

Disseminare sviluppo di qualità

**L'INDUSTRIA AGROALIMENTARE DI VENETO E FRIULI VENEZIA GIULIA:
DOPO UN 2016 DI FORTE CRESCITA, IL 2017 E' ALL'INSEGNA
DI UN MODERATO OTTIMISMO**

*Indagine promossa da Crédit Agricole FriulAdria
e realizzata da Community Media Research*

Verona, 10 aprile 2017 – L'**agroindustria** è un settore composito e articolato, con **condizioni e performance sicuramente positive ma differenziate al loro interno**. In linea generale, più un'azienda è strutturata organizzativamente, migliori sono i suoi indicatori economici e maggiore è la sua proiezione sui mercati esteri, e viceversa. Le **imprese venete** sono **tendenzialmente più reattive e con performance migliori delle colleghe friulane** – che hanno una dimensione media più contenuta e sono meno proiettate sui mercati esteri. Buoni risultati economici e prospettive migliori si sposano con la capacità delle aziende di strutturarsi sotto il profilo organizzativo e investire nell'innovazione, nell'aprirsi a mercati esteri e a forme di collaborazione che rendano più sinergica la filiera.

Crédit Agricole FriulAdria e Community Media Research (CMR) hanno attivato il **Monitor sull'industria agroalimentare del Veneto e Friuli Venezia Giulia**, un rapporto annuale che consegna una rappresentazione dell'esistente e una proiezione sul futuro prossimo di un **settore poliedrico ed effervescente**. L'indagine si è svolta in due periodi, a luglio 2016 - con interviste a 557 imprese - e tra gennaio e febbraio 2017 - con un campione di 591 imprese, sempre appartenenti ai comparti della lavorazione delle carni e del pesce, frutta-ortaggi, bevande, oli-grassi, lattiero-caseario, granaglie, prodotti da forno, alimenti animali e altri prodotti alimentari, con sede in Veneto e Friuli Venezia Giulia.

"L'agroalimentare, insieme alla moda, rappresenta uno dei settori trainanti del Made in Italy – **ha dichiarato il direttore generale di Crédit Agricole FriulAdria Roberto Ghisellini** – Il nostro Gruppo si propone come partner bancario e finanziario di riferimento per gli operatori della filiera attraverso un servizio specialistico e innovativo. Solo in Friuli Venezia Giulia e Veneto, le due regioni dove opera Crédit Agricole FriulAdria, abbiamo raggiunto **il miliardo di impieghi** con una quota di mercato che negli ultimi 4 anni è cresciuta del 25%. Attualmente i **due terzi degli impieghi riguardano il Veneto** e il **40% viene assorbito dalla filiera vitivinicola**. Nel 2016 abbiamo erogato alle aziende del comparto **336 milioni di nuovi finanziamenti** e abbiamo acquisito **quasi 700 nuovi clienti, il 30% dei quali ha meno di quarant'anni**. In un mondo dove il tasso di inserimento e il ricambio generazionale sono molto bassi riteniamo importante essere riconosciuti come la banca capace di sostenere i progetti di crescita dei giovani imprenditori anche nel settore agroalimentare. In questo senso, il **Monitor sull'agroindustria** è un ulteriore e qualificato strumento che vogliamo mettere a disposizione del settore come bussola per orientare le strategie e gli investimenti aziendali".

LA CONGIUNTURA: CONSUNTIVO SECONDO SEMESTRE 2016

Le imprese del comparto dell'industria agroalimentare dimostrano un **rilevante miglioramento rispetto al primo semestre 2016**: il saldo di opinione sul fatturato (ovvero la differenza fra le voci "aumento" e "diminuzione", non una variazione percentuale) è pari a +33,3 (contro +12,4 nella prima parte dell'anno); **il saldo migliora al crescere della dimensione aziendale**, raggiungendo un +47,8 per le imprese con oltre 50 addetti, e per le imprese con apertura flebile (export ≤ 20%) e sostenuta (export >20%), attestandosi rispettivamente a +52,0 e +50,8.

Trainano il settore l'industria delle bevande, del lattiero-caseario, della frutta e ortaggi: proprio il **comparto delle bevande** è quello **più esposto sui mercati internazionali** (80,3%), mentre **lattiero-caseario** (71%) e **prodotti da forno** (70,4%) sono quelli **maggiormente legati al mercato interno**. L'84,9% delle vendite dell'intero settore agroindustriale sono destinate all'Italia (e registrano un saldo pari a +22,3 rispetto al primo semestre 2016), mentre i prodotti destinati all'estero vengono indirizzati per il 10,1% ai Paesi UE e per il 5% extra UE (con un saldo che si attesa a quota +36,8).

Stabile l'occupazione per il 73,9% degli intervistati, mentre complessivamente l'indicatore di performance IPER per il secondo semestre 2016 è positivo per il 43,6% delle imprese (era il 29,8% nel primo semestre), stazionario per il 46,5%, negativo per il 9,9% (18,7% nel primo semestre), con un saldo totale di +33,7 (+11,1 nel primo semestre).

LA CONGIUNTURA: PREVISIONI PRIMO SEMESTRE 2017

Per il **primo semestre 2017**, le previsioni sono improntate a **segni tendenzialmente positivi ma più contenuti** rispetto alla chiusura del 2016. Il fatturato conosce un saldo di +16,5, con le imprese più grandi (oltre 50 addetti) a contribuire maggiormente alla crescita (+25). Stabile l'occupazione per l'81,1% degli imprenditori interpellati, con un saldo leggermente positivo (+3,3). **Decisamente favorevoli gli ordinativi dall'estero** (+20,1) e si registra un'attesa positiva verso **i consumi interni** (+13,2); trend positivo anche per gli investimenti, con un saldo di opinione a +22,6.

L'indicatore di fiducia IF, costruito sulle previsioni circa il fatturato, i livelli occupazionali, l'acquisizione di nuovi ordini, gli ordinativi dall'estero, gli investimenti, mette in luce come il 34,9% delle imprese agroindustriali mostri un orientamento ottimista, il 53,8% di stabilità e l'11,3% di pessimismo (saldo: +23,6). Le più fiduciose sono le piccole imprese (10-19 addetti: +32,9), del Veneto (+27,4) e del comparto lattiero-caseario, più aperte ai mercati esteri (+31,3).

L'APERTURA SUI MERCATI: FILIERA E RAPPORTI INTERNAZIONALI

La quasi totalità delle imprese interpellate utilizza fornitori di materie prime (96,3%), mentre sono tre quarti gli imprenditori che ritengono che il **rapporto diretto con un'azienda agricola** costituisca un valore aggiunto. Valore aggiunto determinato dalla possibilità di reperire prodotti più genuini (28,7%), da un miglior controllo della filiera (23,8%), da una conoscenza personale del produttore/azienda (22,0%) e, non da ultimo, dalla **convincione di poter meglio valorizzare i prodotti del territorio** (20,1%).

Poco più della metà delle imprese interpellate (54,2%) dichiara di intrattenere **relazioni commerciali con l'estero**: le piccole imprese (fino a 9 addetti) sono il 27,6% di queste, mentre sono l'80,9% quelle oltre i 50 addetti. Il sistema produttivo del **Veneto (55,8%)** è più esposto a tali processi rispetto a quanto avviene in **Friuli Venezia Giulia (47,2%)**. Sul fronte delle **prospettive future**, per i tre quarti degli intervistati (**73%**) il **mercato di riferimento principale resta l'Italia**, seguito dai Paesi dell'area Euro (11,9%); più distanti l'America (8,3%) e l'Asia Orientale (2,0%).

AZIONI PER LO SVILUPPO

In affiancamento all'attività di analisi, si è costruito un momento di riflessione fra gli attori dell'intera filiera agroalimentare, così da individuare alcune **linee strategiche di azione, iniziative e politiche per sostenere la crescita dell'intero settore**. Dal focus group sono quindi emerse tre direttrici principali:

1. **Coltivare una cultura della condivisione**, per far percepire e realizzare le ricadute positive delle innovazioni e della ricerca per l'intero sistema produttivo agroindustriale;
2. **Alimentare azioni di sistema**, tramite interventi che operino in maniera trasversale sulla filiera produttiva e sollecitando la creazione di un operatore della GDO nazionale per veicolare i prodotti italiani sui mercati esteri;
3. **Accrescere la qualità**, qualità che deve diventare l'asset strategico per lo sviluppo del settore, fondandosi sui temi della bio-diversità, della sostenibilità ambientale, della distintività e trasparenza nelle produzioni e, non da ultimo, nel rapporto e legame con il territorio.

Per informazioni:

Community, Strategic Communications Advisers - 0422.416111

Giuliano Pasini giuliano.pasini@communitygroup.it

Sara Lorenzon sara.lorenzoni@communitygroup.it - 340.4527349

Paolo Zeni paolo.zeni@communitygroup.it - 335.334692