**LA FILIERA AGROALIMENTARE NEL MEZZOGIORNO**

**UNO SVILUPPO TRA INNOVAZIONE E INTERNAZIONALIZZAZIONE**

**PRINCIPALI RISULTATI DELLA RICERCA**

Il valore economico della supply chain alimentare nell’**UE27** è rilevante, si stima che sono presenti oltre 30 milioni di occupati che hanno lavorato in quasi 17 milioni di imprese realizzando quasi **800 miliardi di euro di valore aggiunto**.

**In Italia** il settore agroalimentare si presenta come un settore ricco di opportunità ed economicamente significativo. L’Agricoltura presenta un valore aggiunto di 28,1 mld di euro pari al 2% della ricchezza complessiva ma che interagendo con tutti i settori ad essa collegati – industria alimentare, distribuzione, servizi e quindi l’indotto - raggiunge un **valore complessivo di 267 miliardi di euro pari al 17% del PIL**, **in crescita di oltre il** **10%, a partire dagli anni ’90.**

Circa il 20% della filiera (53,8 mld) è da attribuire alla produzione agroindustriale (agricoltura e industria alimentare) ed **una fetta consistente è rappresentata dal** **Mezzogiorno (circa il 30%**). Le altre principali componenti, sono rappresentate da circa 109 miliardi di valore della commercializzazione e distribuzione, 43,9 miliardi di valore aggiunto dei servizi di ristorazione, circa 24,2 miliardi di consumi intermedi agricoli e 17,9 miliardi di investimenti agroindustriali.

La produzione agroindustriale rappresenta un valore riconosciuto nel mondo per l’elevata qualità della materia prima e la capacità di trasformarla in prodotti di eccellenza. A tal proposito è bene ricordare che **l’Italia nel settore agricolo si posiziona al 2° posto in** **Europa**, dopo la Francia (35,8 miliardi di euro), con un Valore aggiunto pari al 14% dell’Ue 27 (200,1 mld di euro, anno 2012) **ed al quarto posto in quello alimentare**, con una quota pari al 10,9% del Valore aggiunto europeo, dopo la Germania (16,8%), la Francia (15,9%) ed il Regno Unito (14,8%).

Il settore agroalimentare, quindi, rappresenta una delle eccellenze produttive del Made in Italy e costituisce, insieme alla moda, l’emblema dell’Italian way of living. Rilevante è il valore del nostro brand all’estero: **i prodotti alimentari di qualità sono il vero punto di** **forza che consente all’Italia di occupare il primo posto nella speciale classifica del** **Country Brand Index 2012-2013**, insieme al patrimonio storico artistico e culturale.

Dal punto di vista dinamico il settore ha mostrato nel tempo un sentiero di crescita piuttosto stabile rispetto ad altri settori ed ha evidenziato una notevole capacità di tenuta anche durante i periodi di congiuntura economica negativa, sia per quanto riguarda la produzione che per quanto riguarda i livelli occupazionali.

Le migliori performances del settore, tuttavia, non devono far passare in secondo piano alcune criticità che si stanno accentuando negli ultimi anni. La riduzione del potere di acquisto delle famiglie ha innescato una forte contrazione dei consumi alimentari, determinando un calo dell’attività produttiva che solo in parte è stato compensato dalla crescita sostenuta delle esportazioni. Secondo le stime del centro studi di Federalimentare infatti, nel corso del 2012 la produzione agroalimentare si è ridotta dell’1,4% (in Ue +2%) e solo la dinamica dei prezzi ha reso possibile una crescita del fatturato complessivo di settore del 2,3%.

Incide il calo della produttività del settore italiano (circa l’1% ogni anno nell’ultimo decennio) ed il gap esportativo che, nonostante una crescita interessante dell’export alimentare nazionale, ancora permane nei confronti dei principali competitor quali Francia e Germania. Quest’ultimo punto evidenzia come l’industria alimentare italiana sia ancora strettamente dipendente dalla debole dinamica della domanda interna.

Oltre al calo della produttività dei consumi ed al gap esportativo, i punti di debolezza rilevati sono:

* **polverizzazione dell’offerta** (forte prevalenza di medie e piccole imprese a cui spesso si associano limitazioni in termini di risorse di capacità strategica);
* **squilibri nella distribuzione del valore lungo la filiera** (squilibrio nella catena del valore del sistema alimentare, che avvantaggia le attività legate al trasporto ed alla distribuzione, a scapito dell’agricoltura e dell’industria alimentare. Lo scarso spirito collaborativo porta le PMI ad operare secondo una logica di concorrenza più che di collaborazione con le altre imprese del settore);
* **scarsa propensione all’innovazione** (nonostante l’attenzione all’innovazione sia crescente, le imprese presentano una bassa capacità di innovazione con un livello delle spese in ricerca e sviluppo decisamente contenuto, rispetto ad altri settori e rispetto alla media italiana);
* **criticità logistiche** (manca un sistema basato sulla progettazione di filiere logistiche agroalimentari dove vengono localizzate competenze, si sviluppino relazioni e siano forniti innovativi servizi materiali ed immateriali sia all’imprenditoria locale che ad operatori esterni, anche a livello internazionale. La disponibilità di efficienti terminali di trasporto è fondamentale per permettere al sistema agroalimentare italiano di creare valore aggiunto).

**LE 10 CHIAVI DI AZIONE**

1. Favorire la **crescita dimensionale** attraverso anche il contratto di rete

2. rafforzare l’interesse per l’**innovazione**

3. impegnarsi per una maggiore apertura all’**internazionalizzazione**

4. implementare un **sistema logistico efficiente**

5. migliorare la **valorizzazione della qualità** del prodotti italiani

6. favorire l’inserimento delle imprese italiane nella **supply chain** internazionale per

cogliere le nuove correnti di sviluppo

7. rafforzare e consolidare l’**interconnessione tra gli attori della filiera**

8. migliorare la tracciabilità e la **sicurezza alimentare**

9. mantenere una lente puntata sul soddisfacimento dei **nuovi bisogni dei consumatori**

10.sviluppare una produzione che non perda mai di vista il concetto di **sostenibilità ambientale**.