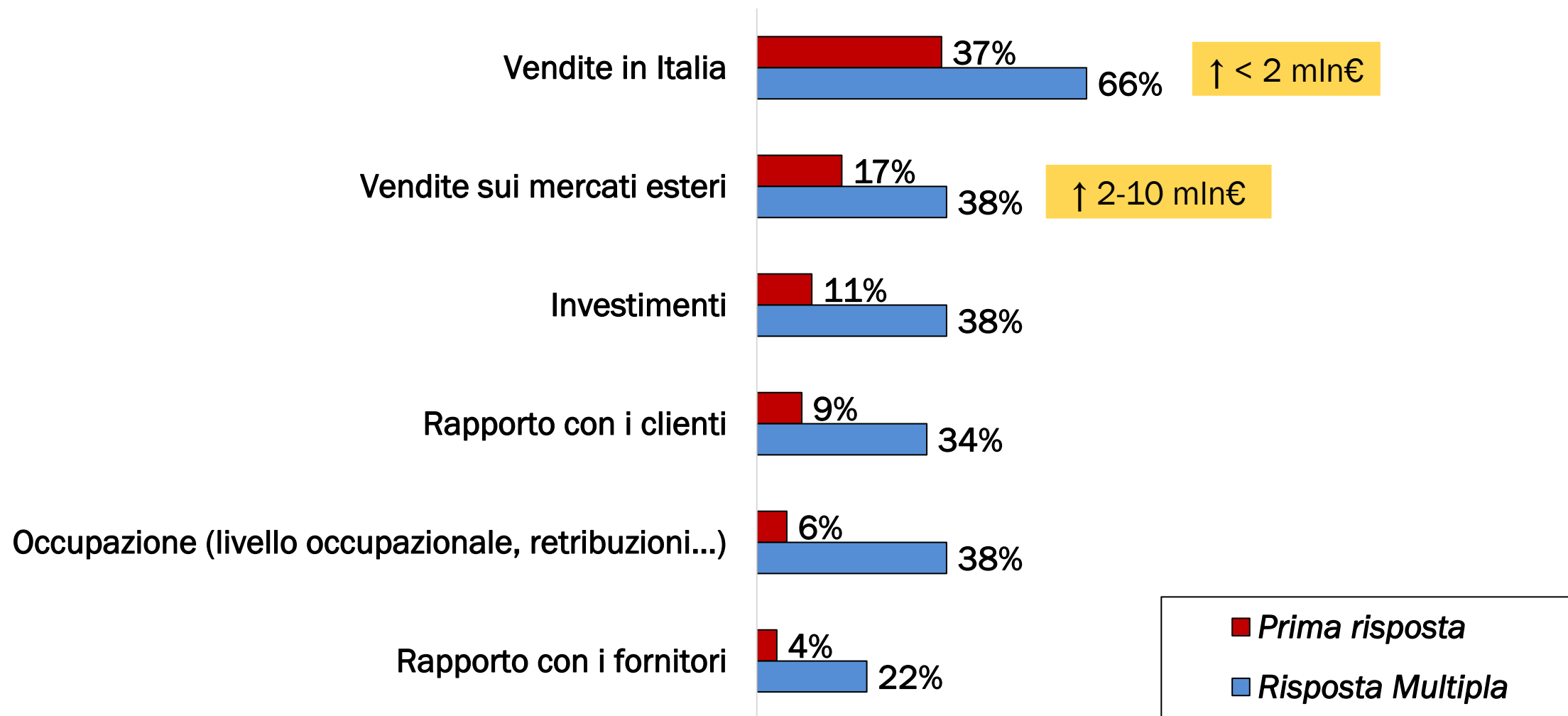
29%



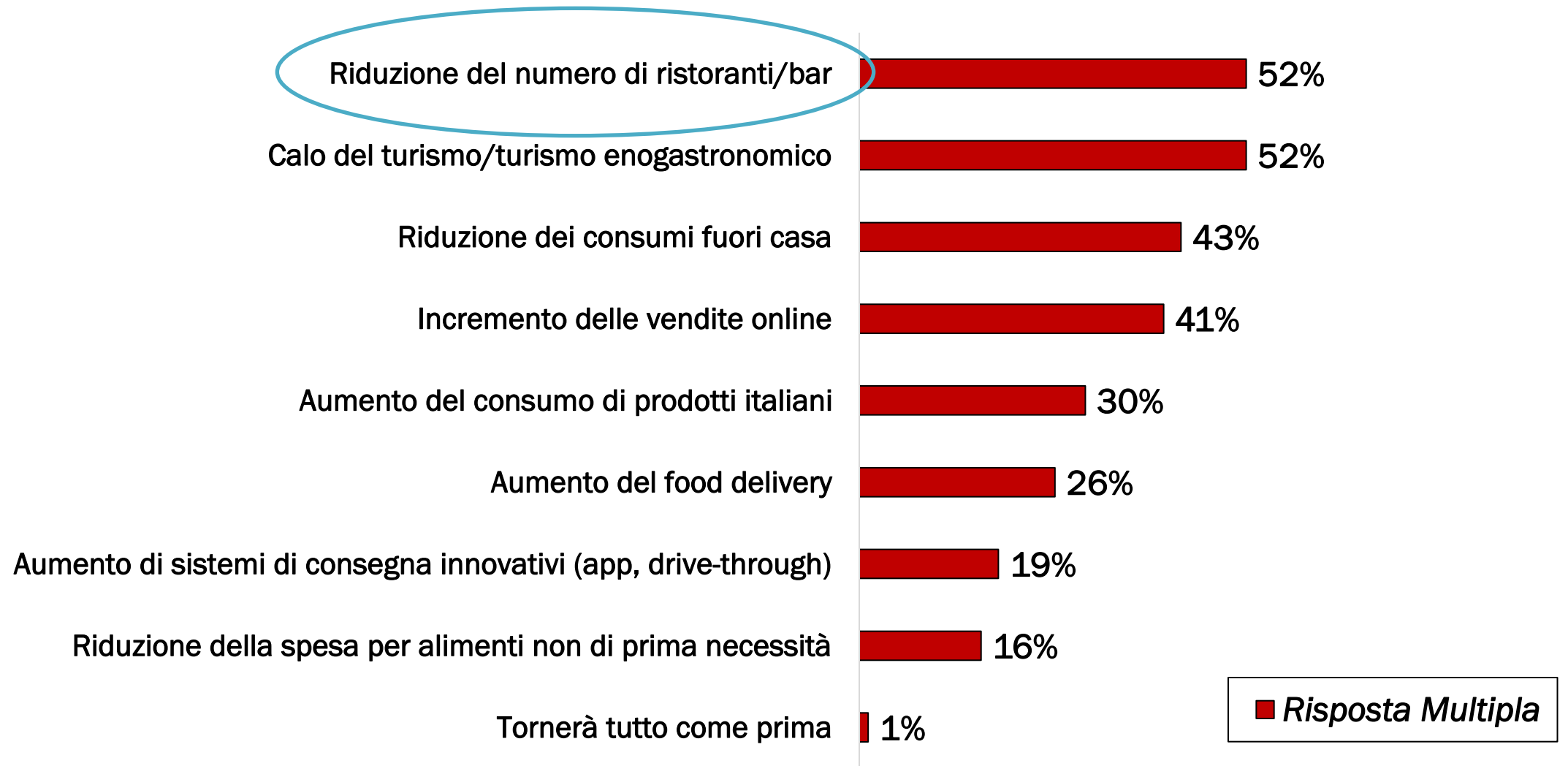
Imprese esportatrici su totale campione
65%

Quota export su fatturato
26%

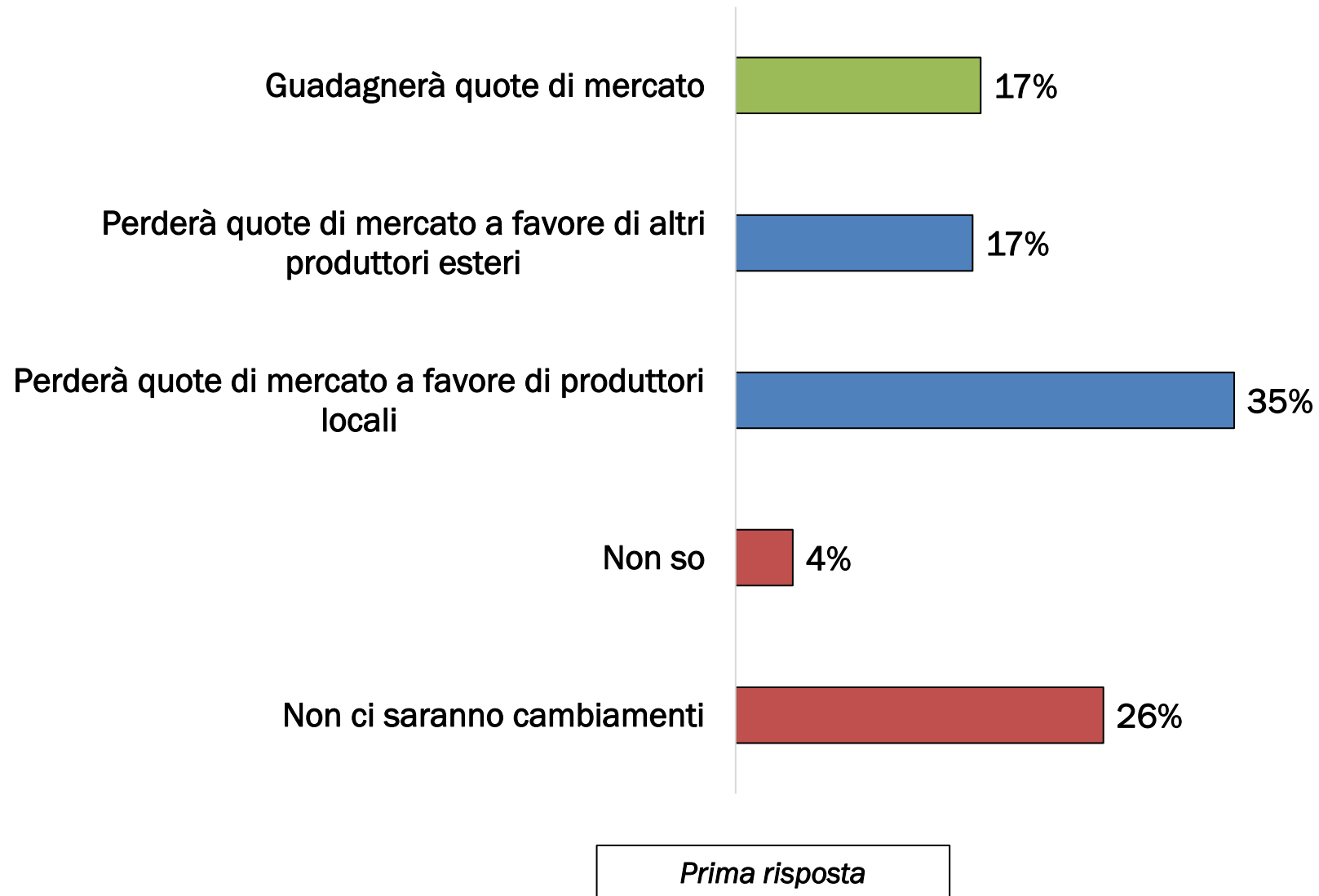
IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/5: NEI PROSSIMI MESI, PREVEDE ULTERIORI IMPATTI NEGATIVI? SE SI', SU QUALI ASPETTI?



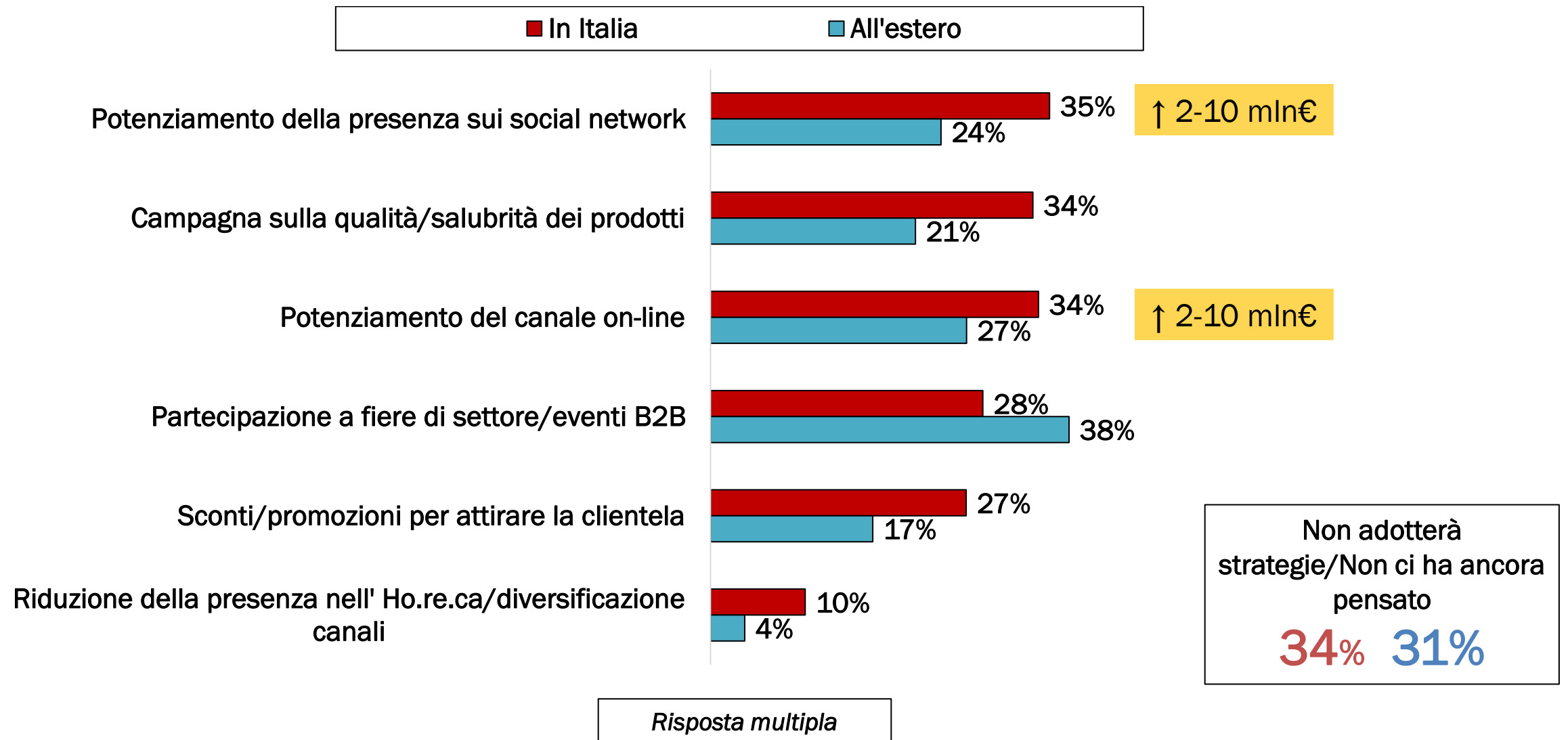
IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/6: NEI PROSSIMI ANNI, COSA CAMBIERA' NEL MERCATO ITALIANO DEL FOOD&BEVERAGE?



IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/7: E PER L'EXPORT? IL FOOD&BEVERAGE MADE IN ITALY...

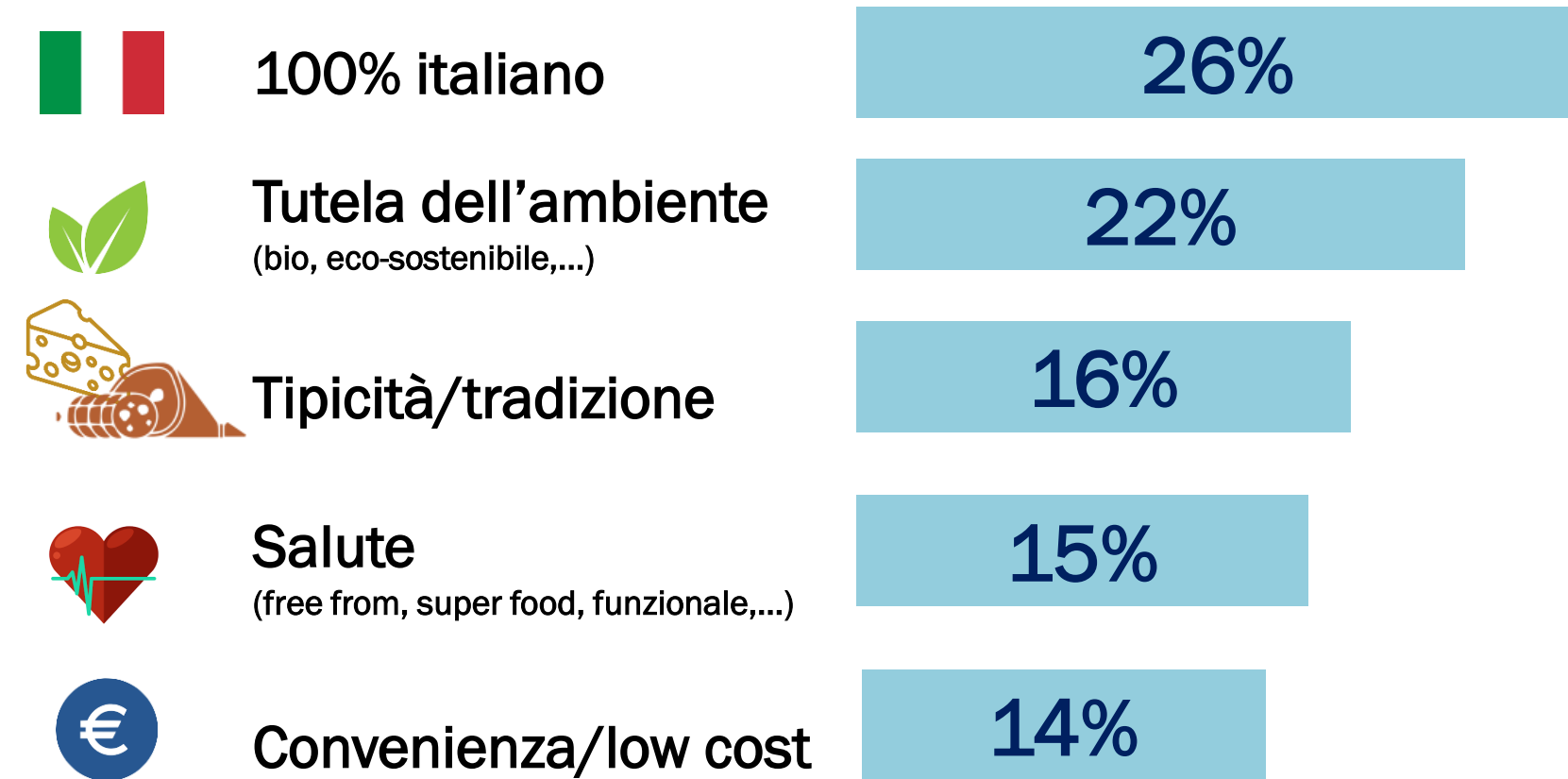


IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE/8: QUALI SONO LE PROSSIME STRATEGIE COMMERCIALI CHE METTERA' IN CAMPO LA SUA IMPRESA?



SCENARI EVOLUTIVI/1: ITALIANITA' E SOSTENIBILITA' GUIDERANNO I CONSUMI ALIMENTARI DEGLI ITALIANI...

Cosa cercano gli italiani quando comprano i prodotti alimentari...



Durante il lockdown...

-  Il 22% degli italiani ha comprato più prodotti del Made In Italy
-  Il 20% degli italiani ha comprato guardando alla sostenibilità del prodotto
-  Il 49% degli italiani ha comprato guardando ai benefici per la salute

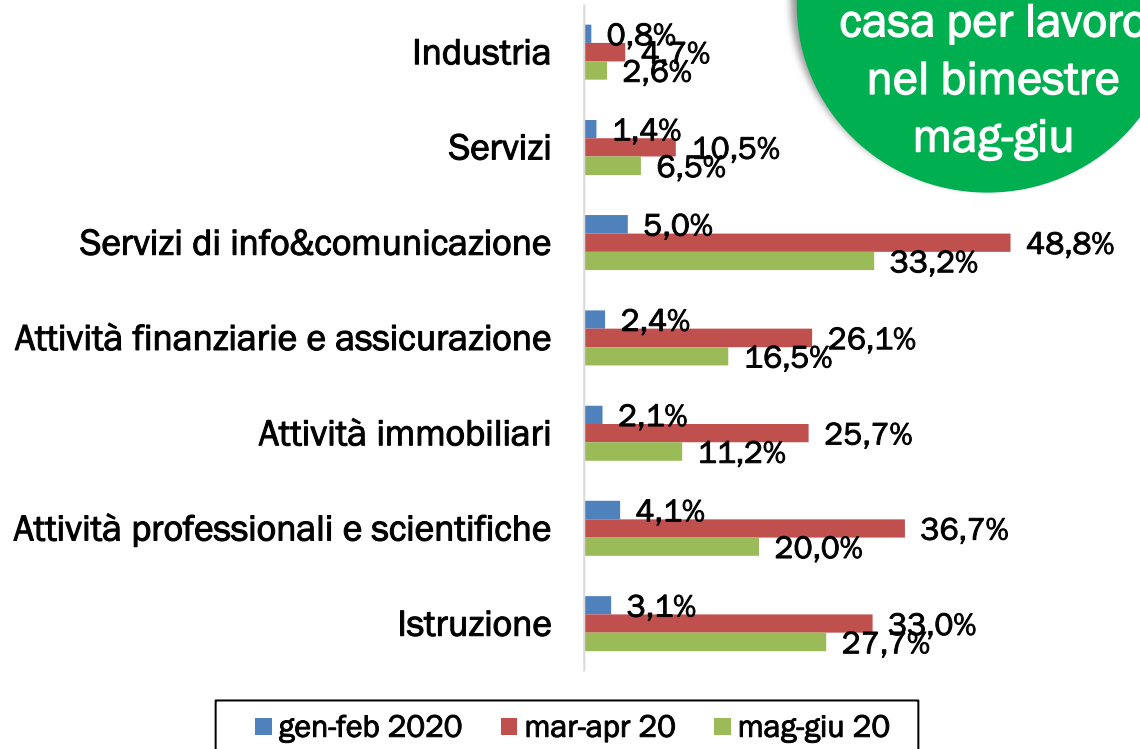
SCENARI EVOLUTIVI/2: DUE (TRA LE ALTRE) CRITICITA' NEL PERCORSO DI RECUPERO DELLA RISTORAZIONE ITALIANA



Effetto «smart working»: riduzione della domanda dei pasti fuori-casa (colazione/pranzo)

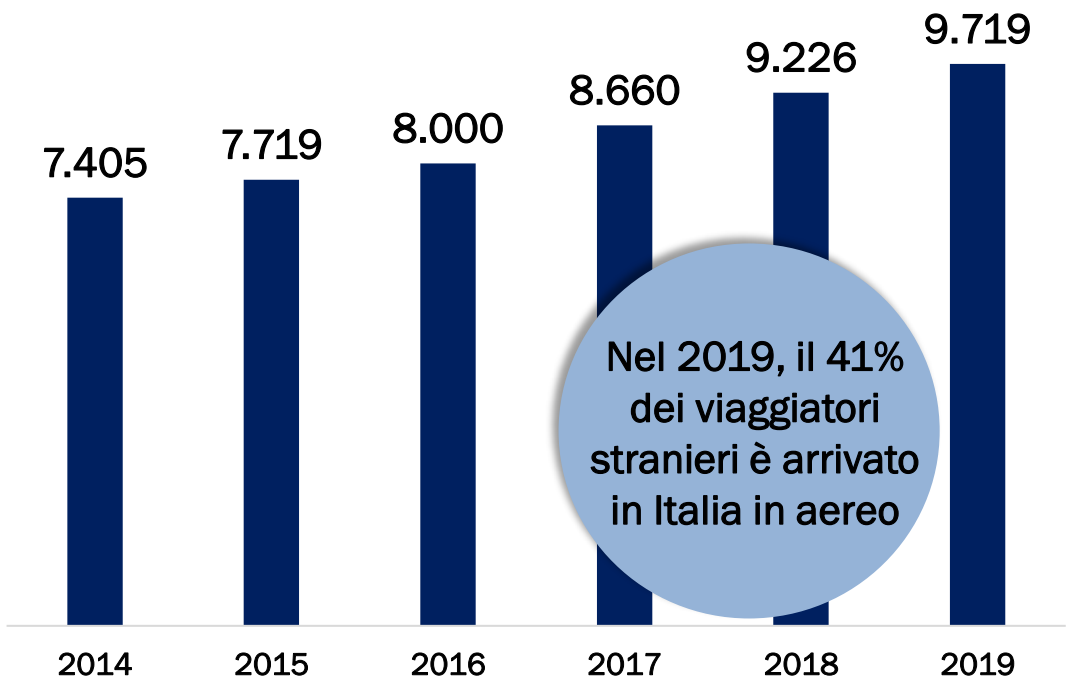
% personale delle imprese in SW

-1,3 Milioni di persone fuori-casa per lavoro nel bimestre mag-giu



Turismo «prevalentemente nazionale»: calo degli arrivi di turisti/viaggiatori stranieri

Spesa dei turisti/viaggiatori stranieri nei ristoranti in Italia (Mln €)



Nel 2019, il 41% dei viaggiatori stranieri è arrivato in Italia in aereo

Fonte: Nomisma su dati Istat e Banca d'Italia.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!



DENIS PANTINI
Responsabile Agroalimentare
Nomisma spa

denis.pantini@nomisma.it
051 6483188
www.agrifoodmonitor.it