



Il settore *Agrifood*: le specializzazioni delle Regioni italiane

Firenze, Febbraio 2014

Indice

- ❑ L'industria alimentare italiana: lo **scenario**

- ❑ Le **specializzazioni** regionali

- ❑ Le possibili **aree di integrazione** delle specializzazioni regionali
 - Expo 2015
 - Horizon 2020

Indice



L'industria alimentare italiana: lo scenario

L'industria alimentare italiana

Il settore agroalimentare italiano rappresenta un'eccellenza che primeggia sul piano della qualità, della sicurezza alimentare, dell'innovazione tecnologica d'avanguardia, della sostenibilità, della biodiversità e del rispetto della tradizione.



L'industria alimentare italiana (segue)

	2010 (MLD €)	2011 (MLD €)	2012 (MLD €)
FATTURATO (Valore)	124 (+3,3%)	127 (+2,4%)	130 (+2,3%)
PRODUZIONE (Quantità)	+2,0%	- 1,7%	-1,2%
NUMERO IMPRESE INDUSTRIALI	6.450 (con oltre 9 addetti)	6.300 (con oltre 9 addetti)	6.250 (con oltre 9 addetti)
NUMERO ADDETTI	410.000	408.000	408.000
EXPORT	21 (+10,0%)	23 (+10%)	25 (+8,7%)
IMPORT	17 (+13,5%)	18,6 (+11%)	20 (+8,1%)
SALDO	4 (+2,1 %)	4,4 (+10%)	5 (+13,6%)
TOTALE CONSUMI ALIMENTARI	204 (variaz. reale - 1,0%)	208 (variaz. reale - 2,0%)	210 (variaz. reale -1,6%)
POSIZIONE NELL'INDUSTRIA MANIFATTURIERA ITALIANA	2° posto (13%) dopo settore metalmeccanico	2° posto (12%) dopo settore metalmeccanico	2° posto (13%) dopo settore metalmeccanico

L'industria alimentare italiana (segue)

- ❑ L'industria alimentare italiana – che Federalimentare rappresenta in Confindustria, attraverso le sue 19 Associazioni di categoria aderenti ed aggregate – è uno dei **pilastri dell'economia nazionale** ed è al centro della **prima filiera economica** del Paese insieme ad agricoltura, indotto e distribuzione
- ❑ Prevalenza significativa di **PMI**: 63.000 aziende totali (se si considerano anche quelle con 1 / 2 addetti) di cui:
 - 6.250 con più di 9 addetti;
 - 2.550 con più di 19 addetti
- ❑ Ambasciatrice del **Made in Italy** nel mondo: quasi l'80% dell'export agroalimentare italiano è rappresentato da marchi industriali di prestigio e DOP/IGP.
L'alimentazione e la moda sono i due settori dove più elevata è la fiducia nel Made in Italy degli italiani (Coldiretti/SWG il valore dell'agroalimentare italiano, 2009)

Fonte: Elaborazioni e Stime Centro Studi Federalimentare su dati Istat 2012

L'industria alimentare italiana (segue)



* Le informazioni relative agli attori del sistema della ricerca e dell'innovazione non hanno carattere esaustivo

L'industria alimentare italiana (segue)

PUNTI DI FORZA

- + Ampia gamma di prodotti di alta qualità
- + Prodotti DOP al "Top" dei mercati internazionali
- + Stretti legami con il territorio e con il patrimonio culturale italiano
- + Alti standard di sicurezza
- + Capacità di abbinare tradizione e cosante innovazione di processo e di prodotto
- + Settore con doti anticicliche e calmieratrici

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Settore polverizzato e poco capitalizzato
- Innovazione insufficiente (soprattutto tra le PMI)
- Alti costi legati anche alla logistica e ai servizi (trasporti, energia, infrastrutture)
- Bassa crescita dell'export vs Paesi competitor europei come Germania e Francia
- Contraffazione (stima 6 Mld €) e imitazione (stima 54 Mld €), soprattutto vs mercati ricchi ed esigenti
- Assenza catene distributive italiane nel mondo

L'industria alimentare italiana (segue)

Globalizzazione prima e crisi economica poi pongono il settore di fronte a sfide importanti soprattutto dal punto di vista dell'**innovazione**, che diventa una chiave di volta per il rilancio di un settore fondamentale per l'economia europea e italiana.

Le sfide

Il processo di valorizzazione delle produzioni tipiche investe diverse **dimensioni**: quella nutrizionale ed edonistica fino agli aspetti tecnologici, di servizio, di sicurezza, autenticazione, tracciabilità e certificazione dei prodotti.

L'industria alimentare italiana (segue)

I trend del futuro

- Ampia varietà di prodotti, personalizzazione***
 - Convenienza di servizio e praticità d'uso***
 - Attenzione a specifici bisogni nutrizionali***
 - Prodotti desiderabili nel gusto***
 - Prodotti convenienti nel rapporto qualità/prezzo***
 - Attenzione a bisogni specifici: religiosi/etnici/etici***
 - Attenzione all'ambiente e alla sostenibilità***
 - Freschezza, naturalità, territorio***
-

Indice



La mappa delle specializzazioni regionali

Premessa

Il lavoro **mappatura delle specializzazioni tecnologiche regionali** stato realizzato:

- si inserisce nell'ambito degli obiettivi della nuova Programmazione 2014-2020 e in coerenza con quanto indicato da Horizon 2020 e dal framework metodologico previsto dalla Smart Specialisation Platform (S3 Platform)
- è stato condotto attraverso delle indagini (di natura qualitativa e quantitativa) con attori istituzionali (Amministrazioni Regionali), della ricerca (Università, Parchi Scientifici e Tecnologici, Strutture del CNR, Centri di ricerca e Laboratori, Incubatori di impresa, etc) e imprenditoriali (Poli di innovazione, Distretti Tecnologici, Piattaforme Tecnologiche, etc.).

Premessa (*segue*)

Le pagine che seguono offrono un dettaglio sulle specializzazioni regionali nel settore **Agrifood**, proponendo una visione d'insieme in cui sono identificati:

- i subsettori/segmenti/nicchie prevalenti in cui il settore si articola,
- le tecnologie abilitanti* di supporto.

Le Tecnologie abilitanti* (*Key Enabling Technologies*)

- *Bioteecnologie Industriali*
 - *Fotonica*
 - *ICT*
 - *Materiali Avanzati*
 - *Micro/Nanoelettronica*
 - *Nanotecnologie*
 - *Sistemi manifatturieri avanzati*
-

* Da un punto di vista metodologico, la classificazione delle tecnologie abilitanti riflette la classificazione proposta nel documento «Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS 3)». Alle tecnologie indicate nel documento sono state aggiunte le tecnologie "ICT".

Le macro-aree di specializzazione



Area 1 - Nutrizione e salute

Promozione della salute del consumatore: valorizzazione nutrizionale dei prodotti agroalimentari della tradizione italiana

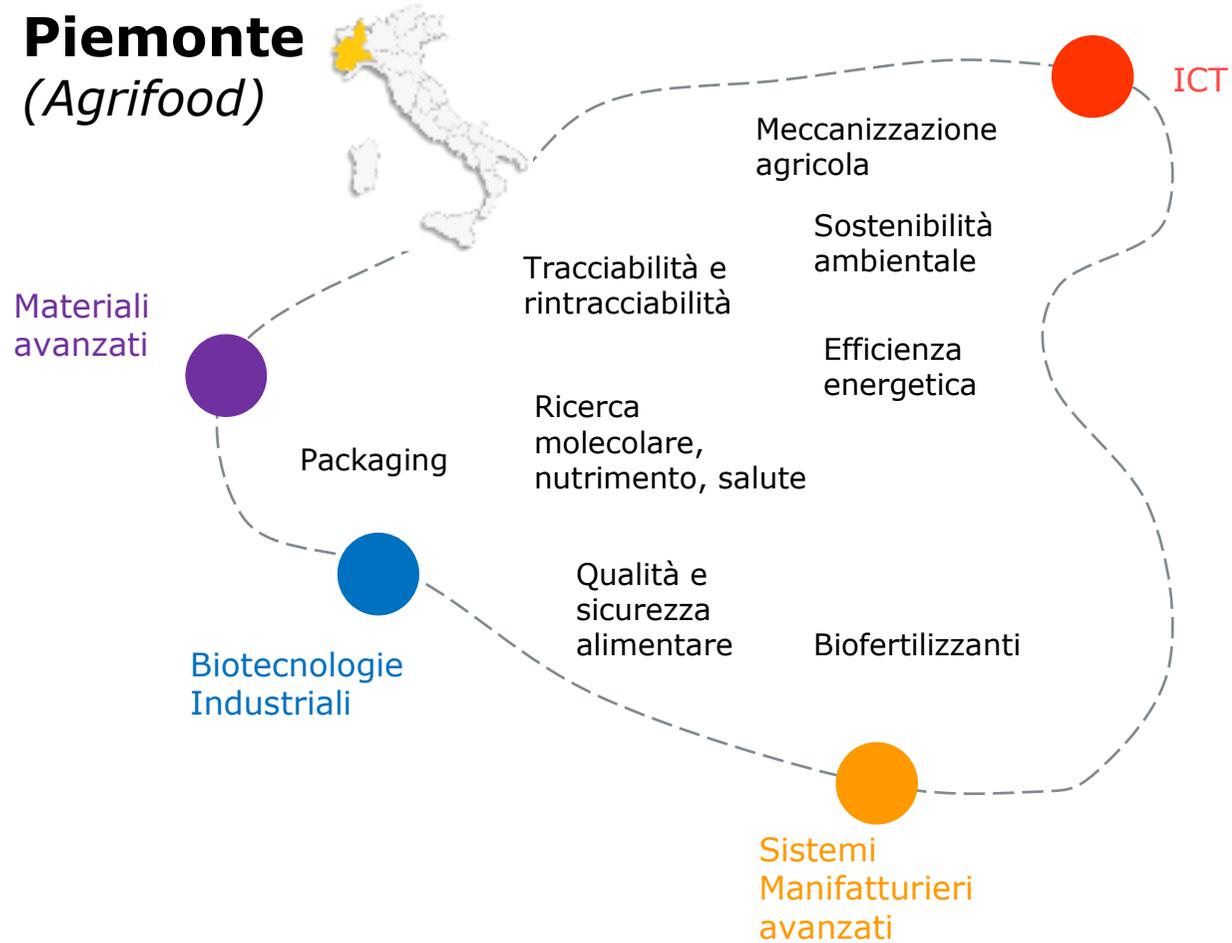
Area 2 - Food safety

Nuove tecnologie abilitanti per la sicurezza alimentare e l'integrità delle filiere agroalimentari in uno scenario globale

Area 3 - Sostenibilità e competitività

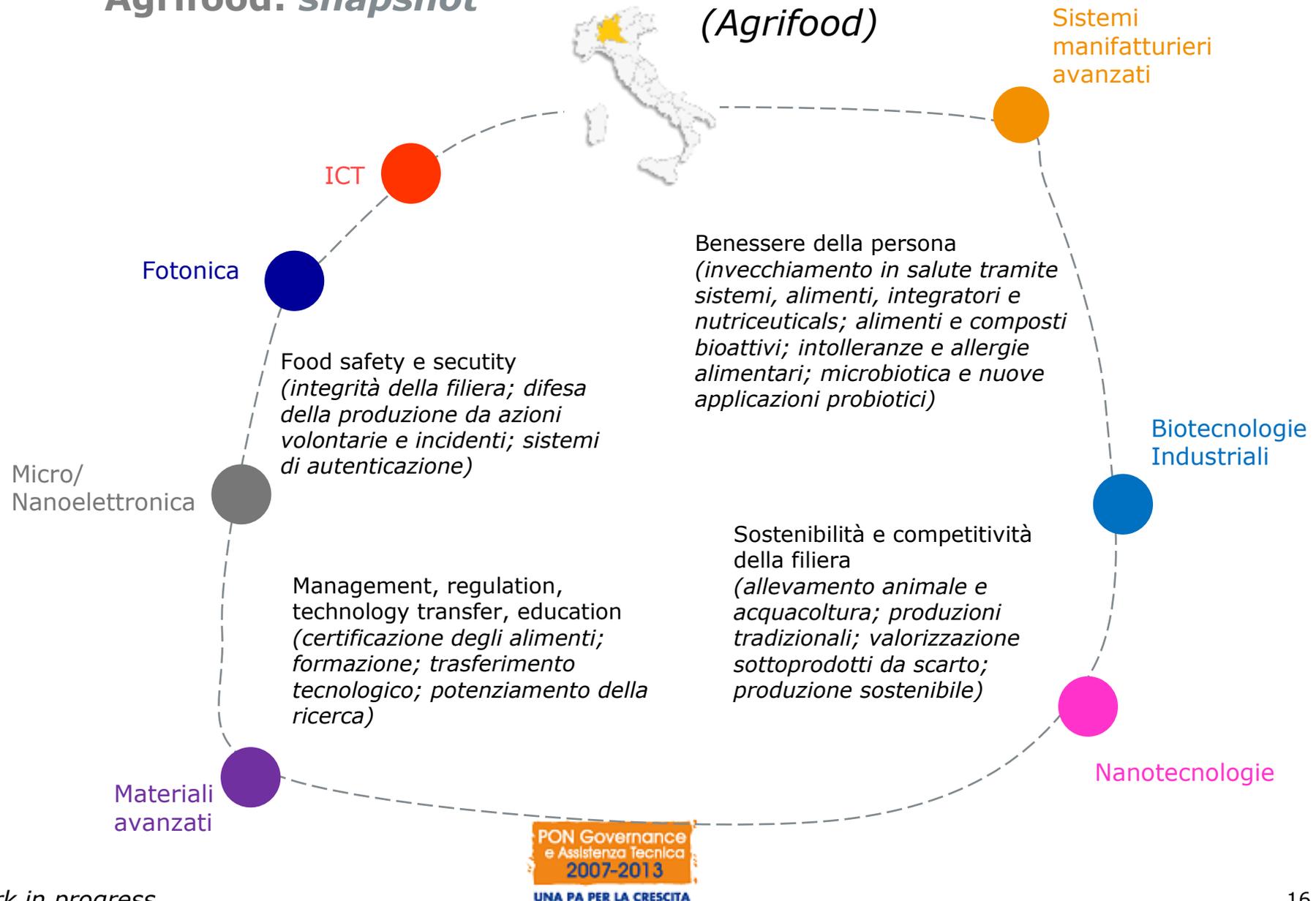
Sostenibilità della filiera agroalimentare italiana

Agrifood: *snapshot*



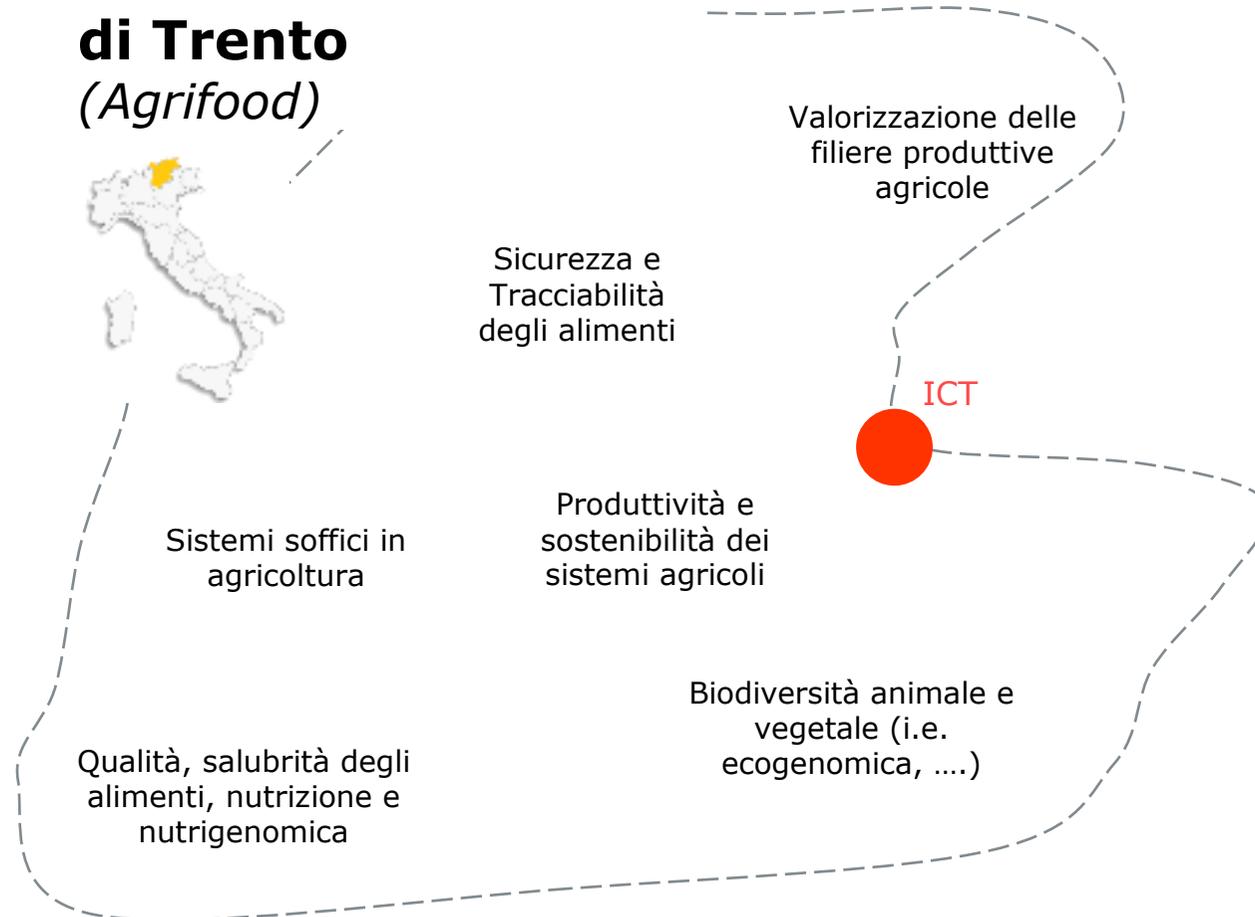
Agrifood: *snapshot*

Lombardia (Agrifood)



Agrifood: *snapshot*

Provincia Autonoma di Trento (Agrifood)



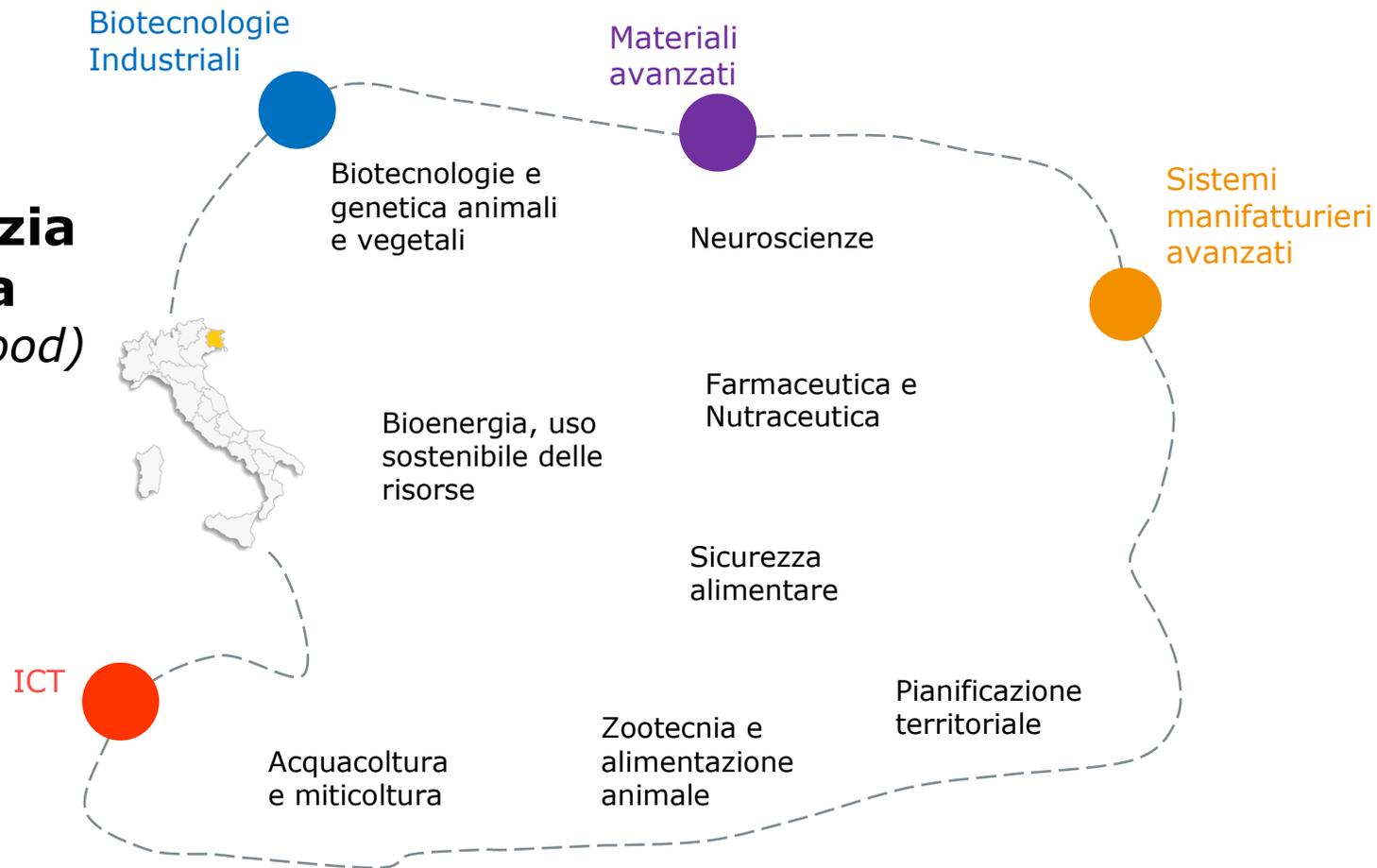
Agrifood: *snapshot*

Provincia Autonoma di Bolzano (*Tecnologie Alimentari*)



Agrifood: *snapshot*

**Friuli
Venezia
Giulia
(Agrifood)**

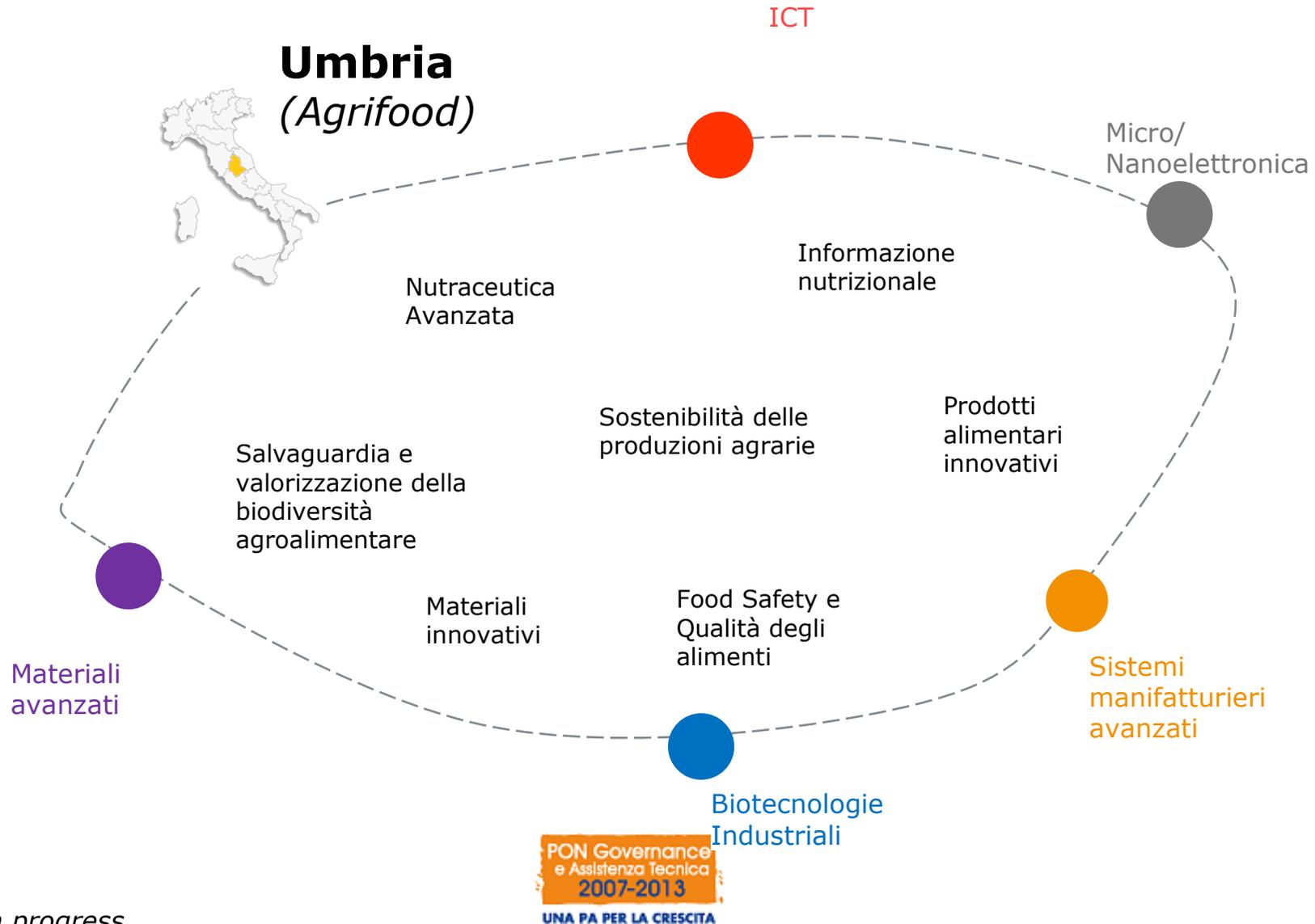


Agrifood: *snapshot*

Emilia Romagna (Agrifood)



Agrifood: *snapshot*

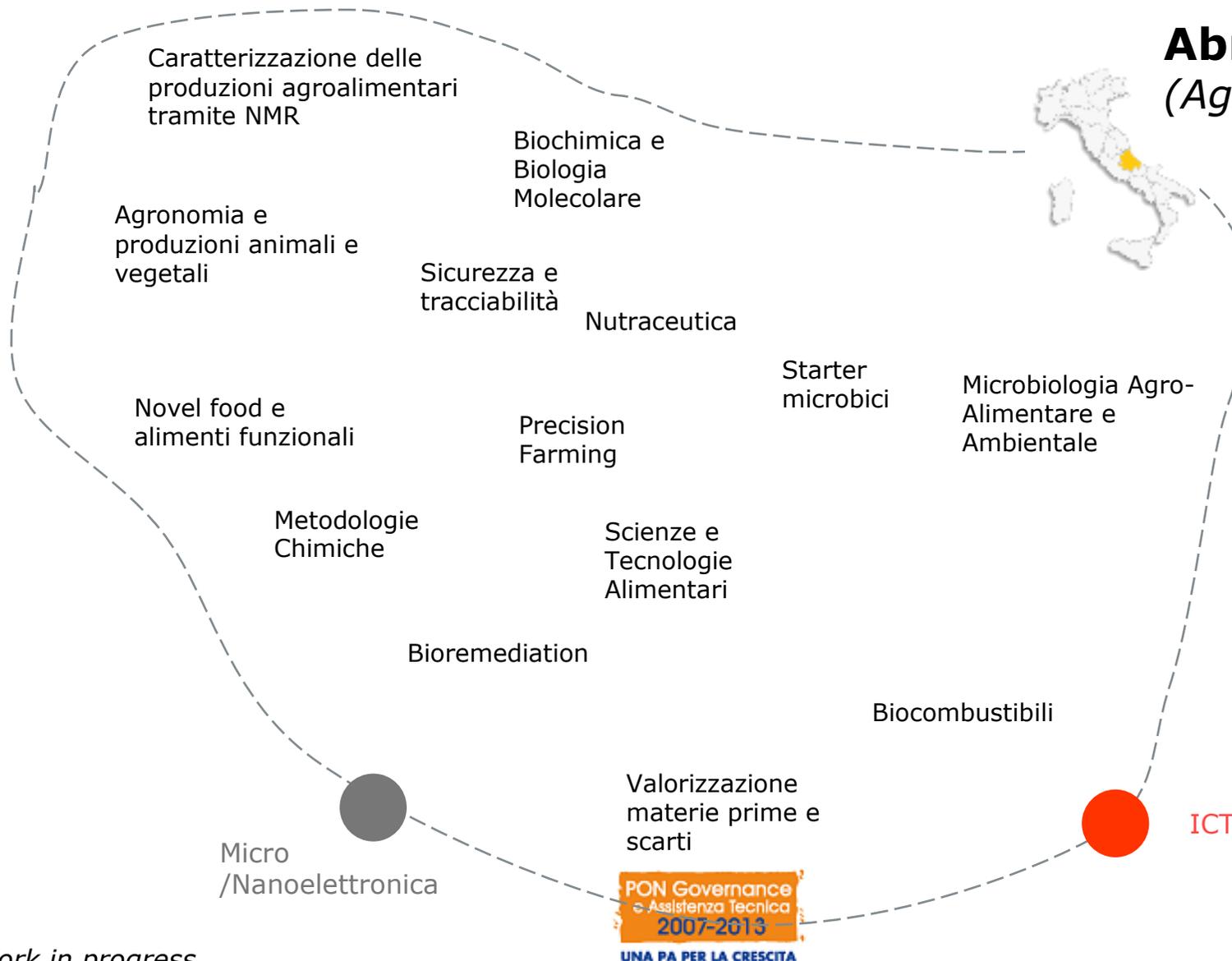


Agrifood: *snapshot*



Agrifood: *snapshot*

Abruzzo (Agrifood)



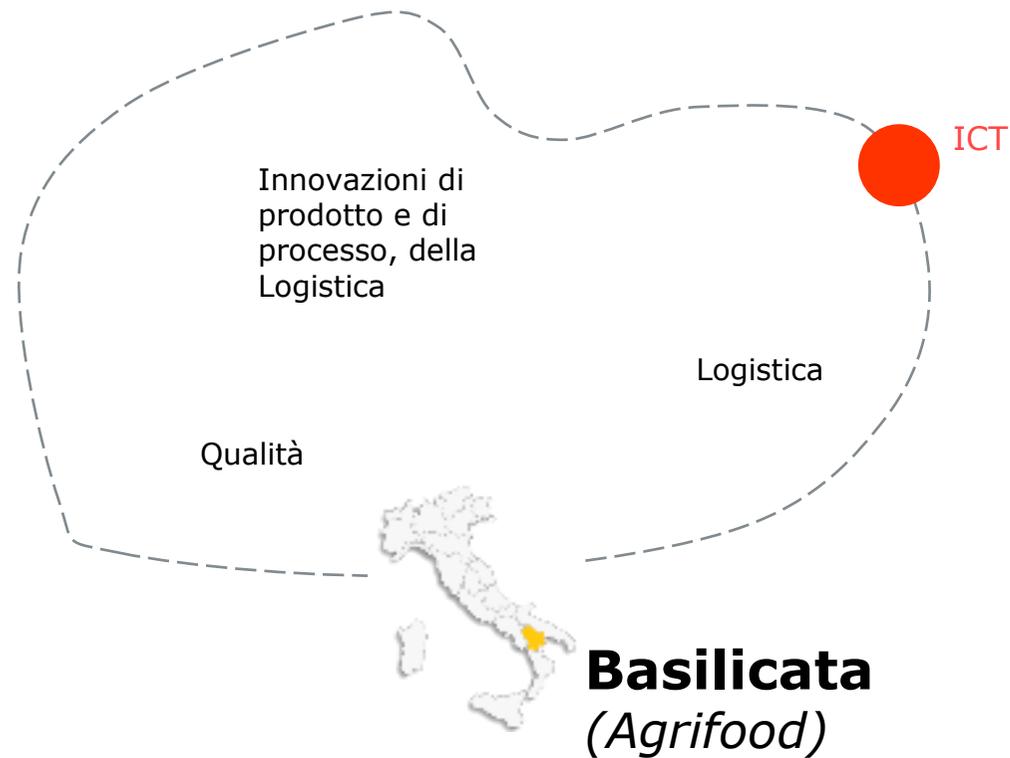
Agrifood: *snapshot*



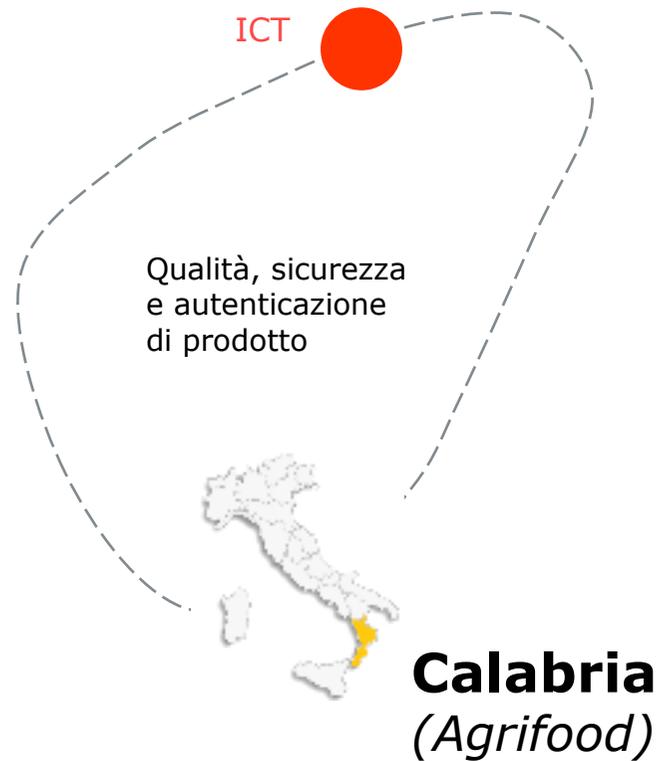
Agrifood: *snapshot*



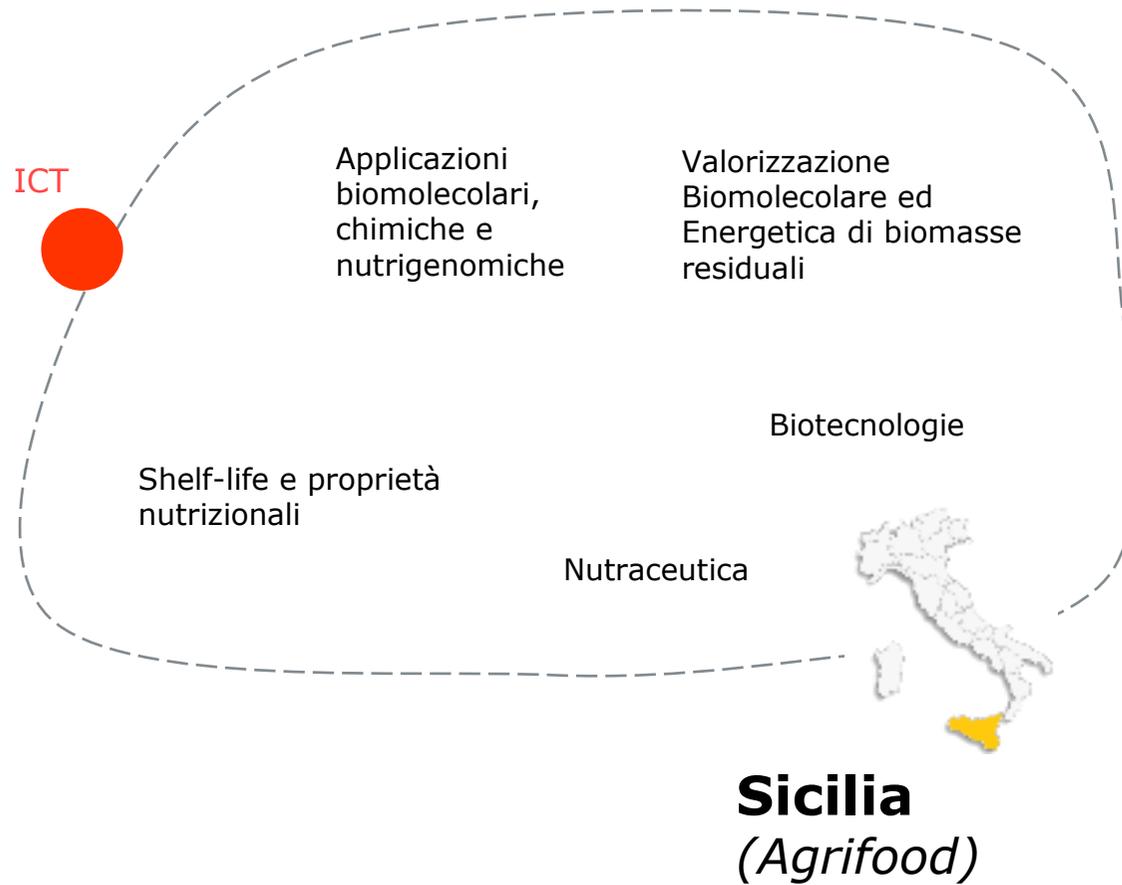
Agrifood: *snapshot*



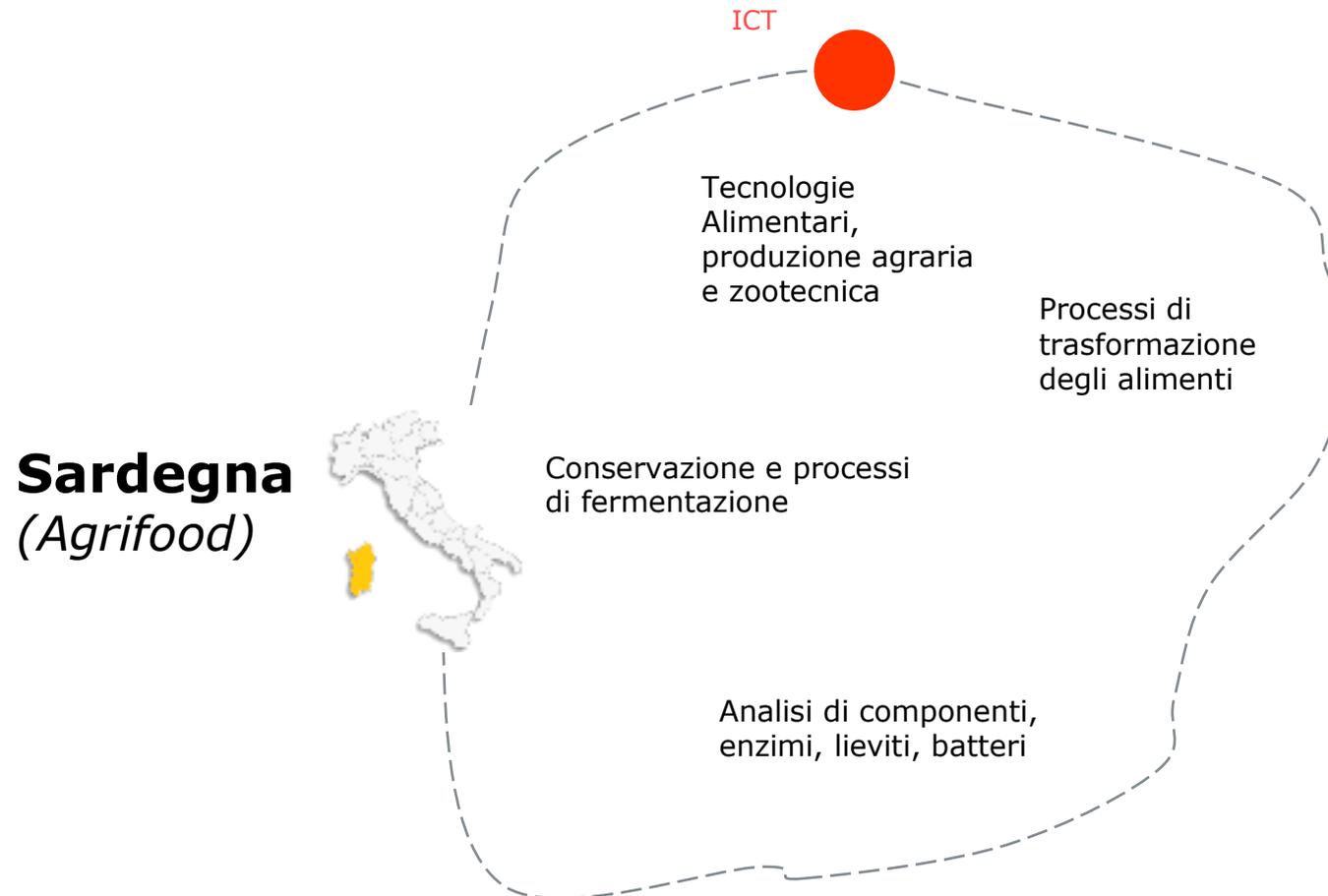
Agrifood: *snapshot*



Agrifood: *snapshot*



Agrifood: *snapshot*



Agrifood: *snapshot*

Toscana (Agrifood)



Competitività delle filiere produttive compreso il sistema foresta-legno-energia

Sostenibilità sociale nelle aree rurali e multifunzionalità del settore agricolo-forestale

Agricoltura sostenibile e di precisione (acqua, suolo, carbonio, energia, biodiversità)

Valorizzazione delle proprietà salutistico-nutrizionali degli alimenti; nuove tecnologie e strumenti atti a garantire la sicurezza della catena alimentare; tracciabilità dei prodotti

Agricoltura Intelligente (Automazione; sensoristica)

PN Governance
e Assistenza Tecnica
2007-2013

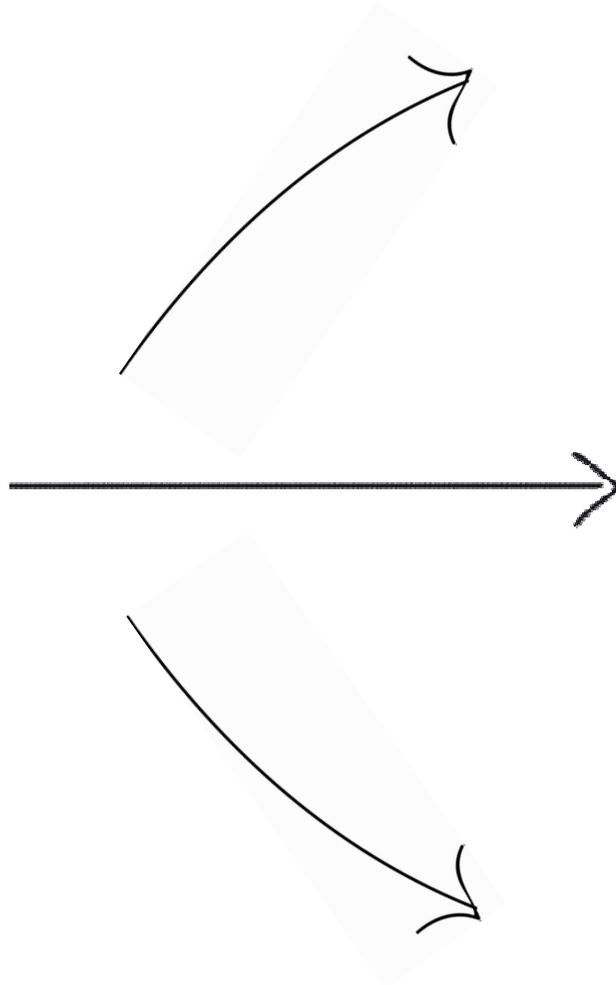
UNA PA PER LA CRESCITA

Indice



Le possibili aree di integrazione delle specializzazioni regionali

Expo 2015



BIOTECH

INNOVAZIONE DI PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI PRODOTTO/FUNCTIONAL FOODS

BUSINESS PROCESS REENGINEERING DEI PROCESSI PRODUTTIVI E DI CONSERVAZIONE

SENSORISTICA (CONTROLLO DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING DIGITALE/IDENTITY

Expo 2015 (segue)

BIOTECH

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/FUNCTIONAL
FOODS

BUSINESS PROCESS
REENGINEERING DEI
PROCESSI PRODUTTIVI E DI
CONSERVAZIONE

SENSORISTICA (CONTROLLO
DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ
ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING
DIGITALE/IDENTITY

Tecnologie per il miglioramento dei processi produttivi (es. abbattimento delle avversità biotiche, sviluppo di bioinsetticidi, utilizzo delle energie rinnovabili per le colture etc.)

Tecnologie per il miglioramento dei processi di trasformazione (es. sistemi di recupero e valorizzazione degli scarti di produzione etc.)

Expo 2015 (segue)

BIOTECH

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/FUNCTIONAL
FOODS

BUSINESS PROCESS
REENGINEERING DEI
PROCESSI PRODUTTIVI E DI
CONSERVAZIONE

SENSORISTICA (CONTROLLO
DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ
ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING
DIGITALE/IDENTITY

Processi volti a garantire una maggiore *shelf-life* del prodotto e al tempo stesso sappiano rispondere alle nuove esigenze del mercato sull'adattabilità dei prodotti agroalimentari agli stili di vita (es. confezioni monoporzione, etc.)

Expo 2015 (segue)

BIOTECH

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/FUNCTIONAL
FOODS

BUSINESS PROCESS
REENGINEERING DEI
PROCESSI PRODUTTIVI E DI
CONSERVAZIONE

SENSORISTICA (CONTROLLO
DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ
ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING
DIGITALE/IDENTITY

Qualità nutritive dei prodotti per mantenersi in salute e a vivere meglio: i functional food sono ricchi di sostanze attive (dai fermenti lattici agli antiossidanti, dai minerali alle vitamine) oppure arricchiti con ingredienti funzionali (come fitosteroli e Omega 3)

Expo 2015 (segue)

BIOTECH

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/FUNCTIONAL
FOODS

**BUSINESS PROCESS
REENGINEERING DEI
PROCESSI PRODUTTIVI E DI
CONSERVAZIONE**

SENSORISTICA (CONTROLLO
DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ
ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING
DIGITALE/IDENTITY

Le aree di innovazione più rilevanti nell'ottica del business process reengineering riguardano la logistica, l'integrazione della filiera, il ripensamento della catena del freddo, etc. ed in particolare tutti quei processi che, tramite la messa in rete delle attività (e grazie a innovative piattaforme informatiche), consentono di sfruttare al meglio le economie di scala e le sinergie di settore e di ridurre i tempi morti e i "magazzini temporanei".

Expo 2015 (segue)

BIOTECH

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/FUNCTIONAL
FOODS

BUSINESS PROCESS
REENGINEERING DEI
PROCESSI PRODUTTIVI E DI
CONSERVAZIONE

SENSORISTICA (CONTROLLO
DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ
ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING
DIGITALE/IDENTITY

Sistemi di tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti a fini logistici (attraverso sistemi RFID, sistemi di rintracciabilità molecolare, etc.), ai sistemi di monitoraggio della qualità dei prodotti freschi (sempre attraverso sensori RFID in grado di monitorare ad esempio la durata effettiva del trasporto) e ai sistemi di monitoraggio del ciclo colturale e del processo di trasformazione dei prodotti agricoli (es. la vinificazione della singola barrique) attraverso sensori Wi-Fi

Expo 2015 (segue)

BIOTECH

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/FUNCTIONAL
FOODS

BUSINESS PROCESS
REENGINEERING DEI
PROCESSI PRODUTTIVI E DI
CONSERVAZIONE

SENSORISTICA (CONTROLLO
DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ
ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING
DIGITALE/IDENTITY

Attività di coltivazione di erbe ibride in grado di restituire un elevato potenziale energetico da utilizzare per alimentare piccole centrali elettriche

Expo 2015 (segue)

BIOTECH

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/PACKAGING

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO/FUNCTIONAL
FOODS

BUSINESS PROCESS
REENGINEERING DEI
PROCESSI PRODUTTIVI E DI
CONSERVAZIONE

SENSORISTICA (CONTROLLO
DEL CLIMA, TRACCIABILITÀ
ALIMENTARE)

UTILIZZO BIOMASSE

MARKETING
DIGITALE/IDENTITY

Marketing digitale (web marketing, social media marketing) e diffusione di tutti gli strumenti necessari alle PMI di valorizzare dal punto di vista commerciale le proprie produzioni.

Cross selling turistico per mettere a valore anche nel settore agroalimentare l'ormai riconosciuto potenziale di attrazione dei percorsi dell'Italia minore attraverso le sue produzioni tipiche e tradizionali.

Identity marketing per promuovere l'immagine delle produzioni tipiche attraverso il potenziale evocativo dei luoghi in cui esse nascono e i luoghi in virtù delle loro produzioni tipiche (es. Montalcino e il suo Brunello, Alba e i suoi tartufi).

Horizon 2020: i pilastri

**Eccellenze
scientifiche**

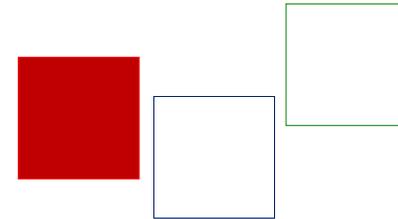
**Competenze
industriali**

**Sfide
sociali**

Horizon 2020: i pilastri (segue)

Eccellenze scientifiche

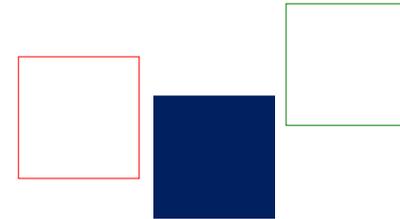
- European Research Council (ERC)
- Tecnologie emergenti e future
- Marie Skłodowska-Curie Actions
- Infrastrutture di Ricerca



Horizon 2020: i pilastri (segue)

Competenze industriali

- Leadership nelle tecnologie abilitanti
- **Accesso al capitale di rischio**
- **Innovazione nelle PMI**



Horizon 2020: i pilastri (segue)

Sfide

sociali

- Salute, cambiamento demografico e benessere
- **Sicurezza alimentare, agricoltura sostenibile, ricerca marina e marittima nonché bioeconomia**
- **Energia sicura, pulita ed efficiente**
- **Trasporti intelligenti, verdi e integrati**
- **Azioni per il clima, efficienza delle risorse e materie prime**
- **Europe in a changing world – inclusive, innovative, reflective societies**
- Secure societies – Protecting freedom and security of Europe and its citizens