crea
Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria

COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI 2014

GLI SCAMBI REGIONALI E DEL MADE IN ITALY

RAPPORTO CREA

Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria

COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI 2014

GLI SCAMBI REGIONALI E DEL MADE IN ITALY

CREA 2016

RAPPORTO CREA

Comitato di redazione

Laura Aguglia (responsabile), Alessandro Antimiani, Patrizia Borsotto, Tatiana Castellotti, Maria Rosaria Pupo D'Andrea, Roberto Solazzo.

Per quanto riguarda la stesura dei testi:

Prima parte – Roberto Solazzo

Seconda parte – Tatiana Castellotti

Elaborazione dati: Silvio Bellorini

Elaborazione dati, supporto tecnico: Alessia Fantini

Organizzazione editoriale: Benedetto Venuto

Progettazione grafica: Sofia Mannozzi

Impaginazione: Ufficio Grafico CREA

Segreteria: Francesca Ribacchi (coordinamento), Debora Pagani e Lara Abbondanza

Il Rapporto è frutto della collaborazione tra il CREA e l'Università Cattolica di Piacenza.

CREA, 2016

Questo approfondimento del Rapporto sul commercio con l'estero dei prodotti agroalimentari fornisce una analisi dettagliata dei flussi del commercio agroalimentare delle regioni italiane e del Made in Italy nel 2014.

Il Nord conferma il ruolo di assoluto rilievo negli scambi agroalimentari nazionali, nonostante la contrazione del proprio peso sull'import agroalimentare nazionale, di poco inferiore al 72% (era al 72,7% nel 2013). Di contro è in leggero aumento il peso dell'area settentrionale sulle esportazioni dell'agroalimentare italiano, pari al 70,4% nell'ultimo anno di riferimento. Si riduce al contrario l'incidenza dell'area centrale, in particolare del Lazio, sull'export agroalimentare dell'Italia sebbene tali cambiamenti risultino contenuti. Riguardo all'import è, invece, soprattutto il Sud ad incrementare la propria quota, di quasi un punto percentuale, grazie all'aumento rilevante degli acquisti dall'estero da parte della Puglia.

Nel 2014 la Lombardia è la prima regione per scambi agroalimentari con l'estero sia dal lato dell'export, con una quota in crescita pari al 16,4% del totale nazionale, sia per l'import, dove l'incidenza regionale è stabile rispetto al 2013 (23,7%). Si riduce invece, sia per l'import che per l'export, il peso dell'Emilia Romagna, seconda regione italiana per gli scambi agroalimentari con l'estero. L'incidenza di questa regione sul totale nazionale è del 15,7% nel 2014 per entrambi i flussi commerciali. Nettamente più contenuto è invece il valore degli scambi agroalimentari nell'area centromeridionale, pari a poco più del 27% del totale nazionale per l'export e al 30% dell'import; in questa area la regione con la quota più elevata di commercio con l'estero agroalimentare è la Campania, sia per i flussi in entrata (5,8%) che per quelli in uscita (7,8%).

Nel complesso, l'analisi dell'andamento degli scambi regionali dei prodotti agroalimentari evidenzia un trend fortemente differenziato sia nell'import che nell'export. Nonostante l'incremento complessivo degli scambi a livello nazionale, a livello territoriale l'import agroalimentare si riduce per metà delle regioni italiane, mentre per l'export sono sette le regioni che evidenziano un andamento negativo. Tale andamento differenziato si riscontra sia nel settore primario che in quello dei trasformati e delle bevande.

In questo rapporto sono stati considerati del Made in Italy quei prodotti a saldo stabilmente positivo che notoriamente richiamano il nostro Paese dal punto di vista dell'immagine. Dopo uno sguardo d'insieme sull'andamento degli scambi dei prodotti agroalimentari del Made in Italy, il rapporto analizza i flussi commerciali dei prodotti del Made in Italy secondo l'ordine del peso delle esportazioni del singolo prodotto sul totale delle esportazioni del Made in Italy, individuando i principali sbocchi commerciali e l'andamento dei prezzi e delle quantità rispetto all'anno precedente. Il Made in Italy è costituito per il 57% circa da prodotti agricoli trasformati, per il 28% da prodotti dell'industria alimentare e per il 15% circa da prodotti agricoli freschi. Nel corso del 2014, i flussi commerciali dei prodotti del Made in Italy sono cresciuti, grazie ad un aumento della componente quantità accompagnato da una riduzione dei prezzi. Tuttavia, la crescita delle importazioni è stata più sostenuta rispetto a quella fatta registrare dalle esportazioni, per cui il saldo

normalizzato della bilancia commerciale del Made in Italy è diminuito. A questo risultato hanno contribuito in maniera diversa i singoli comparti del Made in Italy. Infatti, i flussi commerciali in entrata e in uscita del Made in Italy agricolo si sono ridotti rispetto all'anno precedente mentre il Made in Italy trasformato ha registrato una crescita della scambi. Anche i flussi commerciali del Made in Italy dell'industria alimentare sono cresciuti nel corso del 2014 grazie all'aumento delle quantità scambiate a fronte di prezzi sostanzialmente stabili. Sull'andamento dei flussi commerciali di molti prodotti del Made in Italy ha sicuramente influito l'embargo posto dalla Russia all'importazione di molti prodotti agricoli agroalimentari provenienti dall'UE-28 a partire dall'agosto del 2014. In particolare, è il comparto della frutta fresca ad essere stato maggiormente interessato dall'embargo. Dall'analisi dei dati emerge come l'embargo abbia costretto l'Italia a cercare nuovi sbocchi commerciali per i prodotti destinati al mercato russo.

INDICE

PRIMA PARTE

Il commercio agroalimentare delle regioni italiane 7

1.1 Il ruolo delle regioni negli scambi agroalimentari dell'Italia 9
1.2 Le principali dinamiche delle regioni 13

SECONDA PARTE

Il commercio agroalimentare dei prodotti del Made in Italy 33

2.1 L'andamento generale del Made in Italy 35
2.2 Le dinamiche dei principali prodotti del Made in Italy 37

IL COMMERCIO AGROALIMENTARE DELLE REGIONI ITALIANE

PRIMA PARTE

COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

1.1 Il ruolo delle regioni negli scambi agroalimentari dell'Italia*

Nel 2014 il Nord conferma il ruolo di assoluto rilievo negli scambi agroalimentari nazionali nonostante la contrazione del proprio peso sull'import agroalimentare nazionale (tabella 1.1), che nel 2014 risulta di poco inferiore al 72% (rispetto al 72,7% del 2013). Di contro è in leggero aumento il peso di quest'area sulle esportazioni dell'agroalimentare italiano, pari al 70,4% nell'ultimo anno di riferimento. Si riduce al contrario l'incidenza dell'area centrale, in particolare del Lazio, sull'export agroalimentare dell'Italia sebbene tali cambiamenti risultino molto contenuti. Riguardo all'import è invece soprattutto il Sud ad incrementare la propria quota di quasi un punto per-

Tabella 1.1 Peso delle singole regioni sugli scambi nazionali nel 2014

	Settore Primario		Industria Alimentare		Bevande		Totale Agroalimentare		Bilancia Commerciale	
	Import	Export	Import	Export	Import	Export	Import	Export	Import	Export
Piemonte	15,03	7,07	6,07	12,99	15,80	21,53	9,13	13,57	7,84	10,74
Valle d'Aosta	0,01	0,02	0,03	0,06	0,20	0,56	0,03	0,15	0,06	0,15
Liguria	3,75	4,48	1,71	1,49	7,96	0,62	2,54	1,81	2,35	1,78
Lombardia	16,98	6,24	26,64	20,21	36,87	13,10	23,66	16,35	30,96	27,53
Trentino-A.A.	1,52	11,37	4,29	3,48	4,08	7,73	3,37	5,63	1,68	1,83
Veneto	17,53	13,32	15,14	11,74	12,40	27,24	15,62	14,98	11,03	13,60
Friuli V.G.	3,23	2,18	1,18	2,42	1,25	1,59	1,81	2,20	1,78	3,02
Emilia Romagna	12,66	14,10	17,68	19,33	11,87	6,13	15,71	15,68	8,51	13,31
Marche	0,94	0,55	1,06	1,02	0,52	0,93	0,99	0,91	1,99	3,14
Toscana	3,32	4,55	6,05	4,60	1,25	11,45	4,96	5,91	5,63	8,03
Umbria	0,78	2,38	1,68	1,84	0,42	0,51	1,33	1,66	0,64	0,86
Lazio	3,46	3,92	4,88	2,32	4,16	1,63	4,36	2,44	7,55	4,60
Campania	8,44	7,69	4,83	10,14	0,79	1,00	5,76	7,84	3,09	2,37
Abruzzo	1,08	0,85	1,07	1,52	0,59	1,95	1,05	1,48	0,97	1,74
Molise	0,03	0,04	0,17	0,36	0,13	0,08	0,12	0,25	0,10	0,09
Puglia	7,24	10,90	3,82	2,93	0,44	1,81	4,73	4,04	2,46	2,04
Basilicata	0,28	0,72	0,17	0,11	0,04	0,04	0,20	0,20	0,21	0,28
Calabria	0,67	0,64	0,70	0,65	0,06	0,08	0,66	0,53	0,15	0,08
Sicilia	1,76	8,34	2,25	2,11	0,78	1,61	2,02	3,06	4,90	2,42
Sardegna	1,22	0,19	0,56	0,66	0,38	0,39	0,76	0,52	2,37	1,17
ITALIA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

** I dati relativi agli scambi agroalimentari regionali si basano sul sistema di classificazione armonizzato dei prodotti a sei "posizioni" (SH6). Il valore somma delle regioni italiane potrebbe differire da quello riportato nelle tabelle nazionali per il diverso dettaglio dei dati di origine.*

centuale, grazie all'aumento molto rilevante degli acquisti dall'estero da parte della Puglia.
Lombardia, Emilia Romagna, Veneto e Piemonte si confermano le principali regioni italiane per valore degli scambi agroalimentari, incrementando ulteriormente il proprio peso sull'export, che raggiunge complessivamente il 60,6% nel 2014, e riducendo invece leggermente l'incidenza sull'import (64,1% nel 2014). Nel 2014 la Lombardia è la prima regione per scambi agroalimentari con l'estero sia dal lato dell'export, con una quota in crescita pari al 16,4% del totale nazionale, sia per l'import, dove l'incidenza regionale è stabile rispetto al 2013 (23,7%). Si riduce invece sia per l'import che per l'export il peso dell'Emilia Romagna, seconda regione italiana per gli scambi agroalimentari con l'estero. L'incidenza di questa regione è del 15,7% nel 2014 per entrambi i flussi commerciali. Nettamente più contenuto è invece il valore degli scambi nell'area centromeridionale, pari a poco più del 27% del totale nazionale per l'export e al 30% dell'import; in questa area la regione con la quota più elevata di commercio con l'estero agroalimentare è la Campania, sia per i flussi in entrata (5,8%) che per quelli in uscita (7,8%).
La scomposizione della bilancia agroindustriale mostra come l'incidenza dell'area settentrionale aumenti ulteriormente se si guarda ai prodotti trasformati. Le regioni del Nord concentrano, infatti, circa il 72% dei flussi relativi all'industria alimentare (escluse le bevande) e la sola Lombardia detiene una quota pari al 20% delle importazioni e a quasi il 27% delle esportazioni. Il peso complessivo dell'area meridionale negli scambi

Tabella 1.2 Peso dei prodotti Agroalimentari sugli scambi con l'estero per regione nel 2014 (quote percentuali)

2014	Agroalimentare/ Bilancia commerciale			Settore Primario/ Bilancia commerciale			Industria Alimentare e Bevande/ Bilancia commerciale		
	Import	Export	Imp.+Exp.	Import	Export	Imp.+Exp.	Import	Export	Imp.+Exp.
Piemonte	13,45	11,03	11,98	6,92	0,98	3,32	6,52	10,05	8,66
Valle d'Aosta	5,72	8,60	7,88	0,54	0,23	0,31	5,17	8,37	7,57
Liguria	12,47	8,91	10,84	5,75	3,75	4,84	6,71	5,16	6,00
Lombardia	8,82	5,18	7,01	1,98	0,34	1,16	6,84	4,82	5,83
Trentino-A.A.	23,07	26,90	25,17	3,26	9,25	6,55	19,81	17,65	18,62
Veneto	16,34	9,62	12,44	5,74	1,46	3,25	10,60	8,16	9,19
Friuli V.G.	11,71	6,35	8,20	6,54	1,07	2,96	5,17	5,28	5,24
Emilia Romagna	21,30	10,29	14,29	5,37	1,58	2,95	15,93	8,71	11,33
Marche	5,75	2,55	3,70	1,70	0,26	0,78	4,05	2,29	2,92
Toscana	10,17	6,42	7,86	2,13	0,84	1,34	8,04	5,58	6,53
Umbria	24,20	16,73	19,69	4,43	4,09	4,23	19,77	12,64	15,46
Lazio	6,66	4,63	5,84	1,65	1,27	1,50	5,01	3,36	4,34
Campania	21,56	28,83	24,92	9,87	4,82	7,53	11,68	24,01	17,39
Abruzzo	12,47	7,42	9,10	4,02	0,72	1,81	8,46	6,70	7,28
Molise	14,11	23,05	18,68	1,15	0,65	0,89	12,96	22,43	17,80
Puglia	22,22	17,33	19,86	10,63	7,96	9,34	11,59	9,38	10,52
Basilicata	10,94	6,02	7,97	4,89	3,75	4,20	6,07	2,28	3,78
Calabria	49,26	56,90	52,10	15,57	11,70	14,13	33,70	45,20	37,96
Sicilia	4,77	11,01	6,99	1,30	5,12	2,66	3,47	5,89	4,33
Sardegna	3,69	3,92	3,77	1,86	0,24	1,29	1,83	3,68	2,49
ITALIA	11,54	8,73	10,06	3,61	1,49	2,49	7,80	7,18	7,47

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

di trasformati non supera, invece, il 13,6% dal lato delle importazioni e il 18,5% per le esportazioni. Nell'area settentrionale, oltre alla Lombardia detengono quote superiori al 10% degli scambi di trasformati anche l'Emilia Romagna, il Veneto e il Piemonte (soltanto per l'export), mentre al Centro-Sud è solo la Campania a superare tale soglia, per le sole esportazioni. Analizzando il comparto delle bevande, il peso dell'area settentrionale supera il 78% per i flussi in uscita e il 90% per quelli in entrata. Anche in questo caso è la Lombardia ad occupare un posto di assoluto rilievo negli scambi con l'estero e, in particolare, nelle importazioni di bevande che rappresentano nel 2014 quasi il 37% del totale nazionale. Dal lato delle esportazioni di bevande è invece il Veneto a detenere il primato, con una quota in crescita di quasi due punti percentuali rispetto al 2013, e pari al 27,2% nel 2014. In leggera contrazione è invece la quota detenuta dal Piemonte, seconda regione per export di bevande, che nel 2014 si attesta al 21,5%. Al centro si distingue la Toscana, con un peso sull'export di bevande stabile rispetto al 2013 e pari all'11,5% nell'ultimo anno di riferimento. Nessuna delle regioni del Sud raggiunge invece la quota del 2%, sia per l'import che per l'export di bevande e le uniche ad avvicinarsi a tale soglia, dal lato delle esportazioni, sono la Puglia (1,8%) e la Sicilia (1,6%). Il Sud evidenzia un'incidenza maggiore sugli scambi del settore primario, con un peso superiore al 20% sull'import e vicino al 30% sull'export.

Tabella 1.3 Gli scambi con l'estero di prodotti Agroalimentari per regione nel 2014 (valori in milioni di euro)

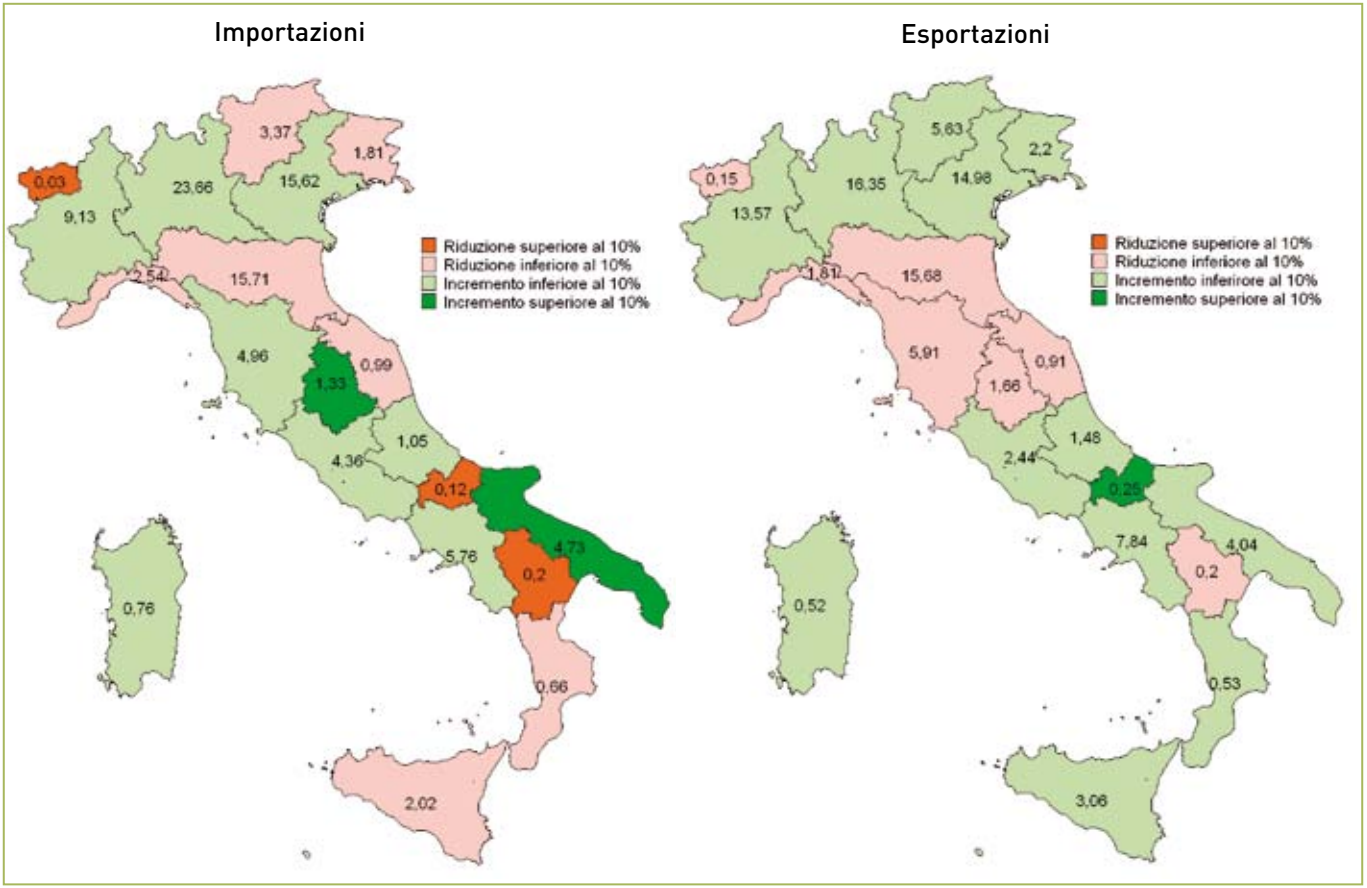
	2014				Variazione percentuale rispetto al 2013		
	Import	Export	Saldo	Sn %	Import	Export	Sn [1]
Piemonte	3.743,3	4.713,9	970,6	11,5	2,4	3,9	0,7
Valle d'Aosta	11,6	52,3	40,7	63,7	-17,7	-4,6	4,6
Liguria	1.040,8	630,6	-410,2	-24,5	-0,8	-3,8	-1,5
Lombardia	9.697,1	5.680,3	-4.016,8	-26,1	3,1	6,0	1,3
Trentino-A. Adige	1.379,8	1.957,5	577,7	17,3	-7,2	0,6	3,9
Veneto	6.402,6	5.204,5	-1.198,1	-10,3	5,1	2,6	-1,2
Friuli V.G.	741,3	763,1	21,8	1,4	-0,5	8,4	4,3
Emilia Romagna	6.438,7	5.449,1	-989,6	-8,3	-0,8	-0,4	0,2
Marche	406,5	317,8	-88,7	-12,2	-4,8	-3,8	0,5
Toscana	2.033,9	2.052,9	19,0	0,5	3,5	-1,5	-2,5
Umbria	546,6	575,2	28,6	2,5	22,2	-1,6	-10,7
Lazio	1.786,3	846,6	-939,7	-35,7	5,2	5,3	0,0
Campania	2.362,7	2.723,3	360,6	7,1	6,2	2,0	-2,0
Abruzzo	428,3	514,6	86,3	9,2	1,1	1,2	0,1
Molise	50,1	85,6	35,5	26,2	-17,1	35,3	23,8
Puglia	1.939,4	1.404,9	-534,5	-16,0	24,8	0,4	-10,7
Basilicata	81,5	68,2	-13,3	-8,9	-14,1	-8,1	3,3
Calabria	270,6	184,3	-86,3	-19,0	-3,1	4,7	3,7
Sicilia	828,9	1.062,0	233,1	12,3	-3,8	3,8	3,7
Sardegna	310,6	182,0	-128,6	-26,1	7,6	3,2	-2,0

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

La Puglia, nonostante una leggera contrazione del suo peso, si conferma nel 2014 la principale regione meridionale per le esportazioni del settore primario, con una incidenza di circa l'11% del valore nazionale. Le altre tre regioni a superare la soglia del 10% sull'export nazionale di prodotti agricoli sono invece al Nord (Emilia Romagna, Veneto e Trentino-A. A.) e per tutte si registra un peso stabile o in leggera riduzione rispetto al 2013. Sempre al Nord sono concentrate anche le prime tre regioni per valore delle importazione del settore primario, con quote superiori al 15% sul totale dell'Italia: Piemonte, Lombardia e Veneto. Mentre al Centro-Sud è la Campania a detenere il primato, con un peso dell'8,4% sull'import nazionale del settore primario.

Grafico 1.1 Variazione degli scambi agroalimentari per regione 2014/2013 (%)



Nota: i valori riportati all'interno delle regioni rappresentano il peso delle importazioni/esportazioni agroalimentari delle singole regioni sulle importazioni/esportazioni agroalimentari dell'Italia, nel 2014.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

1.2 Le principali dinamiche delle regioni

Analizzando l'andamento degli scambi regionali dei prodotti agroalimentari (tabella 1.3 e grafico 1.1), si evidenzia sia nell'import che nell'export un trend fortemente differenziato. Nonostante l'incremento complessivo degli scambi a livello nazionale, a livello territoriale l'import si riduce per metà delle regioni mentre per l'export sono sette le regioni che evidenziano un andamento negativo. Tale andamento differenziato si riscontra sia nel settore primario che in quello dei trasformati e delle bevande.
Riguardo agli scambi del settore primario (tabella 1.4 e grafico 1.2), per 11 regioni, distribuite su tutto il territorio nazionale, l'export si riduce nel 2014 rispetto all'anno precedente. Tra queste va segnalata la riduzione del 9% della Liguria, in gran parte legata alle minori vendite all'estero di prodotti del florovivaismo. Quest'ultimo, con circa 170 milioni di euro di export nel 2014, rappresenta il principale comparto di esportazione della regione e mostra una netta contrazione rispetto al 2013 (-6,8%). Anche per tre delle quattro regioni del centro il 2014 segna una contrazione dell'export del settore primario. Nel caso della Toscana,

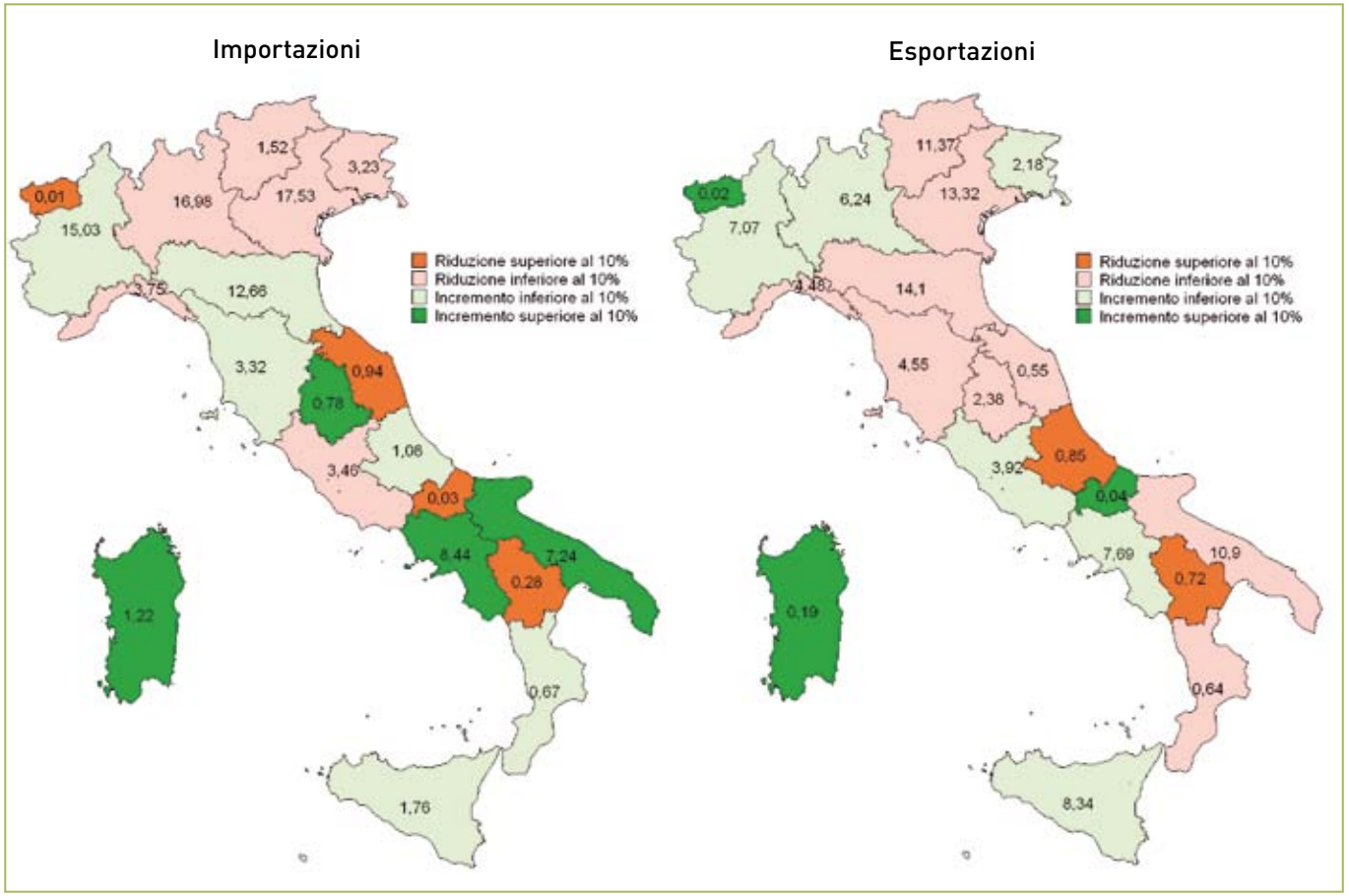
Tabella 1.4 Gli scambi con l'estero del Settore Primario per regione nel 2014 (valori in milioni di euro)

	2014				Variazione percentuale rispetto al 2013		
	Import	Export	Saldo	Sn %	Import	Export	Sn [1]
Piemonte	1.927,3	418,7	-1.508,6	-64,3	0,4	6,1	1,6
Valle d'Aosta	1,1	1,4	0,3	12,0	-35,6	16,0	29,2
Liguria	480,3	265,5	-214,8	-28,8	-2,6	-8,9	-3,1
Lombardia	2.177,6	369,5	-1.808,1	-71,0	-2,7	7,9	2,6
Trentino-A. Adige	194,9	673,3	478,4	55,1	-1,0	-2,8	-0,6
Veneto	2.247,4	788,3	-1.459,1	-48,1	-3,3	-2,4	0,4
Friuli V.G.	413,7	129,0	-284,7	-52,5	-4,0	2,9	2,5
Emilia Romagna	1.623,2	834,5	-788,7	-32,1	2,6	-0,6	-1,4
Marche	120,4	32,5	-87,9	-57,5	-16,6	-5,9	3,9
Toscana	425,2	269,4	-155,8	-22,4	4,0	-5,3	-4,5
Umbria	100,1	140,7	40,6	16,9	23,8	-5,4	-12,7
Lazio	443,6	232,3	-211,3	-31,3	-4,8	6,5	5,0
Campania	1.082,0	455,1	-626,9	-40,8	12,4	2,8	-3,8
Abruzzo	137,9	50,1	-87,8	-46,7	4,2	-15,3	-8,5
Molise	4,1	2,4	-1,7	-26,2	-54,4	11,6	35,0
Puglia	927,6	645,0	-282,6	-18,0	43,4	-7,6	-21,7
Basilicata	36,4	42,5	6,1	7,7	-11,5	-11,1	0,2
Calabria	85,5	37,9	-47,6	-38,6	4,7	-6,7	-5,0
Sicilia	225,8	493,6	267,8	37,2	6,1	6,6	0,2
Sardegna	157,0	11,0	-146,0	-86,9	18,1	18,2	0,0

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Grafico 1.2 Variazione degli scambi del Settore Primario per regione 2014/2013 (%)



Nota: i valori riportati all'interno delle regioni rappresentano il peso delle importazioni/esportazioni del settore primario delle singole regioni sulle importazioni/esportazioni del settore primario dell'Italia, nel 2014.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

come per la Liguria, è il calo nelle vendite di prodotti del florovivaismo ad incidere sull'andamento negativo. Al Sud va evidenziata la riduzione della Puglia nell'export di prodotti agricoli (-7,6%), imputabile in larga parte all'andamento delle esportazioni di prodotti ortofrutticoli freschi. Tra le regioni che hanno invece incrementato le proprie vendite all'estero di prodotti primari, da segnalare al Nord il Piemonte, al Centro il Lazio e al Sud la Sicilia, con incrementi che superano il 6%. Nelle tre regioni un ruolo importante nell'andamento positivo è ricoperto dall'export di frutta fresca. In Sicilia pesa inoltre l'incremento delle vendite di legumi e ortaggi freschi mentre nel Lazio si rileva il netto aumento dell'export di frutta secca (+47%), che rappresenta nel 2014 il quarto comparto per valore di export della regione. Andamenti differenziati si riscontrano anche dal lato dell'import di prodotti del settore

primario. Tra le principali regioni del Nord la Lombardia e il Veneto evidenziano una riduzione del 2-3% dell'import, mentre della stessa entità è la crescita degli acquisti dell'Emilia Romagna. In entrambe le regioni che riducono l'import, tale andamento è legato in misura rilevante ai minori acquisti in valore di cereali e animali vivi. Mentre all'andamento dell'Emilia Romagna concorrono proprio il maggiore import di animali vivi, insieme a quello dei frutti oleosi, con incrementi in entrambi i casi superiori al 10%. Al Centro le maggiori variazioni per l'import del settore riguardano le Marche (-16,6%) e l'Umbria (+23,8%). Alla dinamiche delle Marche concorrono diversi comparti, tra cui quelli dei cereali, della frutta fresca e dei prodotti della silvicoltura. Anche per l'Umbria sono numerosi i comparti che incidono sulla crescita dell'import, tra cui quelli del tabacco, dei cereali e della frutta secca. Al Sud cresce in misura rilevante l'import di prodotti primari per le due principali regioni importatrici dell'area meridionale: Campania (+12,4%) e Puglia (+43,4%). Per la Puglia tale crescita è imputabile principalmente al netto incremento, sia in valore che in quantità, dell'import di cereali, primo comparto di importazione della regione.

Riguardo agli andamenti degli scambi con l'estero dei prodotti trasformati (escluse le bevande), dal lato delle esportazioni va segnalata la performance delle regioni del Nord, che mostrano tutte un incremento del valore delle vendite all'estero di tali prodotti (tabella 1.5 e grafico 1.3). Sia per la Lombardia che per il Piemonte l'incre-

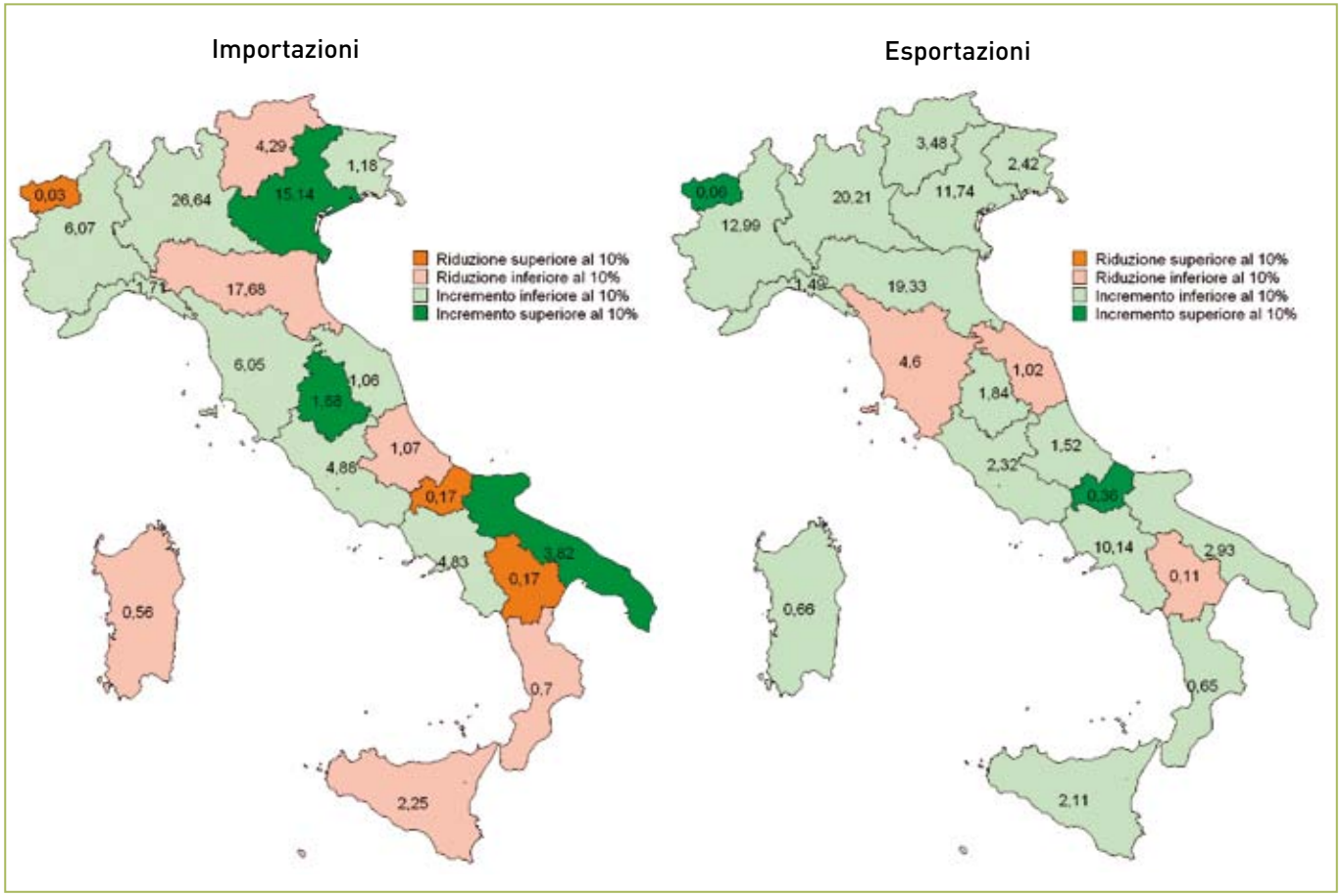
Tabella 1.5 Gli scambi con l'estero dell'Industria Alimentare (escluse le bevande) per regione nel 2014 (valori in milioni di euro)

	2014				Variazione percentuale rispetto al 2013		
	Import	Export	Saldo	Sn %	Import	Export	Sn [1]
Piemonte	1.596,7	2.818,2	1.221,5	27,7	5,0	6,0	0,5
Valle d'Aosta	7,7	12,2	4,5	22,6	-19,9	32,9	24,9
Liguria	450,0	323,0	-127,0	-16,4	0,2	0,1	-0,1
Lombardia	7.007,8	4.385,2	-2.622,6	-23,0	5,5	5,3	-0,1
Trentino-A. Adige	1.128,2	754,0	-374,2	-19,9	-8,5	2,1	5,2
Veneto	3.983,0	2.548,0	-1.435,0	-22,0	10,3	3,2	-3,2
Friuli V.G.	310,1	525,1	215,0	25,7	6,7	7,9	0,5
Emilia Romagna	4.650,8	4.194,1	-456,7	-5,2	-0,7	1,9	1,3
Marche	278,9	221,8	-57,1	-11,4	0,4	-4,9	-2,7
Toscana	1.591,4	998,2	-593,2	-22,9	3,6	-2,7	-3,0
Umbria	440,7	399,3	-41,4	-4,9	22,2	1,4	-9,3
Lazio	1.284,9	502,4	-782,5	-43,8	8,2	5,3	-1,1
Campania	1.269,6	2.199,5	929,9	26,8	1,6	1,4	-0,1
Abruzzo	282,2	330,7	48,5	7,9	-0,8	1,7	1,2
Molise	44,2	77,5	33,3	27,4	-10,1	39,8	21,4
Puglia	1.005,7	636,0	-369,7	-22,5	11,9	8,8	-1,3
Basilicata	44,6	22,9	-21,7	-32,1	-16,5	-2,9	6,6
Calabria	184,2	141,0	-43,2	-13,3	-6,4	9,5	7,6
Sicilia	592,3	458,2	-134,1	-12,8	-3,5	4,6	4,0
Sardegna	148,4	144,0	-4,4	-1,5	-2,4	1,5	2,0

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Grafico 1.3 Variazione degli scambi dell'Industria Alimentare (escluse le bevande) per regione 2014/2013 (%)



Nota: i valori riportati all'interno delle regioni rappresentano il peso delle importazioni/esportazioni dell'industria alimentare (escl. bevande) delle singole regioni sulle importazioni/esportazioni dell'industria alimentare (escl. bevande) dell'Italia, nel 2014.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

mento supera il 5% ed è in gran parte legato all'ottima performance delle vendite di zucchero e prodotti dolciari, derivati dei cereali, prodotti lattiero-caseari e trasformati della carne. Più contenuto è invece l'aumento dell'export di trasformati del Veneto (+3,2%) ed dell'Emilia Romagna (+1,9%). Per quest'ultima, l'incremento delle vendite di carni preparate, derivati dei cereali e ortaggi trasformati più che compensa la riduzione dell'export di altri importati comparti, come quello degli "oli e grassi" e della frutta trasformata. Per tre regioni del Centro-Sud (Marche, Toscana e Basilicata) si rileva una riduzione dell'export di trasformati rispetto al 2013. Per le Marche ad incidere è soprattutto la riduzione dell'export di panelli e mangimi (-13,5%) e di pesce lavorato e conservato (-8,9%), rispettivamente primo e quarto comparto di esportazione della regione. Per la Toscana, la riduzione riguarda soprattut-

to i derivati dei cereali (-6,4%) e gli ortaggi trasformati (- 15%). Tra i prodotti trasformati esportati dalla Basilicata, sono invece principalmente gli "oli e grassi" e gli ortaggi trasformati a giustificare la riduzione riscontrata. Tra le principali regioni per export di prodotti trasformati del Centro-Sud vanno segnalate le performance positive di Lazio, Sicilia e Puglia. Quest'ultima, in particolare, mostra incrementi rilevanti nell'export di tutti i principali prodotti trasformati, tra cui gli ortaggi (+9%) e i derivati dei cereali (+10,2%). Per il Lazio incrementi rilevanti si riscontrano nell'export di "oli e grassi" e di frutta trasformata; quest'ultima mostra una crescita importante anche nell'export della Sicilia, dove rappresenta il secondo comparto per valore di esportazioni a livello regionale. Riguardo all'import di prodotti trasformati (escluse bevande), va segnalato il calo del Trentino-Alto Adige. Questa regione pesa per oltre il 4% sull'import nazionale di prodotti dell'industria alimentare e mostra una riduzione dell'8,5% nell'acquisto dall'estero di tali prodotti. A tale andamento contribuiscono tutti i principali comparti di importazione della regione, come i prodotti dolciari, quelli lattiero-caseari (-11%) e i derivati dei cereali (-20%). Crescono invece di oltre il 5% le importazioni di trasformati di Lombardia e Piemonte. Per il Piemonte incide l'andamento delle importazioni dei comparti "cacao, caffè, tè e spezie" e "zucchero e prodotti dolciari", rispettivamente primo e secondo comparto per valore di import a livello regionale. Per la Lombardia, l'incremento delle importazioni di numerosi comparti, tra cui "pesce lavorato e conservato", "panelli e mangimi" e "oli

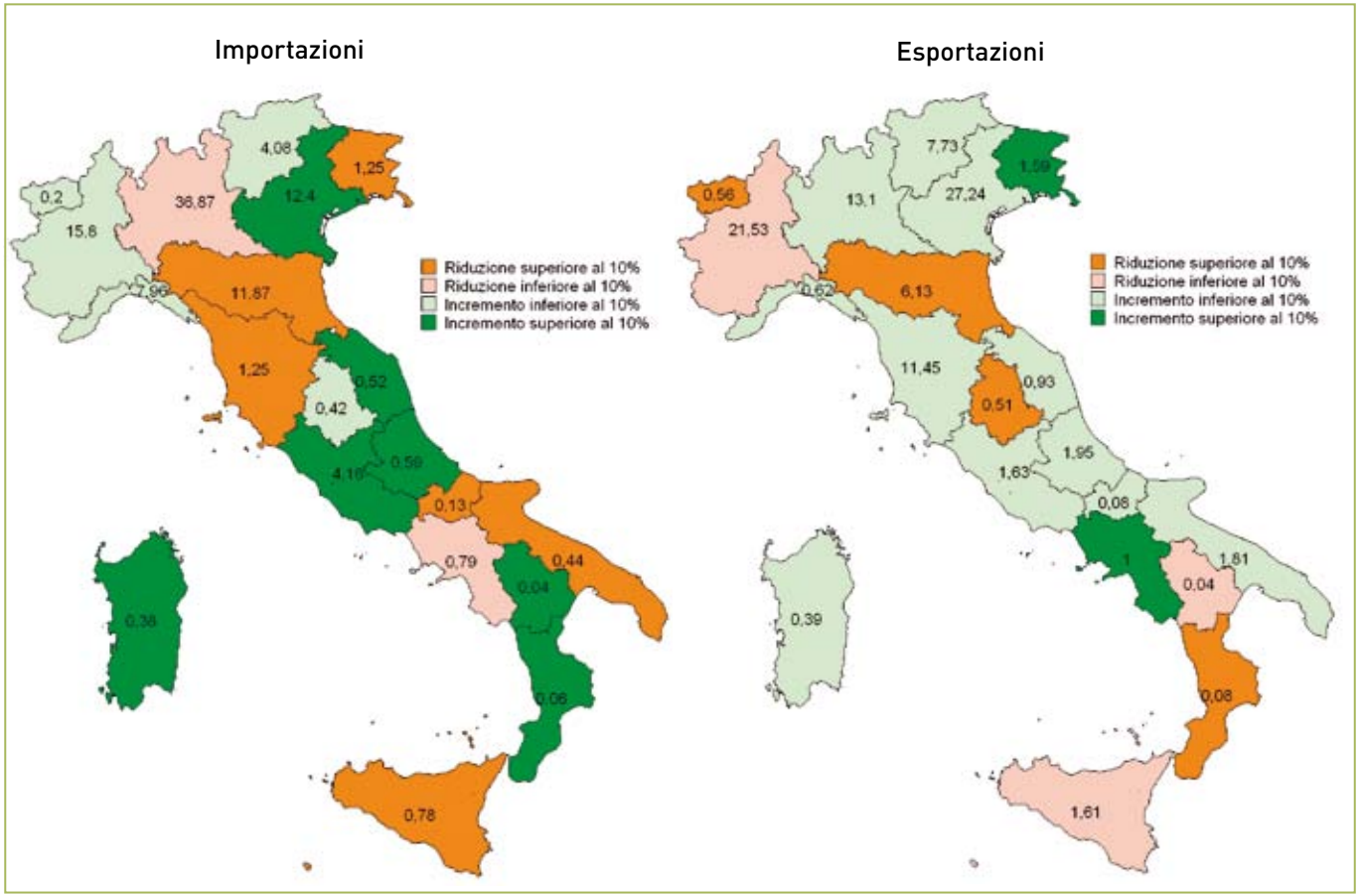
Tabella 1.6 Gli scambi con l'estero delle Bevande per regione nel 2014 (valori in milioni di euro)

	2014				Variazione percentuale rispetto al 2013		
	Import	Export	Saldo	Sn %	Import	Export	Sn [1]
Piemonte	219,3	1.477,0	1.257,7	74,1	1,4	-0,4	-0,4
Valle d'Aosta	2,8	38,7	35,9	86,5	0,4	-12,8	-1,7
Liguria	110,5	42,2	-68,3	-44,7	3,1	1,4	-0,7
Lombardia	511,8	898,6	386,8	27,4	-2,7	8,5	5,1
Trentino-A. Adige	56,6	530,2	473,6	80,7	1,4	2,9	0,3
Veneto	172,2	1.868,2	1.696,0	83,1	11,3	4,1	-1,0
Friuli V.G.	17,4	109,0	91,6	72,5	-25,2	18,4	12,8
Emilia Romagna	164,8	420,4	255,6	43,7	-28,0	-18,6	5,1
Marche	7,2	63,5	56,3	79,6	40,9	1,3	-5,3
Toscana	17,4	785,3	767,9	95,7	-15,6	1,6	0,9
Umbria	5,8	35,2	29,4	71,7	0,5	-15,7	-4,0
Lazio	57,8	111,9	54,1	31,9	30,1	3,4	-9,9
Campania	11,0	68,7	57,7	72,4	-9,7	19,6	7,4
Abruzzo	8,2	133,8	125,6	88,5	14,7	7,9	-0,6
Molise	1,8	5,8	4,0	52,6	-19,8	0,1	8,5
Puglia	6,1	124,0	117,9	90,6	-31,6	5,3	4,7
Basilicata	0,6	2,9	2,3	65,7	33,6	-0,4	-7,6
Calabria	0,9	5,4	4,5	71,4	28,9	-19,4	-9,6
Sicilia	10,8	110,2	99,4	82,1	-68,9	-9,9	26,4
Sardegna	5,3	27,0	21,7	67,2	39,0	6,9	-6,6

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Grafico 1.4 Variazione degli scambi delle Bevande per regione 2014/2013 (%)



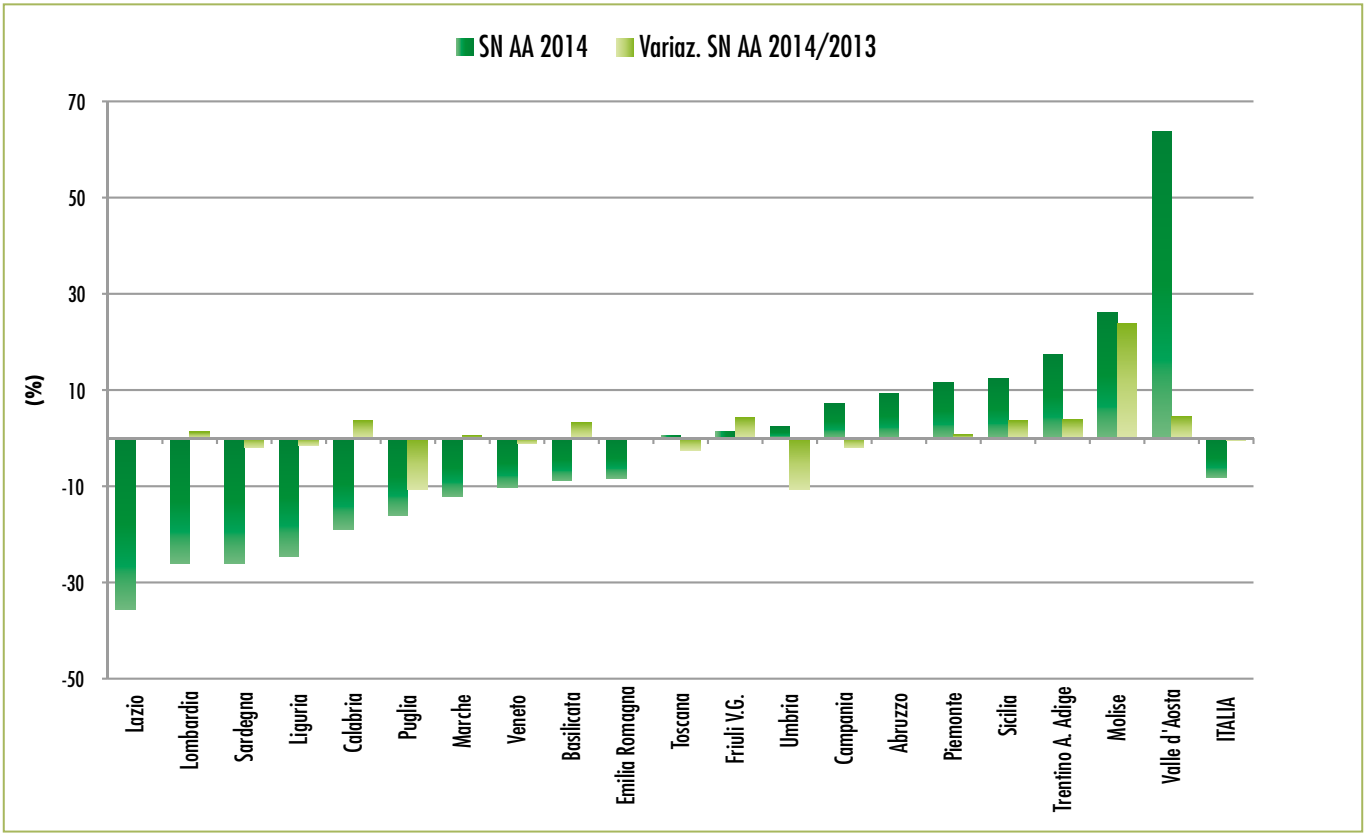
Nota: i valori riportati all'interno delle regioni rappresentano il peso delle importazioni/esportazioni di bevande delle singole regioni sulle importazioni/esportazioni di bevande dell'Italia, nel 2014.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

e grassi", più che compensa la contrazione degli acquisti dall'estero del principale comparto di import per la regione: i prodotti lattiero-caseari. Al Centro-Sud, come per l'export, anche per l'import di trasformati Lazio e Puglia mostrano incrementi rilevanti. Per il Lazio incidono soprattutto gli acquisti di "panelli e mangimi" mentre in Puglia sono soprattutto le maggiori importazioni di "oli e grassi" e "pesce lavorato e conservato" a giustificare l'incremento riscontrato.

Per quanto riguarda le bevande (tabella 1.6 e grafico 1.4), da segnalare l'ottima performance della Lombardia che incrementa le proprie esportazioni dell'8,5%, grazie soprattutto all'andamento delle vendite all'estero di bevande non alcoliche. Di rilievo anche l'incremento del Veneto (+4,1%), principale regione italiana per l'export del settore; in questo caso è il vino, primo comparto di esportazione della regione, a giustificale il trend. Alla riduzione delle vendite all'estero di vino

Grafico 1.5 Andamento del saldo normalizzato (SN) agroalimentare (AA) - 2014/2013



Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

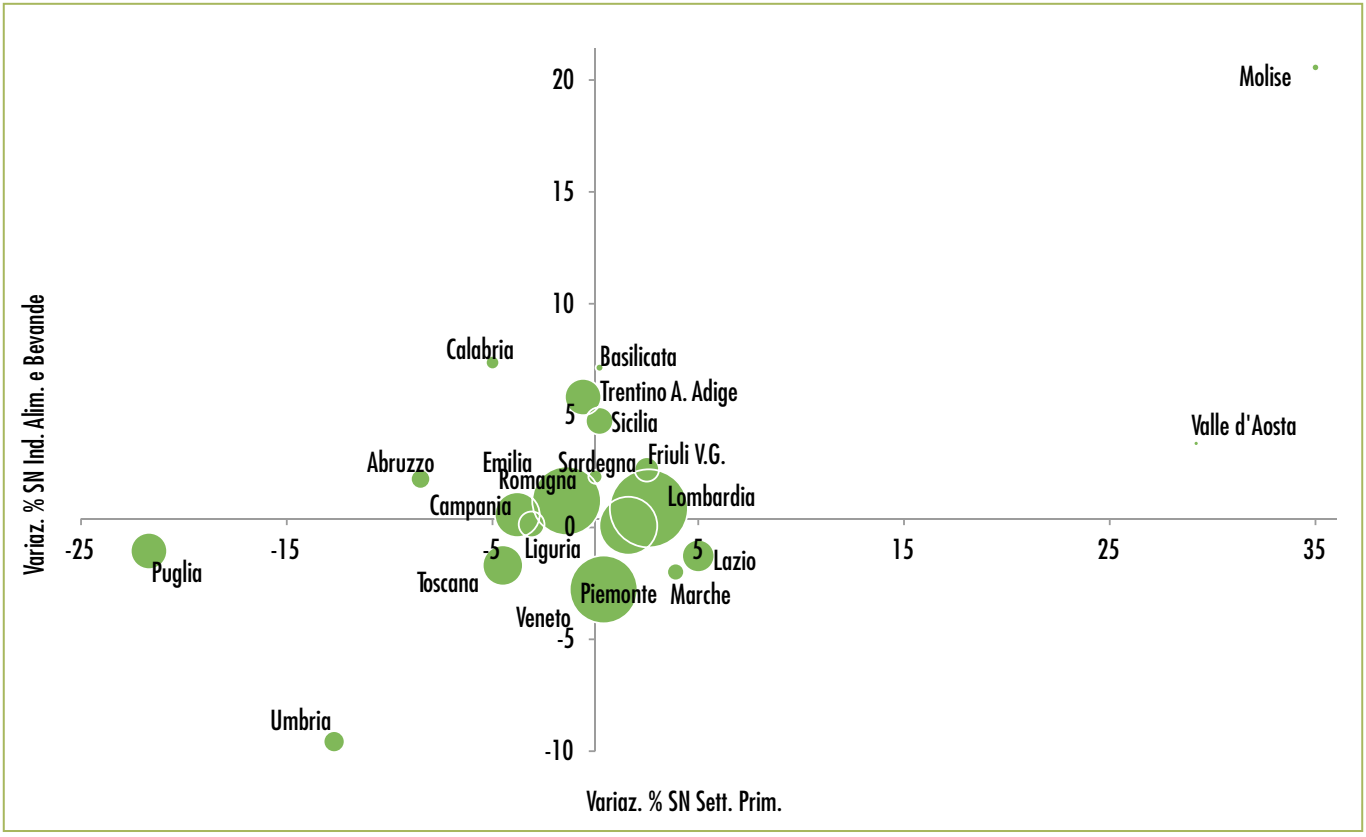
è invece in larga parte imputabile la netta contrazione dell'export di bevande per l'Emilia Romagna. Per le due principali regioni esportatrici del settore bevande nell'area centromeridionale (Toscana e Abruzzo), si rincontra una crescita del valore delle esportazioni del settore rispetto al 2013. Dal lato delle importazioni, un dato rilevante è il calo degli acquisti dall'estero della Lombardia (-2,7%), prima regione italiana per valore di import del settore. Come già riscontrato per l'export, anche l'import di bevande dell'Emilia Romagna mostra una netta contrazione (-25,2%); tale andamento è imputabile al trend delle importazioni di vino e altre bevande alcoliche. Al Centro-Sud va segnalato il significativo incremento di importazioni da parte del Lazio (+30%), unica regione dell'area centromeridionale a superare la soglia dei 50 milioni di import di bevande nel 2014. Tale risultato è legato soprattutto alle maggiori importazioni di vino, più che raddoppiate sia in valore che in quantità rispetto al 2013, e che hanno superato i 13,5 milioni di euro nel 2014.

L'analisi dei saldi normalizzati (SN) a livello regionale e delle loro variazioni rispetto al 2013 (grafico 1.5) aiuta a interpretare meglio gli effetti delle dinamiche descritte sugli scambi agroalimentari delle singole regioni. Os-

servando il grafico 1.5 si nota come le regioni con saldo negativo siano 11 nel 2014. Di queste, alcune mostrano un miglioramento del saldo normalizzato, come Lombardia, Calabria, Marche e Basilicata. Per la Lombardia tale risultato deriva dall'aumento dell'export superiore a quello dell'import, per la Calabria è invece il frutto dell'andamento contrapposto tra esportazioni (+4,7%) e importazioni (-3,1%); nel caso delle Marche e della Basilicata è la maggiore riduzione dell'import rispetto all'export a produrre un miglioramento dell'indice. Nel caso della Puglia si riscontra, invece, un netto peggioramento dell'indice, dovuto al significativo aumento delle importazioni agroalimentari a fronte di esportazioni sostanzialmente stabili rispetto al 2013. Tra le regioni con saldo normalizzato positivo, va evidenziato il caso del Friuli Venezia Giulia che, grazie all'incremento dell'export a fronte di una leggera riduzione dell'import, migliora di oltre quattro punti percentuali il saldo normalizzato che risulta positivo nel 2014. Il miglioramento più marcato riguarda il saldo normalizzato del Molise, grazie al netto incremento dei flussi agroalimentari in uscita (+35,3%) in un contesto di forte riduzione delle importazioni (-17,1%).

Il grafico 1.6 mostra la scomposizione, tra settore primario e industria alimentare (incluse le bevande), dell'andamento del saldo normalizzato, consentendo di cogliere gli effetti complessivi dei due settori sulle dinamiche regionali degli scambi internazionali. Trova conferma la marcata differenziazione degli andamenti a livello regionale precedentemente evidenziata, con le regioni che si distribuiscono nei quattro quadranti. Sei regioni, tre del Nord e tre del Sud, si collocano nel primo quadrante, mostrando incrementi nel saldo normalizzato di entrambe le componenti. Di contro sono cinque le regioni nel terzo quadrante, con andamenti negativi sia per il settore primario che per i trasformati. Tra queste la Puglia si distingue per il risultato particolarmente negativo del saldo normalizzato per i prodotti agricoli, mentre per l'Umbria sono entrambi i settori a mostrare un peggioramento rilevante dell'indice. Per le altre regioni ci sono andamenti contrapposti tra settore primario e industria alimentare. Cinque di queste, tra cui Calabria, Campania ed Emilia Romagna, migliorano il saldo normalizzato dell'industria alimentare a fronte di un peggioramento nel settore primario; in tutti i casi, ad eccezione della Campania, tale andamento si traduce in un complessivo miglioramento del saldo normalizzato agroalimentare della regione. Le restanti quattro regioni, tutte del Centro-Nord, si collocano nel quarto quadrante, dato il miglioramento del saldo normalizzato del settore primario e il contestuale peggioramento di quello industriale. Va evidenziato come le variazioni dell'indice per queste ultime regioni non superano, sia in positivo che in negativo, la soglia dei cinque punti percentuali.

Grafico 1.6 Andamento del saldo normalizzato (SN) del Settore Primario e dell'Industria Alimentare (incluse le bevande) - 2014/2013



Nota: la dimensione delle sfere rappresenta il peso della regione sugli scambi agroalimentari dell'Italia.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Piemonte: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	3.960,6	6,98	-4,8	6
Valore Aggiunto Agricolo	1.970,3	6,24	-5,7	8
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	418,7	7,07	6,1	7
Industria Alimentare	2.818,2	12,99	6,0	3
Bevande	1.477,0	21,53	-0,4	2
Industria Alimentare e Bevande	4.295,3	15,04	3,7	4
Totale Agroalimentare	4.713,9	13,57	3,9	4
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	42.754,5	10,74	3,3	4
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	1.927,3	15,03	0,4	3
Industria Alimentare	1.596,7	6,07	5,0	4
Bevande	219,3	15,80	1,4	3
Industria Alimentare e Bevande	1.816,0	6,56	4,5	4
Totale Agroalimentare	3.743,3	9,13	2,4	4
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	27.838,0	7,84	3,4	5

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Prodotti dolciari a base di cacao	na	Caffè greggio	*na*
Vini confezionati	14,3	Lane sucide e pelo	5,7
Caffè torrefatto, non decafeinizzato	na	Bovini	5,3
Sfarinati e simili	5,9	Altri oli e grassi	5,2

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Francia	16,6	Francia	23,8
Germania	15,1	Germania	8,7
Regno Unito	8,5	Spagna	6,8
Stati Uniti d'America	6,6	Brasile	5,3
Svizzera	3,6	Paesi Bassi	5,1
Polonia	3,5	Turchia	4,3

Valle d'Aosta: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	100,7	0,18	-2,3	20
Valore Aggiunto Agricolo	57,7	0,18	-4,6	20
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	1,4	0,02	16,0	20
Industria Alimentare	12,2	0,06	32,9	20
Bevande	38,7	0,56	-12,8	14
Industria Alimentare e Bevande	50,9	0,18	-5,0	18
Totale Agroalimentare	52,3	0,15	-4,6	19
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	607,8	0,15	6,0	18
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	1,1	0,01	-35,6	20
Industria Alimentare	7,7	0,03	-19,9	20
Bevande	2,8	0,20	0,4	18
Industria Alimentare e Bevande	10,5	0,04	-15,3	20
Totale Agroalimentare	11,6	0,03	-17,7	20
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	202,9	0,06	-3,8	20

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Acque minerali	na	Malto ed estratti del malto	na
Birra di malto	na	Altri formaggi	na
Altri formaggi	na	Birra di malto	na
Altri prodotti caseari	na	Altri liquori	na

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Francia	59,5	Francia	39,2
Paesi Bassi	13,1	Germania	28,6
Svizzera	7,0	Paesi Bassi	11,5
Stati Uniti d'America	5,6	Panama	3,9
Libia	2,7	Spagna	3,8
Canada	2,6	Danimarca	2,7

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Liguria: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	690,1	1,22	-4,7	18
Valore Aggiunto Agricolo	455,9	1,44	-5,7	18
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	265,5	4,48	-8,9	10
Industria Alimentare	323,0	1,49	0,1	14
Bevande	42,2	0,62	1,4	15
Industria Alimentare e Bevande	365,2	1,28	0,3	14
Totale Agroalimentare	630,6	1,82	-3,8	12
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	7.075,8	1,78	10,2	14
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	480,3	3,75	-2,6	9
Industria Alimentare	450,0	1,71	0,2	11
Bevande	110,5	7,96	3,1	5
Industria Alimentare e Bevande	560,5	2,02	0,8	11
Totale Agroalimentare	1.040,8	2,54	-0,8	10
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	8.348,6	2,35	-13,0	8

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Talee e piante da frutta, di ortaggi e ornamentali	11,6	Altra frutta secca	*10,8*
		Banane	na
Olio di oliva vergine ed extravergine	9,2	Pesci lavorati	9,8
Fiori e fronde secche	8,8	Olio di oliva vergine ed extravergine	8,9
Kiwi	na		

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	21,0	Spagna	18,6
Francia	18,8	Francia	7,9
Paesi Bassi	9,2	Danimarca	7,6
Spagna	7,0	Germania	5,6
Stati Uniti d'America	5,7	Colombia	5,4
Regno Unito	3,2	Costarica	5,3

Lombardia: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	7.676,0	13,52	-2,1	1
Valore Aggiunto Agricolo	3.491,4	11,07	-0,5	1
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	396,5	6,70	7,9	8
Industria Alimentare	4.385,2	20,21	5,3	1
Bevande	898,6	13,10	8,5	3
Industria Alimentare e Bevande	5.283,8	18,50	5,8	1
Totale Agroalimentare	5.680,3	16,35	6,0	2
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	109.568,4	27,53	1,4	1
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	2.177,6	16,98	-2,7	2
Industria Alimentare	7.007,8	26,64	5,5	1
Bevande	511,8	36,86	-2,7	1
Industria Alimentare e Bevande	7.519,5	27,15	4,9	1
Totale Agroalimentare	9.697,1	23,66	3,1	1
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	109.939,7	30,96	-1,0	1

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Altri formaggi	12,9	Carni bovine	6,5
Panetteria e pasticceria	7,9	Pesci lavorati	5,3
Altri prodotti alimentari	6,4	Altri formaggi	5,2
Prodotti dolciari a base di cacao	5,7	Altri prodotti alimentari	4,1

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Francia	15,0	Francia	19,1
Germania	12,1	Germania	13,9
Regno Unito	8,5	Spagna	11,6
Stati Uniti d'America	7,7	Paesi Bassi	10,1
Svizzera	6,8	Belgio	4,3
Paesi Bassi	5,3	Polonia	2,9

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Trentino Alto Adige: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	2.008,6	3,54	-12,3	12
Valore Aggiunto Agricolo	1.456,3	4,62	-14,8	10
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	673,3	11,37	-2,8	3
Industria Alimentare	754,0	3,48	2,1	7
Bevande	530,2	7,73	2,9	5
Industria Alimentare e Bevande	1.284,2	4,50	2,4	7
Totale Agroalimentare	1.957,5	5,63	0,6	7
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	7.276,0	1,83	2,0	12
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	194,9	1,52	-1,0	12
Industria Alimentare	1.128,2	4,29	-8,5	8
Bevande	56,6	4,08	1,4	6
Industria Alimentare e Bevande	1.184,9	4,28	-8,1	8
Totale Agroalimentare	1.379,8	3,37	-7,2	9
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	5.982,1	1,68	2,4	14

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Mele	26,8	Zucchero e altri prod. saccariferi	*na*
Vini confezionati	21,6	Carni suine	20,3
Panetteria e pasticceria	na	Panetteria e pasticceria	6,2
Frutta preparata o conservata	6,7	Succhi di frutta	na

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	32,8	Germania	40,3
Stati Uniti d'America	11,4	Austria	23,1
Regno Unito	6,6	Paesi Bassi	7,2
Austria	6,2	Francia	6,7
Spagna	3,8	Resto Africa	6,4
Francia	3,8	Belgio	3,4

Veneto: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	5.894,6	10,38	-3,6	3
Valore Aggiunto Agricolo	2.825,6	8,96	-4,1	4
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	788,3	13,32	-2,4	2
Industria Alimentare	2.548,0	11,74	3,2	4
Bevande	1.868,2	27,24	4,1	1
Industria Alimentare e Bevande	4.416,2	15,47	3,6	3
Totale Agroalimentare	5.204,5	14,98	2,6	3
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	54.116,6	13,60	2,9	2
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	2.247,4	17,53	-3,3	1
Industria Alimentare	3.983,0	15,14	10,3	3
Bevande	172,2	12,40	11,3	4
Industria Alimentare e Bevande	4.155,2	15,01	10,3	3
Totale Agroalimentare	6.402,6	15,62	5,1	3
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	39.183,8	11,03	5,1	2

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Vini confezionati	21,8	Cuoio e pelli	8,1
Spumanti	8,1	Bovini	7,0
Panetteria e pasticceria	4,6	Altri formaggi	6,7
Altri formaggi	4,2	Carni bovine	4,7

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	21,6	Germania	20,7
Regno Unito	9,6	Francia	15,2
Austria	8,1	Spagna	7,7
Stati Uniti d'America	7,4	Paesi Bassi	7,2
Francia	6,0	Austria	6,3
Svizzera	4,1	Polonia	3,4

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Friuli Venezia Giulia: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	1.129,9	1,99	-8,5	15
Valore Aggiunto Agricolo	509,8	1,62	-11,3	17
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	129,0	2,18	2,9	12
Industria Alimentare	525,1	2,42	7,9	9
Bevande	109,0	1,59	18,4	11
Industria Alimentare e Bevande	634,1	2,22	9,5	9
Totale Agroalimentare	763,1	2,20	8,4	11
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	12.012,0	3,02	5,3	8
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	413,7	3,23	-4,0	8
Industria Alimentare	310,1	1,18	6,7	14
Bevande	17,4	1,26	-25,2	9
Industria Alimentare e Bevande	327,6	1,18	4,3	13
Totale Agroalimentare	741,3	1,81	-0,5	12
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	6.328,6	1,78	0,3	13

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Caffè torrefatto, non decafeinizzato	na	Caffè greggio	*13,9*
Panetteria e pasticceria	16,7	Legno, sughero e bambù	13,3
Vini confezionati	9,6	Pesce fresco o refrigerato	7,1
Panelli, farine e mangimi	6,1	Altri formaggi	na

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	18,0	Slovenia	12,3
Austria	8,6	Germania	10,6
Stati Uniti d'America	7,9	Austria	9,5
Regno Unito	7,5	Brasile	5,9
Francia	6,8	Indonesia	4,7
Slovenia	6,7	Francia	4,2

Emilia Romagna: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	6.802,2	11,98	-3,3	2
Valore Aggiunto Agricolo	3.425,8	10,86	-3,9	2
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	834,5	14,10	-0,6	1
Industria Alimentare	4.194,1	19,33	1,9	2
Bevande	420,4	6,13	-18,6	6
Industria Alimentare e Bevande	4.614,5	16,16	-0,4	2
Totale Agroalimentare	5.449,1	15,68	-0,4	1
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	52.966,2	13,31	4,3	3
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	1.623,2	12,66	2,6	4
Industria Alimentare	4.650,8	17,68	-0,7	2
Bevande	164,8	11,87	-28,0	2
Industria Alimentare e Bevande	4.815,6	17,39	-1,9	2
Totale Agroalimentare	6.438,7	15,71	-0,8	2
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	30.228,8	8,51	5,6	4

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Altri formaggi	7,9	Carni suine	13,7
Altre carni suine preparate	6,9	Panelli, farine e mangimi	9,4
Conserve di pomodoro e pelati	5,5	Altri oli e grassi	8,5
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	na	Carni bovine	5,9

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	20,2	Germania	12,0
Francia	15,0	Francia	9,6
Regno Unito	6,8	Spagna	8,0
Stati Uniti d'America	5,8	Paesi Bassi	7,5
Spagna	4,5	Stati Uniti d'America	4,3
Paesi Bassi	2,9	Argentina	4,3

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Marche: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	1.445,9	2,55	-2,0	13
Valore Aggiunto Agricolo	679,0	2,15	-4,2	14
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	32,5	0,55	-5,9	17
Industria Alimentare	221,8	1,02	-4,9	15
Bevande	63,5	0,93	1,3	12
Industria Alimentare e Bevande	285,4	1,00	-3,6	15
Totale Agroalimentare	317,8	0,91	-3,8	15
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	12.484,4	3,14	7,5	9
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	120,4	0,94	-16,6	15
Industria Alimentare	278,9	1,06	0,4	15
Bevande	7,2	0,52	40,9	14
Industria Alimentare e Bevande	286,0	1,03	1,2	15
Totale Agroalimentare	406,5	0,99	-4,8	15
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	7.065,8	1,99	3,6	12

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Panelli, farine e mangimi	na	Pesci lavorati	18,1
Vini confezionati	12,5	Lane sucide e pelo	na
Altri prodotti alimentari	na	Altri formaggi	5,3
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	na	Cuoio e pelli	3,7

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Emirati arabi uniti	18,3	Germania	14,7
Germania	10,4	Spagna	9,7
Stati Uniti d'America	7,1	Paesi Bassi	7,9
Spagna	6,7	Cina	7,8
Francia	5,8	Lituania	5,3
Regno Unito	3,6	Francia	4,9

Toscana: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	3.209,7	5,65	-2,1	8
Valore Aggiunto Agricolo	2.225,1	7,05	-3,3	7
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	269,4	4,55	-5,3	9
Industria Alimentare	998,2	4,60	-2,7	6
Bevande	785,3	11,45	1,6	4
Industria Alimentare e Bevande	1.783,5	6,25	-0,9	6
Totale Agroalimentare	2.052,9	5,91	-1,5	6
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	31.973,7	8,03	2,4	5
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	425,2	3,32	4,0	10
Industria Alimentare	1.591,4	6,05	3,6	5
Bevande	17,4	1,25	-15,6	10
Industria Alimentare e Bevande	1.608,8	5,81	3,4	5
Totale Agroalimentare	2.033,9	4,96	3,5	6
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	20.008,3	5,63	-1,7	6

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Vini confezionati	35,3	Cuoio e pelli	23,9
Olio di oliva vergine ed extravergine	21,0	Olio di oliva vergine ed extravergine	21,9
Talee e piante da frutta, di ortaggi e ornamentali	10,3	Carni bovine	4,0
		Altri oli e grassi	2,8
Altro olio di oliva	4,7		

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Stati Uniti d'America	23,2	Spagna	26,1
Germania	16,5	Francia	15,4
Francia	8,5	Paesi Bassi	9,0
Regno Unito	7,7	Germania	6,2
Canada	4,7	Grecia	2,8
Svizzera	4,5	Polonia	2,3

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Umbria: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	948,9	1,67	-3,9	16
Valore Aggiunto Agricolo	513,7	1,63	-5,0	16
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	140,7	2,38	-5,4	13
Industria Alimentare	399,3	1,84	1,4	12
Bevande	35,2	0,51	-15,7	16
Industria Alimentare e Bevande	434,5	1,52	-0,3	13
Totale Agroalimentare	575,2	1,66	-1,6	13
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	3.438,1	0,86	-4,7	16
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	100,1	0,78	23,8	16
Industria Alimentare	440,7	1,68	22,2	12
Bevande	5,8	0,42	0,5	15
Industria Alimentare e Bevande	446,5	1,61	21,8	12
Totale Agroalimentare	546,6	1,33	22,2	14
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	2.258,8	0,64	2,2	16

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Olio di oliva vergine ed extravergine	24,2	Olio di oliva vergine ed extravergine	35,4
Tabacco greggio	21,5	Prodotti dolciari a base di cacao	na
Prodotti dolciari a base di cacao	na	Altro olio di oliva	4,6
Altro olio di oliva	6,2	Tabacco greggio	na

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Stati Uniti d'America	14,3	Spagna	37,5
Belgio	9,6	Francia	11,1
Francia	9,5	Germania	10,7
Germania	8,8	Paesi Bassi	7,4
Svizzera	4,7	Grecia	4,0
Regno Unito	4,5	Portogallo	3,4

Lazio: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	2.942,2	5,18	-3,7	9
Valore Aggiunto Agricolo	1.742,0	5,52	-5,5	9
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	232,3	3,92	6,5	11
Industria Alimentare	502,4	2,32	5,3	10
Bevande	111,9	1,63	3,4	10
Industria Alimentare e Bevande	614,3	2,15	4,9	10
Totale Agroalimentare	846,6	2,44	5,3	10
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	18.299,4	4,60	3,6	6
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	443,6	3,46	-4,8	7
Industria Alimentare	1.284,9	4,88	8,2	7
Bevande	57,8	4,16	30,1	7
Industria Alimentare e Bevande	1.342,7	4,85	9,0	6
Totale Agroalimentare	1.786,3	4,36	5,2	7
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	26.817,2	7,55	3,3	3

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Altri prodotti alimentari	13,1	Panelli, farine e mangimi	na
Altra frutta secca	8,6	Carni bovine	8,1
Olio di oliva vergine ed extravergine	6,6	Pesci lavorati	6,9
Altri ortaggi freschi	6,3	Altra frutta secca	3,9

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	18,9	Spagna	12,1
Stati Uniti d'America	13,0	Germania	11,6
Francia	9,6	Argentina	11,1
Regno Unito	7,6	Paesi Bassi	9,0
Svizzera	4,8	Francia	8,0
Totali diversi	4,2	Brasile	5,2

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Campania: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	3.561,6	6,27	-11,0	7
Valore Aggiunto Agricolo	2.353,2	7,46	-13,4	6
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	455,1	7,69	2,8	6
Industria Alimentare	2.199,5	10,14	1,4	5
Bevande	68,7	1,00	19,6	13
Industria Alimentare e Bevande	2.268,2	7,94	1,9	5
Totale Agroalimentare	2.723,3	7,84	2,0	5
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	9.445,8	2,37	-1,5	10
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	1.082,0	8,44	12,4	5
Industria Alimentare	1.269,6	4,83	1,6	6
Bevande	11,0	0,79	-9,7	11
Industria Alimentare e Bevande	1.280,7	4,62	1,5	7
Totale Agroalimentare	2.362,7	5,76	6,2	5
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	10.959,5	3,09	7,8	10

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Conserve di pomodoro e pelati	31,9	Altra frutta secca	*9,2*
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	15,2	Altri formaggi	6,6
Altri legumi e ortaggi freschi, conserv. o prep.	9,8	Fagioli secchi	5,2
		Caffè greggio	4,9
Altri ortaggi freschi	4,9		

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Regno Unito	18,9	Germania	16,1
Germania	12,8	Spagna	11,1
Stati Uniti d'America	9,1	Stati Uniti d'America	8,0
Francia	7,0	Francia	5,7
Giappone	5,1	Paesi Bassi	4,6
Paesi Bassi	3,4	Canada	4,1

Abruzzo: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	1.356,8	2,39	-8,8	14
Valore Aggiunto Agricolo	688,3	2,18	-14,8	13
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	50,1	0,85	-15,3	15
Industria Alimentare	330,7	1,52	1,7	13
Bevande	133,8	1,95	7,9	9
Industria Alimentare e Bevande	464,5	1,63	3,4	12
Totale Agroalimentare	514,6	1,48	1,2	14
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	6.931,0	1,74	2,9	13
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	137,9	1,08	4,2	13
Industria Alimentare	282,2	1,07	-0,8	13
Bevande	8,2	0,59	14,7	13
Industria Alimentare e Bevande	290,4	1,05	-0,4	14
Totale Agroalimentare	428,3	1,04	1,1	13
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	3.433,5	0,97	3,5	15

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	na	Altri oli e grassi	na
Vini confezionati	22,1	Frumento duro	na
Carni avicole	na	Altri prodotti alimentari	10,9
Panetteria e pasticceria	5,6	Carni bovine	6,1

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	16,4	Francia	11,4
Stati Uniti d'America	14,1	Spagna	10,7
Francia	10,0	Germania	10,3
Regno Unito	8,4	Irlanda	9,5
Canada	5,2	Paesi Bassi	9,4
Giappone	4,5	Stati Uniti d'America	9,0

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Molise: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	558,1	0,98	-0,4	19
Valore Aggiunto Agricolo	297,9	0,94	-1,0	19
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	2,4	0,04	11,6	19
Industria Alimentare	77,5	0,36	39,8	18
Bevande	5,8	0,08	0,1	19
Industria Alimentare e Bevande	83,3	0,29	36,1	19
Totale Agroalimentare	85,6	0,25	35,3	20
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	371,3	0,09	9,7	20
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	4,1	0,03	-54,4	19
Industria Alimentare	44,2	0,17	-10,1	19
Bevande	1,8	0,13	-19,8	17
Industria Alimentare e Bevande	46,0	0,17	-10,6	19
Totale Agroalimentare	50,1	0,12	-17,1	19
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	355,0	0,10	-0,1	19

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	43,7	Altri formaggi	52,2
Gelati	na	Latte liquido	16,1
Cuscus	na	Altri prodotti alimentari	na
Vini confezionati	5,2	Altri prodotti caseari	na

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Stati Uniti d'America	16,9	Germania	50,3
Francia	16,3	Lituania	15,0
Germania	7,8	Paesi Bassi	10,6
Canada	6,8	Spagna	6,6
Giappone	6,3	Irlanda	3,3
Spagna	6,3	Francia	2,4

Puglia: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	4.395,6	7,74	-8,3	5
Valore Aggiunto Agricolo	2.535,0	8,03	-10,9	5
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	645,0	10,89	-7,6	4
Industria Alimentare	636,0	2,93	8,8	8
Bevande	124,0	1,81	5,3	7
Industria Alimentare e Bevande	760,0	2,66	8,2	8
Totale Agroalimentare	1.404,9	4,04	0,4	8
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	8.106,5	2,04	2,0	11
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	927,6	7,23	43,4	6
Industria Alimentare	1.005,7	3,82	11,9	9
Bevande	6,1	0,44	-31,6	12
Industria Alimentare e Bevande	1.011,8	3,65	11,5	9
Totale Agroalimentare	1.939,4	4,73	24,8	8
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	8.730,0	2,46	3,9	11

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Uva da tavola	23,4	Frumento duro	26,7
Conserve di pomodoro e pelati	10,3	Altri oli e grassi	na
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	8,8	Olio di oliva vergine ed extravergine	13,6
Olio di oliva vergine ed extravergine	8,6	Altra frutta secca	4,4

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	22,5	Canada	17,1
Francia	7,3	Spagna	16,1
Regno Unito	7,0	Indonesia	13,9
Tunisia	4,9	Grecia	8,4
Grecia	4,6	Francia	7,9
Giappone	4,3	Germania	5,5

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Basilicata: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	891,8	1,57	-3,5	17
Valore Aggiunto Agricolo	537,9	1,70	-6,8	15
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	42,5	0,72	-11,1	16
Industria Alimentare	22,9	0,11	-2,9	19
Bevande	2,9	0,04	-0,4	20
Industria Alimentare e Bevande	25,8	0,09	-2,7	20
Totale Agroalimentare	68,2	0,20	-8,1	18
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	1.133,2	0,28	12,0	17
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	36,4	0,28	-11,5	18
Industria Alimentare	44,6	0,17	-16,5	18
Bevande	0,6	0,04	33,6	20
Industria Alimentare e Bevande	45,2	0,16	-16,1	18
Totale Agroalimentare	81,5	0,20	-14,1	18
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	744,8	0,21	31,9	17

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Uva da tavola	19,2	Altri oli e grassi	na
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	na	Ovi-caprini	na
Altri ortaggi freschi	10,7	Talee e piante da frutta, di ortaggi e ornamentali	na
Cavolfiori e cavoli	8,4		
		Frumento duro	na

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	31,9	Malaysia	17,1
Regno Unito	22,0	Ungheria	13,1
Francia	5,3	Francia	10,8
Paesi Bassi	3,9	Spagna	10,4
Irlanda	3,3	Polonia	7,4
Svezia	3,3	Grecia	7,2

Calabria: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	2.191,3	3,86	-4,9	11
Valore Aggiunto Agricolo	1.376,6	4,36	-6,0	12
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	37,9	0,64	-6,7	14
Industria Alimentare	141,0	0,65	9,5	17
Bevande	5,4	0,08	-19,4	18
Industria Alimentare e Bevande	146,5	0,51	8,1	17
Totale Agroalimentare	184,3	0,53	4,7	16
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	323,9	0,08	-7,8	19
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	85,5	0,67	4,7	17
Industria Alimentare	184,2	0,70	-6,4	16
Bevande	0,9	0,06	28,9	19
Industria Alimentare e Bevande	185,1	0,67	-6,3	16
Totale Agroalimentare	270,6	0,66	-3,1	17
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	549,3	0,15	-1,0	18

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Oli essenziali	na	Pesci lavorati	9,5
Succhi di frutta	9,5	Carni suine	8,4
Mandarini e clementine	8,2	Altra frutta secca	na
Olio di oliva vergine ed extravergine	4,8	Pesce congelato	7,9

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	16,4	Spagna	29,7
Stati Uniti d'America	12,7	Germania	13,3
Francia	9,9	Francia	9,4
Regno Unito	8,3	Stati Uniti d'America	6,4
Austria	6,1	Paesi Bassi	5,7
Algeria	4,1	Indonesia	2,9

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Sicilia: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	4.697,1	8,27	-6,5	4
Valore Aggiunto Agricolo	3.008,8	9,54	-8,8	3
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	493,6	8,34	6,6	5
Industria Alimentare	458,2	2,11	4,6	11
Bevande	110,2	1,61	-9,9	8
Industria Alimentare e Bevande	568,5	1,99	1,5	11
Totale Agroalimentare	1.062,0	3,06	3,8	9
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	9.648,0	2,42	-13,5	7
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	225,8	1,76	6,1	11
Industria Alimentare	592,3	2,25	-3,5	10
Bevande	10,8	0,78	-68,9	8
Industria Alimentare e Bevande	603,2	2,18	-7,0	10
Totale Agroalimentare	828,9	2,02	-3,8	11
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	17.390,2	4,90	-13,0	7

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Succhi di frutta	12,4	Carni suine	10,6
Uva da tavola	11,6	Carni bovine	8,4
Pomodori	11,0	Altri formaggi	7,3
Vini confezionati	8,2	Pesci lavorati	7,2

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Germania	18,6	Spagna	19,8
Francia	17,1	Francia	19,7
Regno Unito	9,3	Germania	11,3
Stati Uniti d'America	8,1	Paesi Bassi	6,5
Paesi Bassi	5,5	Irlanda	3,4
Svizzera	4,8	Vietnam	3,3

Sardegna: principali dati sugli scambi con l'estero (valori in milioni di euro)

	Valore 2014	Quota % su Italia	Var. % 2014/13	Pos. in grad.
Prod. Agricola (a prezzi di base)	2.308,1	4,07	-1,5	10
Valore Aggiunto Agricolo	1.400,3	4,44	-2,1	11
ESPORTAZIONI				
Settore Primario	11,0	0,19	18,2	18
Industria Alimentare	144,0	0,66	1,5	16
Bevande	27,0	0,39	6,9	17
Industria Alimentare e Bevande	171,0	0,60	2,3	16
Totale Agroalimentare	182,0	0,52	3,2	17
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	4.640,7	1,17	-13,9	15
IMPORTAZIONI				
Settore Primario	157,0	1,22	18,1	14
Industria Alimentare	148,4	0,56	-2,4	17
Bevande	5,3	0,38	39,0	16
Industria Alimentare e Bevande	153,6	0,55	-1,4	17
Totale Agroalimentare	310,6	0,76	7,6	16
TOTALE BILANCIA COMMERCIALE	8.419,2	2,37	-13,0	9

PRIMI 4 PRODOTTI O AGGREGATI

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Altri formaggi	55,3	Mais	11,0
Vini confezionati	12,7	Altri oli e grassi	na
Cuoio e pelli	4,0	Frumento duro	na
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	na	Pesce congelato	na

PRIMI 6 PAESI O AREE PARTNER

ESPORTAZIONI	(%)	IMPORTAZIONI	(%)
Stati Uniti d'America	50,2	Francia	24,9
Germania	7,9	Spagna	19,4
Francia	6,6	Indonesia	6,0
Spagna	5,1	Stati Uniti d'America	5,6
Grecia	2,9	Germania	5,1
Canada	2,7	Russia	4,3

"na" *: informazione non disponibile per le norme di tutela della riservatezza dei dati.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

IL COMMERCIO AGROALIMENTARE DEI PRODOTTI DEL MADE IN ITALY

COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

2.1 L'andamento generale del Made in Italy

In questo rapporto sono stati considerati del Made in Italy quei prodotti a saldo stabilmente positivo che notoriamente richiamano il nostro Paese dal punto di vista dell'immagine. Pertanto, l'analisi riguarderà soprattutto i flussi in uscita che rappresentano la parte più importante degli scambi di questi prodotti.
Nel 2014, il valore delle esportazioni del Made in Italy si è attestato su 26,6 miliardi di euro circa. Nel corso dell'anno le esportazioni dei prodotti del Made in Italy sono cresciute 2,4%.
I prodotti del Made in Italy possono essere suddivisi in Made in Italy agricolo, Made in Italy trasformato e Made in Italy dell'industria alimentare. La tabella 2.1 ne illustra la composizione.
Nel 2014, i flussi commerciali in uscita del Made in Italy agricolo si sono ridotti del 3,2% rispetto all'anno precedente, a causa della diminuzione dei prezzi a fronte di un aumento più contenuto delle quantità. Il valore delle esportazioni di questo aggregato ha rappresentato il 14,8% delle esportazioni del totale del Made in Italy. Al contrario, il Made in Italy trasformato ha registrato una crescita della scambi; in particolare, il valore delle esportazioni è cresciuto del 3%. Tale variazione positiva è da attribuirsi ad una crescita delle quantità scambiate a fronte di una riduzione dei prezzi. La componente quantità ha subito una variazione positiva del 6,4% a fronte di una lieve riduzione della componente prezzo (del 2,2%). Nel 2014, il peso del valore delle esportazioni del Made in Italy trasformato sul Made in Italy totale si è attestato al 57% circa. Anche i flussi commerciali del Made in Italy dell'industria alimentare sono cresciuti nel corso del 2014 grazie alla crescita delle quantità scambiate a fronte di prezzi sostanzialmente stabili; in particolare, le esportazioni sono aumentate del 4% circa e il valore delle esportazioni del Made in Italy dell'industria alimentare ha rappresentato il 28% delle esportazioni totali del Made in Italy.
Sull'andamento dei flussi commerciali di molti prodotti del Made in Italy ha sicuramente influito l'embargo posto dalla Russia all'importazione di molti prodotti agricoli agroalimentari provenienti dall'UE-28 a partire dall'agosto del 2014. Le produzioni interessate dal bloc-

Tabella 2.1 Composizione del Made in Italy agroalimentare per tipologia

Made in Italy agricolo	Made in Italy trasformato	Made in Italy dell'industria alimentare
Frutta fresca	Riso	Pasta
Ortaggi freschi	Pomodoro trasformato	Prodotti da forno
Prodotti del florovivaismo	Altri ortaggi o frutta preparata o conservata	Prodotti dolciari a base di cacao
	Salumi	Altri derivati dei cereali
	Formaggi	Gelati
	Olio d'oliva	Caffè
	Altri trasformati	Acquavite e liquori
	Succhi di frutta e sidro	
	Aceto	
	Vino confezionato	
	Vino sfuso	
	Acque minerali	
	Essenze	

co sono state quelle ortofrutticole, la carne, il latte e derivati, i prodotti ittici oltre ad "altre preparazioni alimentari". In particolare, è il comparto della frutta fresca ad essere stato maggiormente interessato dall'embargo. Nel 2014, le esportazioni dell'Italia verso la Russia si sono ridotte del 41% portandosi a poco meno di 36 milioni di euro. Questo è, inoltre, il comparto tra quelli interessati dall'embargo a mostrare la maggiore importanza della Russia come mercato di sbocco per l'Italia (con una quota del 2,5% nel 2013) rispetto ad altri comparti e alla media nazionale (1,7%). Altro aggregato del Made in Italy agricolo interessato dall'embargo è stato quello degli ortaggi freschi le cui esportazioni verso la Russia nel corso dell'anno si sono ridotte del 29% circa. Altro comparto colpito dall'embargo è stato quello lattiero-caseario; i formaggi dell'aggregato del Made in Italy, hanno visto diminuire le esportazioni verso la Russia del 48%. L'Italia è stato tra i paesi meno colpiti dell'UE dall'embargo al settore delle carni fresche e trasformate; tuttavia, nel 2014 le esportazioni di salumi del Made in Italy verso la Russia si sono ridotte del 31%. Come vedremo nell'analisi relativa ai singoli prodotti, l'embargo ha costretto l'Italia a cercare nuovi sbocchi commerciali per i prodotti destinati al mercato russo.
L'analisi che segue si concentrerà sui primi 10 prodotti del Made in Italy, scelti sulla base del loro peso sul valore delle esportazioni del Made in Italy totale e del Made in Italy del settore di appartenenza.

Tabella 2.2 Esportazioni verso la Russia del made in Italy agroalimentare e dei comparti maggiormente interessati dall'embargo

Tipologia Made in Italy	Comparto	2013	2014	Var. % 2014/13
		Russia		
		Export Valore Corrente (mila Euro)	Export Valore Corrente (mila Euro)	
MADE IN ITALY AGRICOLO	Frutta fresca (del Made in Italy)	60.611	35.812	-40,9
	Ortaggi freschi (del Made in Italy)	9.703	6.874	-29,2
TOTALE MADE IN ITALY AGRICOLO		75.871	44.095	-41,9
	Salumi (del Made in Italy)	19.057	13.136	-31,1
	Formaggi (del Made in Italy)	29.122	15.154	-48,0
	Succhi di frutta e sidro (del Made in Italy)	9.455	4.950	-47,6
TOTALE MADE IN ITALY TRASFORMATO		267.826	235.275	-12,2
TOTALE MADE IN ITALY		511.032	464.976	-9,0

2.2 Le dinamiche dei principali prodotti del Made in Italy

Vino confezionato

Nel 2014, le esportazioni di vino confezionato hanno rappresentato il 18,5% delle vendite all'estero del Made in Italy e il 13,7% delle totali esportazioni agro-alimentari italiane. Rispetto al 2013, esse hanno segnato un aumento del 3%, grazie alla crescita delle componenti prezzo e quantità. I vini rossi e rosati DOP sono il primo prodotto d'esportazione dell'aggregato con una quota del 29% sull'aggregato stesso. Seguono i vini bianchi IGP confezionati e i vini rossi e rosati IGP (con una quota del 13,8% ciascuno), altri spumanti (DOP) (10,6%) e i vini bianchi DOP (10% circa).
I principali acquirenti di vini rossi e rosati DOP sono Stati Uniti d'America (25%), Germania (18% circa), Svizzera (10%) e Canada (8,6%). Mentre le esportazioni verso Svizzera e Canada sono rimaste sostanzialmente stabili, quelle verso Stati Uniti e Germania hanno segnato un lieve aumento, rispettivamente del 2% e del 3% circa, grazie soprattutto all'aumento della componente prezzo che ha compensato la riduzione delle quantità vendute. Tra gli altri paesi si segnala, da un lato, l'aumento delle esportazioni verso i Paesi Bassi (+13,2% circa), la Polonia (+12,6%) e l'Australia (+31,5%), dall'altro la riduzione delle esportazioni verso la Svezia (-9,3%), la Cina (-9,7%), Hong kong (-12,5%).
I principali paesi di sbocco dei vini bianchi IGP confezionati sono Stati Uniti d'America (42%), Regno Unito (22%), Germania (12%) e Canada (6%). Per quanto riguarda gli Stati Uniti, il prodotto occupa anche una quota rilevante, pari al 9%, sui loro acquisti di prodotti agro-alimentari italiani. Rispetto al 2013, le esportazioni verso questi paesi sono aumentate, ad eccezione di quelle verso il Regno Unito, diminuite del 5%. In particolare, gli acquisti di questo prodotto da parte degli Stati Uniti e del Canada sono aumentati, rispettivamente, del 18,8% e del 16,6% circa, grazie all'aumento di entrambe le componenti prezzo e quantità; le importazioni della Germania sono cresciute del 6%, grazie all'aumento dell'11% circa della componente quantità a fronte di una riduzione del 4% di quella dei prezzi. Per quanto riguarda le esportazioni verso gli altri paesi, sono da sottolineare le performances positive in molti mercati comunitari; in particolare, le esportazioni verso i Paesi Bassi sono aumentate del 26% circa, quelle verso la Francia di oltre il 38%, quelle verso la Danimarca del 23%. Ottimi risultati si segnalano anche sui mercati dei paesi dell'Europa dell'Est: gli acquisiti della Polonia sono aumentati di poco meno del 60% e quelli della Lituania del 13%. Per quanto riguarda i mercati asiatici, la Cina ha fatto segnare un incremento del 36% mentre il Giappone, nostro sesto cliente, una diminuzione del 6%, a causa di una riduzione delle quantità (del 23% circa) non bilanciata dall'aumento dei prezzi (+22,5%). Si registra, infine, una contrazione degli acquisti russi pari al 10%, per la riduzione della componente quantità.
Per quanto riguarda i vini rossi e rosati IGP, Germania, Stati Uniti d'America, Canada e Svizzera rappresentano i clienti più importanti, assicurando, insieme, il 55% della domanda estera del prodotto. Per il Canada, i vini rossi e rosati IGP costituiscono anche una fetta rilevante, pari al 10%, delle importazioni di prodotti agro-alimentari italiani. Nel corso del 2014, Germania e Svizzera hanno registrato un aumento degli acquisti del prodotto, pari, rispettivamente, all'11% e al 10%, grazie alla crescita delle quantità. Al contrario, le esportazioni verso Stati Uniti d'America e Canada sono diminuite, rispettivamente, del 7,6% e del 4% circa. Nel caso degli Stati Uniti ciò è da attribuirsi a una riduzione delle quantità accompagnata da un aumento dei prezzi; in quello del Canada, invece, a una riduzione della componente prezzi a fronte di un aumento delle quantità scambiate. Per quanto riguarda le esportazioni verso gli altri partner commerciali è da notare la forte contrazione delle vendite alla Svezia (-29%), a causa di una consistente contrazione delle quantità (-43%) che ha più che bilanciato il solido aumento dei prezzi (+25%). Tra gli altri, sono aumentate, invece, del 25% le esportazioni verso il Belgio, e del 31% quelle verso la Polonia grazie, in entrambi i casi, alla componente quantità, a fronte di prezzi stabili o in diminuzione.

Tabella 2.3 Vino confezionato (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Vini rossi e rosati DOP confezionati	1.391.197	29,36	97,9	1,1	-0,9	2,0	0,0
Vini bianchi IGP confezionati	653.960	13,80	98,4	9,5	5,5	3,8	0,2
Vini rossi e rosati IGP confezionati	652.802	13,78	98,1	0,3	-3,6	4,1	0,7
Altri spumanti (DOP)	504.200	10,64	99,1	27,6	34,0	-4,8	0,6
Vini bianchi DOP confezionati	461.748	9,75	95,4	1,3	-1,0	2,4	-0,8
Vini aromatizzati, confezionati	160.739	3,39	97,5	-7,3	-13,1	6,7	-0,5
Asti spumante (DOP)	158.078	3,34	99,9	-7,6	-2,6	-5,1	0,0
Vini frizzanti DOP	147.793	3,12	99,7	-0,7	3,2	-3,8	-0,2
Vini frizzanti IGP	133.200	2,81	99,9	-4,7	-6,1	1,4	-0,1
Altri spumanti	117.566	2,48	95,8	3,8	6,4	-2,5	0,6
Altri vini rossi e rosati, confezionati	107.882	2,28	94,3	-2,6	-2,1	-0,5	-0,5
Altri vini frizzanti	69.028	1,46	96,3	-14,9	-12,3	-3,0	-1,2
Altri vini bianchi, confezionati	56.985	1,20	91,1	-6,4	3,5	-9,6	-0,3
Vini liquorosi confezionati DOP o IGP	52.572	1,11	87,4	-1,7	-10,5	9,8	-1,4
Vini rossi e rosati varietali confezionati	22.614	0,48	86,4	-2,8	-3,9	1,2	-1,4
Spumanti varietali	21.384	0,45	98,8	-6,6	-1,0	-5,7	-0,3
Spumanti IGP	15.174	0,32	98,8	8,1	31,0	-17,5	6,4
Vini bianchi varietali confezionati	9.400	0,20	79,3	-17,6	-20,2	3,2	-6,2
Vini frizzanti varietali	1.693	0,04	81,0	1,0	-3,9	5,0	33,5
TOTALE	4.738.014	100	97,6	3,0	1,7	1,3	0,1

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.4 Vino confezionato (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Stati Uniti d'America	1.105.132	99,9	23,3	36,2	4,3	0,6	3,7	0,7
Germania	844.135	97,9	17,8	13,6	1,6	2,3	-0,7	-1,0
Regno Unito	552.914	99,8	11,7	18,5	5,5	4,1	1,4	0,0
Svizzera	294.968	99,5	6,2	22,0	2,3	5,2	-2,8	0,0
MONDO	4.738.014	97,6	100,0	13,7	3,0	1,7	1,3	0,1

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*

*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Il quarto prodotto d'esportazione dell'aggregato, altri spumanti DOP, ha fatto registrare nel corso del 2014 un incremento delle esportazioni del 28%, grazie all'aumento delle quantità esportate a fronte di prezzi in declino. Regno Unito e Stati Uniti sono i principali mercati di sbocco rappresentando, insieme, il 54% della domanda estera. In entrambi i casi, rispetto al 2013, le esportazioni hanno fatto registrare tassi di crescita sostenuti; in particolare, le vendite al Regno Unito sono aumentate del 55% e quelle agli Stati Uniti del 24%. Tuttavia, una crescita rilevante si registra in quasi tutti i più importanti mercato di sbocco: le vendite alla Francia sono aumentate dell'83%, quelle verso la Norvegia del 56%; nei mercati dell'Europa dell'est, spicca il risultato delle esportazioni verso la Polonia, poco meno che triplicate. Le esportazioni verso la Russia sono aumentate del 64%.

Frutta fresca

L'esportazione di frutta fresca rappresenta il 9,2% delle vendite del Made in Italy e il 6,3% delle totali esportazioni agro-alimentari italiane. I primi tre prodotti dell'aggregato, mele, uva da tavola e kiwi, coprono il 73% circa delle esportazioni dell'aggregato. L'embargo russo ha influito molto sull'andamento del mercato delle mele, poiché ha creato un eccesso di offerta sui mercati europei che ha portato ad una riduzione del prezzo e alla ricerca di nuovi sbocchi di mercato.
La Germania si conferma il più importante mercato di sbocco per le mele italiane: questo paese assorbe il 30% delle nostre vendite all'estero. Segue, a distanza, l'Egitto con una quota paese dell'8,4% che ha sostituito la Spagna al secondo posto. Nel 2014, questo prodotto ha anche rappresentato una quota importante delle nostre esportazioni agro-alimentari verso l'Egitto, pari al 50%. Inoltre, rispetto al 2013 gli acquisiti di mele italiane da parte di questo paese sono quasi quintuplicati.
Guardando alle dinamiche delle esportazioni di mele sugli altri mercati di sbocco, possono individuarsi performance differenti. Sui mercati comunitari, le esportazioni diminuiscono: si va dalla riduzione del 28% degli acquisiti della Spagna (terzo partner commerciale) al crollo degli acquisti della Francia (-57%). Le esportazioni sono invece aumentate nei paesi che non sono partner tradizionali dell'Italia per questo prodotto: dell'Egitto abbiamo già detto; gli acquisti dell'Arabia Saudita sono aumentati del 63%, quelli dell'Algeria del 26%, quelli della Giordania si sono sestuplicati, gli acquisti degli Emirati Arabi sono più che raddoppiati, quelli del Brasile più che triplicati.
Il secondo prodotto di esportazione dell'aggregato è l'uva da tavola. Rispetto la 2013, le vendite all'estero sono diminuite del 7,5% a causa della riduzione della componente quantità a fronte di un aumento della componente prezzo. L'embargo russo e la perdita di competitività rispetto ai diretti concorrenti (Egitto, Turchia, India, Cina) spiegano questo risultato.
Germania e Francia sono i nostri principali clienti, con quote paese, rispettivamente, del 26% e del 18,5%; segue a distanza la Polonia (9%). Nel corso del 2014, le esportazioni verso la Germania sono diminuite dell'11% circa a causa della contrazione delle quantità vendute. Le esportazioni verso la Francia hanno segnato un lieve aumento (+1,7%) grazie all'aumento della componente prezzo (+11% circa) accompagnato dalla riduzione della componente quantità (-8%). Gli acquisti di uva da tavola della Polonia hanno subito una riduzione dell'11%: la contrazione della componente quantità (del 20% circa) è stata accompagnata da un aumento del prezzo (del 10%). Per quanto riguarda gli altri mercati di sbocco, in generale, le vendite di uva da tavola hanno segnato variazioni negative rispetto al 2013, o sono rimaste stabili, salvo qualche eccezione. E' il caso delle esportazioni in Spagna, quarto mercato di sbocco (+7,3%), in Slovenia (+8,6%), in Romania (+26%). Le esportazioni verso la Russia, che nel 2013 era il nostro 11° mercato di sbocco, sono crollate per cui non compare tra i primi 20 clienti dell'Italia per l'uva da tavola.
I Kiwi sono il nostro terzo prodotto di esportazione dell'aggregato frutta fresca. Nel corso del 2014, le esportazioni sono cresciute del 15% circa grazie all'aumento di prezzi e quantità. Nel 2014, i nostri principali mercati di sbocco sono stati Germania (17%) e Spagna (14%). Seguono, a distanza, gli Stati Uniti (7%) e la Francia (6,6%). Rispetto all'anno precedente, le esportazioni verso questi paesi sono aumentate, rispettivamente, del 7%, del 9%, del 34% e del 18% circa. In tutti i casi ciò è

Tabella 2.5 Frutta fresca (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Mele (escl. le secche)	728.809	30,90	95,1	4,7	27,2	-17,7	3,5
Uva da tavola	557.020	23,62	86,7	-7,5	-12,0	5,2	-2,4
Kiwi	443.547	18,81	80,0	14,9	3,6	11,0	2,8
Pesche	180.046	7,63	36,3	-34,2	-12,1	-25,2	-18,8
Pere	160.296	6,80	27,6	11,1	37,3	-19,1	9,9
Arance	80.102	3,40	-1,9	-15,9	-5,6	-10,9	11,7
Cocomeri e meloni	73.746	3,13	21,6	-12,5	-12,8	0,3	-6,7
Castagne	57.534	2,44	-24,7	-5,4	-10,8	6,0	-18,0
Prugne (escl. le secche)	44.746	1,90	65,6	-20,6	4,7	-24,1	6,7
Ciliege e amarene	22.599	0,96	-0,1	-48,0	-41,8	-10,6	-38,1
Mele secche	10.015	0,42	77,2	2,3	54,9	-33,9	7,7
TOTALE	2.358.460	100	62,6	-3,8	3,7	-7,3	0,5

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.6 Frutta fresca (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Germania	677.961	95,5	28,7	10,9	-12,6	-4,3	-8,7	0,5
Francia	181.212	70,1	7,7	4,6	-5,4	-8,3	3,1	-1,6
Spagna	161.840	-10,9	6,9	13,4	-10,8	-4,6	-6,5	-3,2
Svizzera	96.355	97,0	4,1	7,2	-12,4	-11,8	-0,7	-2,4
MONDO	2.358.460	62,6	100,0	6,8	-3,8	3,7	-7,3	0,5

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*

*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

da attribuirsi all'aumento tanto della componente prezzo che delle quantità, ad eccezione delle esportazioni verso la Germania che hanno conosciuto una diminuzione delle quantità. In generale, mentre le vendite ai paesi dell'UE-28 sono cresciute grazie all'aumento dei prezzi, sui mercati extra-UE l'espansione è da attribuirsi soprattutto alle quantità. Anche in questo caso, l'embargo russo può spiegare questi risultati poiché l'Italia ha dovuto cercare mercati di sbocco alternativi a quello russo. In particolare, le esportazioni verso la Cina sono aumentate dell'88%, verso il Brasile del 29%, verso Taiwan del 74%, verso l'Australia del 31%, verso l'Arabia Saudita del 42%.

Pasta

L'aggregato pasta rappresenta uno dei più importanti prodotti d'esportazione del Made in Italy. Nel 2014, essa ha rappresentato l'8,7% delle esportazioni totali del Made in Italy e il 31% del Made in Italy dell'industria ali-

mentare, per un valore di poco più di 2 miliardi di euro. Occupa un posto di rilievo anche nel complesso delle esportazioni agro-alimentari italiane, con una quota del 6,4%. Rispetto al 2013, le esportazioni di pasta del Made in Italy sono aumentate del 4,1% grazie ad un aumento delle quantità vendute a fronte di una contenuta diminuzione dei prezzi. All'interno del comparto, il principale prodotto d'esportazione è la pasta non all'uovo, né farcita, con una quota pari al 71% delle vendite all'estero, vendite che nel 2014 sono aumentate del 2,4%. Tuttavia, sono le altre voci del raggruppamento ad aver registrato performance migliori. In particolare, le esportazioni di pasta alimentare farcita, secondo prodotto di esportazione del raggruppamento con un peso del 15%, sono aumentate del 9% grazie ad un aumento della componente quantità del 10% a fronte di una lieve riduzione di quella prezzo (-0,9%). Tra gli altri prodotti, si segnalano incrementi significativi delle vendite all'estero per le voci altra pasta alimentare (+14,6%) e pasta alimentare cotta o altrimenti preparata (+13,2%).

I nostri principali acquirenti di pasta alimentare non all'uovo, né farcita sono, nell'ordine, Germania (con una quota del 17,5%), Regno Unito (12,5%), Francia (12,2%) e Stati Uniti d'America (10,6%). Nel 2014, questi mercati di sbocco hanno registrato dinamiche differenti. Germania e Francia sono stati i mercati meno dinamici: le esportazioni verso la Germania sono rimaste stabili mentre quelle verso la Francia si sono ridotte del 2,3%. In entrambi i casi ha giocato la riduzione della componente prezzo che, nel caso della Francia, si è accompagnata ad una lievissima contrazione anche delle quantità esportate. Le vendite al Regno Unito e agli Stati

Tabella 2.7 Pasta (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	1.592.981	71,34	95,0	2,4	2,9	-0,5	-0,1
Pasta alimentare farcita	339.140	15,19	90,2	9,1	10,1	-0,9	0,2
Pasta alimentare all'uovo non farcita	155.227	6,95	99,0	3,9	6,9	-2,7	0,1
Pasta alimentare cotta o altrimenti	111.916	5,01	86,3	13,2	29,4	-12,5	3,9
preparata	160.296	6,80	27,6	11,1	37,3	-19,1	9,9
Altra pasta alimentare	33.604	1,50	52,2	14,6	43,6	-20,2	-6,3
TOTALE	2.232.869	100	93,3	4,1	6,4	-2,2	-0,1

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.8 Pasta (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Germania	376.353	98,0	16,9	6,1	0,8	2,0	-1,2	0,0
Regno Unito	314.057	99,8	14,1	10,5	14,4	13,4	0,9	-0,1
Francia	297.949	82,7	13,3	7,5	-1,7	2,9	-4,5	0,1
Stati Uniti d'America	223.639	100,0	10,0	7,3	11,8	8,7	2,8	0,0
MONDO	2.232.869	93,3	100,0	6,4	4,1	6,4	-2,2	-0,1

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.
** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*
*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Uniti d'America hanno fatto segnare, invece, significativi aumenti, di poco superiori al 10%. Questi risultati sono da attribuirsi all'aumento della componente quantità ed ad uno, più contenuto, della componente prezzo. Focalizzando l'attenzione sugli altri paesi nei quali si sono avute le variazioni maggiori, nell'UE, le vendite ai Paesi Bassi sono aumentate del 16% circa, quelle al Belgio del 17% circa e quelle alla Polonia del 15%. Questi risultati sono da attribuirsi alla variazione positiva della componente quantità. Riguardo alle esportazioni ai paesi extra-comunitari, le vendite alla Russia, nostro sesto acquirente con un quota paese del 3,2%, sono aumentate dell'11% circa, quelle ad Israele e Corea del Sud del 14% ciascuno, mentre quelle al Resto dell'Africa del 31%. In tutti i casi, l'aumento è da attribuirsi alla componente quantità.
Per quanto riguarda la pasta alimentare farcita, nel 2014 il primo mercato di sbocco è stato il Regno Unito che ha acquistato il 23% delle nostre esportazioni del prodotto e ha fatto segnare un incremento degli acquisti, rispetto al 2013, del 21,5%, da attribuirsi in gran parte alla componente quantità. Seguono, nell'ordine, Francia (con una quota del 18%), Germania (12,6%) e Spagna (8,6%).

Pomodoro trasformato

Nel 2014, le esportazioni di pomodoro trasformato sono state pari a oltre 1,6 miliardi di euro, una quota pari al 6,5% delle vendite del Made in Italy totale e al 4,8% trasformato del totale agro-alimentare. Il 90% delle esportazioni è rappresentato dalle conserve di pomodoro e pelati, il restante 10% circa dal ketchup e altre salse al pomodoro. Le esportazioni di conserve sono aumentate del 3,6% rispetto al 2013 grazie alla componente prezzo a fronte di una riduzione delle quantità. I nostri principali acquirenti di conserve di pomodoro sono nell'ordi-

Tabella 2.9 Pomodoro trasformato (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Conserve di pomodoro e pelati	1.493.614	90,22	84,1	3,6	-3,9	7,8	-2,2
Ketchup ed altre salse al pomodoro	161.988	9,78	75,5	18,4	23,3	-4,0	2,0
TOTALE	1.655.602	100	83,2	4,9	-1,1	6,1	-1,9

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.10 Pomodoro trasformato (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Germania	332.697	96,2	20,1	5,4	8,7	-1,5	10,3	0,1
Regno Unito	239.560	99,7	14,5	8,0	0,3	-7,4	8,2	0,2
Francia	173.311	98,2	10,5	4,4	14,7	18,3	-3,1	0,0
Giappone	86.545	99,4	5,2	11,5	1,7	-0,3	2,0	-0,6
MONDO	1.655.602	83,2	100,0	4,8	4,9	-1,1	6,1	-1,9

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.
** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*
*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

ne Germania (con una quota del 19,1%), Regno Unito (15,6%) e Francia (9,4%), seguiti a distanza dal Giappone (5,7%), per il quale le esportazioni di questo prodotto, rappresentano l'11,3% delle totali esportazioni agro-alimentari italiane. La dinamica della domanda da parte di questi paesi nel corso del 2014 è stata positiva. In particolare, le esportazioni verso la Germania sono aumentate del 9%, quelle verso la Francia del 4,5% e quelle verso il Giappone del 2,4%. Il risultato è da attribuirsi all'aumento dei prezzi accompagnato da una diminuzione della componente quantità, tranne in Giappone dove sono cresciute anche le quantità esportate. Per il Regno Unito, il valore delle vendite all'estero è rimasto stabile a causa di variazioni contrapposte di prezzi (in aumento) e quantità (in diminuzione).
Le vendite all'estero di ketchup e altre salse sono aumentate del 18,4% grazie alla crescita della componente quantità (+23,3%) a fronte di una riduzione dei prezzi (-4%). I primi quattro acquirenti sono Germania, Francia, Svizzera e Australia. In particolare, i primi due assorbono il 50% circa delle nostre vendite all'estero.
Da notare, l'eccezionale aumento delle esportazioni verso la Francia che, nel 2014, sono quasi raddoppiate esclusivamente grazie alla componente quantità a fronte di una riduzione dei prezzi.

Prodotti da forno

Nel 2014, quest'aggregato ha rappresentato il 22,3% delle esportazioni del Made in Italy dell'industria alimentare, il 6,3% del Made in Italy totale e il 4,6% delle totali esportazioni agro-alimentari italiane. Il più importante prodotto di esportazione è costituito dalla biscotteria e pasticceria che copre il 62% delle vendite,

Tabella 2.11 Prodotti da forno (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Biscotteria e pasticceria	1.003.077	62,34	35,6	4,5	4,7	-0,3	1,1
Panetteria	533.734	33,17	23,8	2,3	4,3	-1,8	-0,1
Fette biscottate	72.111	4,48	57,7	6,2	8,9	-2,5	4,2
TOTALE	1.608.923	100	32,2	3,8	4,8	-0,9	0,8

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.12 Prodotti da forno (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Francia	263.303	23,6	16,4	6,6	4,1	9,5	-4,9	1,5
Germania	207.844	-7,7	12,9	3,4	-0,6	-7,1	7,0	2,2
Regno Unito	148.359	58,8	9,2	5,0	16,4	16,9	-0,4	-0,9
Stati Uniti d'America	102.280	97,1	6,4	3,4	12,7	16,6	-3,3	0,4
MONDO	1.608.923	32,2	100,0	4,6	3,8	4,8	-0,9	0,8

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.
** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*
*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

seguito dalla panetteria (33%) e, a distanza, dalle fette biscottate (4,5%). Rispetto al 2013, le esportazioni sono aumentate del 4% circa grazie ad un'espansione delle quantità a fronte di prezzi tendenzialmente stabili.
Per quanto riguarda la biscotteria e la pasticceria, la Francia, con una quota del 18%, e la Germania, con una quota del 10,5%, sono i nostri principali mercati di sbocco. Seguono Regno Unito (8,1%) e Arabia Saudita (5,3%). Nel corso del 2014, le esportazioni verso questi paesi hanno segnato variazioni positive grazie, soprattutto, all'aumento delle quantità vendute, ad eccezione della Germania i cui acquisti sono diminuiti del 4,4% a causa della contrazione della componente quantità a fronte di un aumento del prezzo. In particolare, le esportazioni verso la Francia sono cresciute dell'8,7%, quelle verso il Regno Unito del 19,6% e quelle verso l'Arabia Saudita del 24% circa.
Le esportazioni dei prodotti della panetteria sono cresciute del 2,3% nel corso del 2014. La Germania, la Francia, il Regno Unito e gli Stati Uniti d'America sono i nostri principali clienti, con quote paese, rispettivamente del 18%, 14%, 11% e 10%. Rispetto al 2013, le esportazioni verso questi paesi sono cresciute, ad eccezione di quelle verso la Francia che si sono ridotte (-7,6%) a causa di una contrazione della componente prezzo non compensata dall'aumento delle quantità. In particolare, le vendite alla Germania hanno registrato una variazione positiva(+3,6%) del grazie ad un aumento della componente prezzo accompagnato da una riduzione delle quantità. Le esportazioni al Regno Unito e agli Stati Uniti d'America sono cresciute del rispettivamente, dell'11,6% e del 22%, grazie all'espansione delle quantità vendute a fronte di prezzi in diminuzione.

Formaggi

I formaggi che rientrano nell'aggregato del Made in Italy rappresentano il 6,1% delle nostre esportazioni del Made in Italy e il 4,5% delle totali esportazioni agroalimentari italiane. Le esportazioni dei formaggi del Made in Italy rappresentano il 72% delle esportazioni dei formaggi che vengono complessivamente esportati dall'Italia. I prodotti più importanti del Made in Italy sono il Grana Padano e il Parmigiano Reggiano, che insieme valgono il 50% delle esportazioni di questo aggregato.
Rispetto al 2013, le esportazioni dell'aggregato sono aumentate del 3,2% grazie alla crescita di entrambe le componenti, prezzo e quantità. Tuttavia, a tale aumento non hanno contribuito il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano, il cui valore delle esportazioni è rimasto pressoché stabile, ma le altre voci, in particolare i formaggi grattugiati e in polvere (+9,6%), il formaggi freschi (+4,4%), il Pecorino e Fiore Sardo (+13,4%) e il Gorgonzola (+7%), che occupano, nell'ordine, dalla seconda alla seconda alla quinta posizione in graduatoria.
I principali paesi acquirenti di formaggi sono Germania, Francia e Stati Uniti d'America; insieme, rappresentano poco meno del 50% della domanda estera; segue, a distanza, il Regno Unito, con una quota paese del 9,5%.
I principali acquirenti di Grana Padano e Parmigiano Reggiano sono Germania (23%), Stati Uniti d'America (13%) e Francia (10%). Rispetto al 2013, le esportazioni verso gli Stati Uniti d'America sono diminuite del 10% a causa della riduzione, in egual misura, di entrambe le componenti, quantità e prezzo (-5,2%). Risultano invece in aumento le vendite verso gli altri tre principali mercati di sbocco. Diminuzioni di un certo rilievo si rinvengono anche nelle esportazioni verso il Canada (-8,5%) e, soprattutto, verso la Russia (-46,2%), come conseguenza dell'embargo russo all'importazione di molti prodotti agro-alimentari europei. Da segnalare, il vistoso incremento delle esportazioni verso la Repubblica Ceca, cresciute nell'anno del 34% e della Spagna (+25%), grazie all'aumento delle quantità esportate.
Per quanto riguarda il secondo prodotto d'esportazione dell'aggregato formaggi, formaggi grattugiati e in polvere, Francia, Germania e Regno Unito sono i nostri principali clienti . Insieme, assicurano il 68,3% degli acquisti di questi prodotti. Rispetto al 2013, le esportazioni verso questi tre paesi hanno segnato un aumento; tuttavia, l'incremento più significativo è stato ottenuto dalle vendite verso la Germania (+16,5%) e verso il Regno Unito (8% circa), grazie alla crescita delle quantità vendute, mentre quelle verso la Francia hanno registrato un aumento più modesto (+2%) dovuta alla contemporanea crescita di prezzi e quantità. Da sottolineare l'aumento consistente delle esportazioni verso l'area euro, in un range che va da +22% delle vendite all'Austria a +29% delle vendite alla

Spagna. Considerevoli sono, tuttavia, anche gli aumenti registrati in altri paesi, che vanno da +16% circa della Svizzera a +77% della Cina. Ancora una volta si registra il calo delle esportazioni verso la Russia, crollate del 50%.
Il terzo prodotto d'esportazione dei formaggi Made in Italy è rappresentato dai formaggi freschi. Nell'ordine, la Francia, la Germania e il Regno Unito sono i nostri più importanti acquirenti; insieme, infatti, rappresentano il 55% delle nostre vendite all'estero di formaggi freschi. Rispetto al 2013, le esportazioni sono cresciute del 4,4% grazie all'aumento della componente prezzo a fronte di una riduzione delle quantità vendute. Tuttavia, si registrano performance differenti nei diversi mercati di sbocco. Le vendite in Francia e in Germania sono aumentate, rispettivamente, del 10,4% e del 7,2%, grazie alla variazione positiva di entrambe le componenti, prezzo e quantità. Al contrario, le esportazioni verso il Regno Unito sono diminuite del 6,4% a causa della riduzione delle quantità esportate. Tra i paesi dell'area euro, è da sottolineare la crescita delle esportazioni verso la Spagna (+27% circa) e verso la Slovenia (+13,5%), grazie all'aumento di entrambe le componenti. Sul fronte degli altri paesi UE si segnala l'aumento delle esportazioni verso la Danimarca (+60%)e la riduzione di quelle verso la Svezia (-13,5%).
Guardando alle esportazioni verso i paesi extra-comunitari, ancora una volta si segnala la contrazione degli acquisti della Russia (-44%). Invece, presentano un

Tabella 2.13 Formaggi (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Grana Padano e Parmigiano Reggiano	770.528	49,66	99,3	0,2	3,5	-3,2	-0,2
Formaggi grattugiati o in polvere	226.372	14,59	87,6	9,6	8,5	1,0	-0,7
Formaggi freschi (grasso > 40%)	218.960	14,11	28,9	4,4	-2,0	6,5	-0,8
Pecorino e Fiore Sardo	139.109	8,96	91,1	13,4	-2,0	15,8	-1,1
Gorgonzola	100.918	6,50	99,9	7,0	2,6	4,3	0,5
Altri formaggi	70.674	4,55	34,9	-6,6	-13,6	8,1	0,6
Altri formaggi a pasta erborinata	25.149	1,62	27,6	-1,0	-5,5	4,7	-3,0
TOTALE	1.551.710	100	77,8	3,2	1,7	1,5	-0,3

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.14 Formaggi (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Germania	299.951	44,4	19,3	4,8	3,3	4,0	-0,6	-5,4
Francia	262.171	86,4	16,9	6,6	3,9	2,0	1,9	-0,1
Stati Uniti d'America	206.608	100,0	13,3	6,8	0,9	-5,0	6,3	0,0
Regno Unito	147.504	98,0	9,5	4,9	3,3	3,5	-0,1	0,9
MONDO	1.551.710	77,8	100,0	4,5	3,2	1,7	1,5	-0,3

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*

*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

notevole incremento le vendite alla Corea del Sud, che quasi raddoppiano (+85%)e agli Emirati Arabi (+24%).
I principali acquirenti di Pecorino e Fiore Sardo son gli Stati Uniti d'America, che assorbono il 61% delle vendite all'estero di questo prodotto. Rispetto al 2013, le esportazioni sono cresciute del 25,4% grazie all'aumento della componente prezzo e anche delle quantità vendute. La crescita delle esportazioni è stata sostenuta anche in molti altri paesi, quali il Regno Unito (+12,1%), quarto mercato di sbocco, i Paesi Bassi (+12%), quinto mercato di sbocco, il Belgio (+17%), sesto paese in classifica, ma anche in Australia (+30%), Svezia (+29%) e Spagna (+31%). Tra i principali acquirenti fanno eccezione la Germania, secondo mercato di sbocco, che ha ridotto il valore dei suoi acquisiti dell'8%, il Canada (-19,4%), la Grecia (-55%) e l'Austria (-18%). In tutti i casi tali variazioni sono state influenzate dalla consistente riduzione delle quantità esportate a fronte di prezzi in aumento. Anche per questo prodotto si è registrata una drastica riduzione delle quantità esportate verso la Russia (-42,3%), per effetto del citato embargo. La necessità di trovare sbocchi alternativi ha determinato consistenti aumenti del valore delle esportazioni anche nei paesi che occupano la parte bassa della graduatoria come la Polonia (+11%), la Repubblica Ceca (+12,6%) e la Croazia (+65%).
I principali acquirenti di Gorgonzola sono Germania e Francia che coprono il 43% circa dei mercato di sbocco di questo prodotto. Rispetto al 2013, le esportazioni verso questi due paesi sono aumentate del 9,5% e del 3% circa, rispettivamente. Tuttavia, le perfomance migliori sono state realizzate dagli altri paesi acquirenti, in particolare, da Paesi Bassi (+14%), Regno Unito (+13%) e Spagna (+30%) grazie soprattutto all'aumento della componente quantità. Le esportazioni verso la Russia sono diminuite del 34% a causa della riduzione delle quantità esportate per via dell'embargo.

Prodotti dolciari a base di cacao

Le esportazioni di prodotti dolciari a base di cacao rappresentano il 5,2% delle esportazioni del Made

Tabella 2.15 Prodotti dolciari a base di cacao (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Prodotti dolciari a base di cacao	1.345.184	100	29,0	7,1	3,3	3,6	-1,5

[1] *La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.16 Prodotti dolciari a base di cacao (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Francia	244.163	33,5	18,2	6,1	2,7	-3,8	6,7	-5,7
Germania	98.125	-48,6	7,3	1,6	8,2	-1,3	9,6	0,2
Regno Unito	86.348	92,2	6,4	2,9	18,2	1,1	16,9	6,2
Paesi Bassi	71.246	-12,3	5,3	5,7	39,8	32,1	5,9	8,5
MONDO	1.345.184	29,0	100,0	3,9	7,1	3,3	3,6	-1,5

[1] *La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.*

** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*

*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

in Italy e il secondo prodotto d'esportazione, dopo la pasta, del Made in Italy dell'industria alimentare. Rispetto al 2013, le vendite all'estero sono cresciute del 7% grazie ad entrambe le componenti prezzi e quantità. Nel 2014, i nostri principali mercati di sbocco si confermano la Francia (con una quota del 18%) e, a distanza, Germania, Regno Unito e Paesi Bassi. Le esportazioni verso Regno Unito e Paesi Bassi sono cresciute a tassi sostenuti, pari, rispettivamente, al 18% e al 40% circa.
Le dinamiche sono state differenti sui due mercati: mentre le vendite al Regno Unito sono cresciute grazie al consistente aumento dei prezzi a fronte di quantità più o meno stabili, quelle ai Paesi Bassi hanno conosciuto una forte espansione delle quantità a fronte di prezzi comunque crescenti.

Olio di oliva

Il più importante prodotto di questo aggregato del Made in Italy è rappresentato dall'olio di oliva vergine ed extravergine, che costituisce il 78% circa delle esportazioni di olio di oliva Made in Italy. Il restante 22% circa è rappresentato dalla voce altro olio d'oliva. Rispetto al 2014, le esportazioni di olio di oliva vergine ed extravergine sono aumentate dell'1,4% grazie all'aumento delle quantità vendute a fronte di una riduzione dei prezzi. I nostri più importanti acquirenti sono Stati Uniti d'America, con una quota del 28%, e la Germania, che detiene una quota del 15%. Seguono a distanza il Giappone e la Francia (7,5%, ciascuno), e il Canada (6,5%). Per Stati Uniti, Giappone e Canada (quinto mercato di sbocco), l'olio di oliva vergine ed extravergine rappresenta anche una quota rilevante del totale delle nostre esportazioni agro-alimentari verso questi

Tabella 2.17 Olio di oliva (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Olio di oliva vergine ed extravergine	1.045.207	77,79	-7,1	1,4	9,9	-7,7	-7,4
Altro olio di oliva	298.400	22,21	30,0	-2,8	9,1	-10,9	-16,0
TOTALE	1.343.607	100	-0,8	0,5	9,7	-8,4	-8,9

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.18 Olio di oliva (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Stati Uniti d'America	401.269	99,7	29,9	13,2	-2,1	4,9	-6,7	-0,1
Germania	165.647	99,5	12,3	2,7	-3,5	0,3	-3,7	-0,1
Giappone	101.080	100,0	7,5	13,5	1,5	7,0	-5,1	0,1
Canada	83.317	100,0	6,2	12,6	15,4	29,7	-11,1	0,0
MONDO	1.343.607	-0,8	100,0	3,9	0,5	9,7	-8,4	-8,9

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.
** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*
*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

paesi, prossima o di poco superiore al 10%. Rispetto al 2013, le esportazioni verso Stati Uniti, Germania e Francia sono diminuite a causa della diminuzione della componente prezzo, che, nel caso della Francia, si è accompagnata anche ad una consistente contrazione della componente prezzo (-27,2%). Al contrario, le esportazioni verso Giappone e Canada sono aumentate, rispettivamente, del 6,4% e del 15,3%. In questi due mercati, la riduzione della componente prezzo (del 4,4% per il Giappone e dell'11,3% circa per il Canada) è stata accompagnata da un consistente aumento della componente quantità (dell'11% per il Giappone e del 30% per il Canada).
Guardando alle esportazioni verso gli altri partner, è da sottolineare la crescita delle esportazioni verso la Russia (+41%) e verso il Brasile (+23%), grazie all'aumento delle quantità, accompagnato da un calo dei prezzi. Gli acquisti di olio vergine ed extravergine della Cina, che nel 2014 hanno rappresentato il 5% degli acquisti di prodotti agroalimentari italiani, si sono ridotti invece del 18% a causa della riduzione di prezzi e quantità.
Nel 2014, le esportazioni di altro olio d'oliva sono diminuite del 3% circa a causa di una riduzione della componente prezzo, nonostante l'aumento della componente quantità. Gli Stati Uniti d'America sono i nostri principali acquirenti, con una quota del 35%. Rispetto al 2013, le esportazioni verso questo paese hanno registrato una crescita dell'1% circa. Tra gli altri paesi è da sottolineare la crescita del 46% delle esportazioni verso Taiwan, che dal settimo posto in graduatoria nel 2013, diventa il nostro quarto acquirente del prodotto, grazie all'aumento componente quantità.

Salumi

Nel 2014, le esportazioni di salumi hanno rappresentato il 5,2% delle vendite all'estero di prodotti agro-alimentari Made in Italy e il 3,8% delle totali esportazioni agro-alimentari. I due principali prodotti dell'aggregato sono altre carni suine preparate e salsicce e salami che, insieme, coprono l'82% della domanda estera di salumi Made in Italy. Rispetto al 2013 le esportazioni dell'aggregato salumi sono aumentate del 6,4% grazie alla crescita delle quantità vendute a fronte del calo dei prezzi. Per quanto riguarda le altre carni suine preparate, Germania, Francia, Regno Unito e Stati Uniti d'America sono, nell'ordine, i nostri principali clienti. Rispetto al 2013, le esportazioni verso questi paesi segnano tutte variazioni positive, grazie, soprattutto, alla componente quantità. In particolare, mentre le esportazioni verso il Regno Unito e gli Stati Uniti sono aumentate del 19% , le esportazioni verso la Germania e la Francia hanno avuto incrementi più contenuti (rispettivamente del 5% e del 4% circa). In tutti e due i casi, è stata hanno agito positivamente tanto l'aumento delle quantità vendute che l'incremento dei prezzi.
I nostri principali acquirenti di salsicce e salami sono stati la Germania (27% circa), il Regno Unito (11,1%), la Svizzera (10,9%) e la Francia (10,7%). Rispetto al 2013, le esportazioni verso questi paesi sono aumentate, eccezion fatta per quelle verso il Regno Unito, diminuite del 3,3% a causa del calo di entrambe le componenti, prezzo e quantità. In particolare, le esportazioni verso

Tabella 2.19 Salumi (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Altre carni suine preparate	705.178	53,33	73,2	8,8	12,2	-3,0	-0,8
Salsicce e salami	379.243	28,68	77,1	4,5	2,9	1,6	1,0
Prosciutti freschi	103.014	7,79	38,5	1,9	0,0	2,0	-1,6
Carni bovine preparate	94.117	7,12	33,0	4,4	10,7	-5,7	6,9
Prosciutti e spalle preparati	38.818	2,94	36,3	2,0	50,6	-32,3	-17,7
Spalle fresche	1.931	0,15	32,5	-24,6	-24,7	0,1	-6,4
TOTALE	1.322.301	100	66,1	6,4	9,4	-2,8	0,1

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.

Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

Tabella 2.20 Salumi (del Made in Italy). Principali Paesi di destinazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Sn %	Quota Paese* %	Quota Prodotto** %	Variazione % 2014/2013			
					Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni								
Germania	284.867	53,5	21,5	4,6	-0,2	0,8	-0,9	-0,4
Francia	219.667	82,0	16,6	5,5	1,2	-0,3	1,5	-2,1
Regno Unito	142.524	96,3	10,8	4,8	10,8	9,2	1,4	0,9
Stati Uniti d'America	88.537	99,4	6,7	2,9	18,6	18,0	0,5	-0,3
MONDO	1.322.301	66,1	100,0	3,8	6,4	9,4	-2,8	0,1

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.
** Quota paese: quota del paese analizzato sul complesso delle esportazioni italiane del prodotto in questione.*
*** Quota prodotto: quota del prodotto sul complesso delle esportazioni agroalimentari italiane nel paese analizzato.*
Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

la Germania sono aumentate del 3,4%, per effetto di un incremento delle quantità a fronte di prezzi stabili; quelle verso la Svizzera sono aumentate del 3,7%, grazie alla crescita di prezzi e quantità, mentre quelle verso la Francia sono aumentate del 2,6% per l'aumento dei prezzi a fronte di quantità in calo.

Caffè

Nel corso del 2014, le esportazioni di caffè torrefatto (non decaffeneizzato) sono cresciute del 7,4% grazie all'aumento delle quantità (+11,7%) a fronte di una riduzione dei prezzi (-2,3%). Il caffè, con una quota di poco meno del 15%, rappresenta il terzo prodotto d'esportazione del Made in Italy dell'industria alimentare mentre pesa per il 4,2% sul totale del Made in Italy e per il 3,1% sulle totali esportazioni agro-alimentari italiane. Le importazioni sono cresciute ad un tasso più sostenuto (+20%), per cui il saldo normalizzato è peggiorato di 2,3 punti.
I nostri più importanti clienti si sono confermati la Germania, con una quota paese del 14%,e la Francia, con una quota paese dell'11%. Seguono Austria e Grecia, con quote uguali pari al 6%.
Le esportazioni verso questi paesi hanno fatto registrate variazioni positive rispetto all'anno precedente, ad eccezione delle vendite all'Austria che sono diminuite del 3,2% a causa della riduzione dei prezzi non compensata dall'aumento delle quantità. Da sottolineare la crescita del 25,6% delle esportazioni verso la Grecia totalmente da imputare all'aumento delle quantità vendute.

Tabella 2.21 Caffè (del Made in Italy). Principali prodotti di esportazione

	Valore 2014 (.000 euro)	Quota %	Sn %	Variazione % 2014/2013			
				Valore	Componente quantità	Componente prezzo	Sn [1]
Esportazioni							
Caffè torrefatto, non decaffeinizzato	1.071.526	100,00	74,7	7,4	11,7	-3,8	-2,3

[1] La variazione del Saldo normalizzato è calcolata come differenza semplice.
Fonte: elaborazioni CREA su dati ISTAT.

RAPPORTO CREA
COMMERCIO CON L'ESTERO
DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

ISBN 978-88-9959-525-8