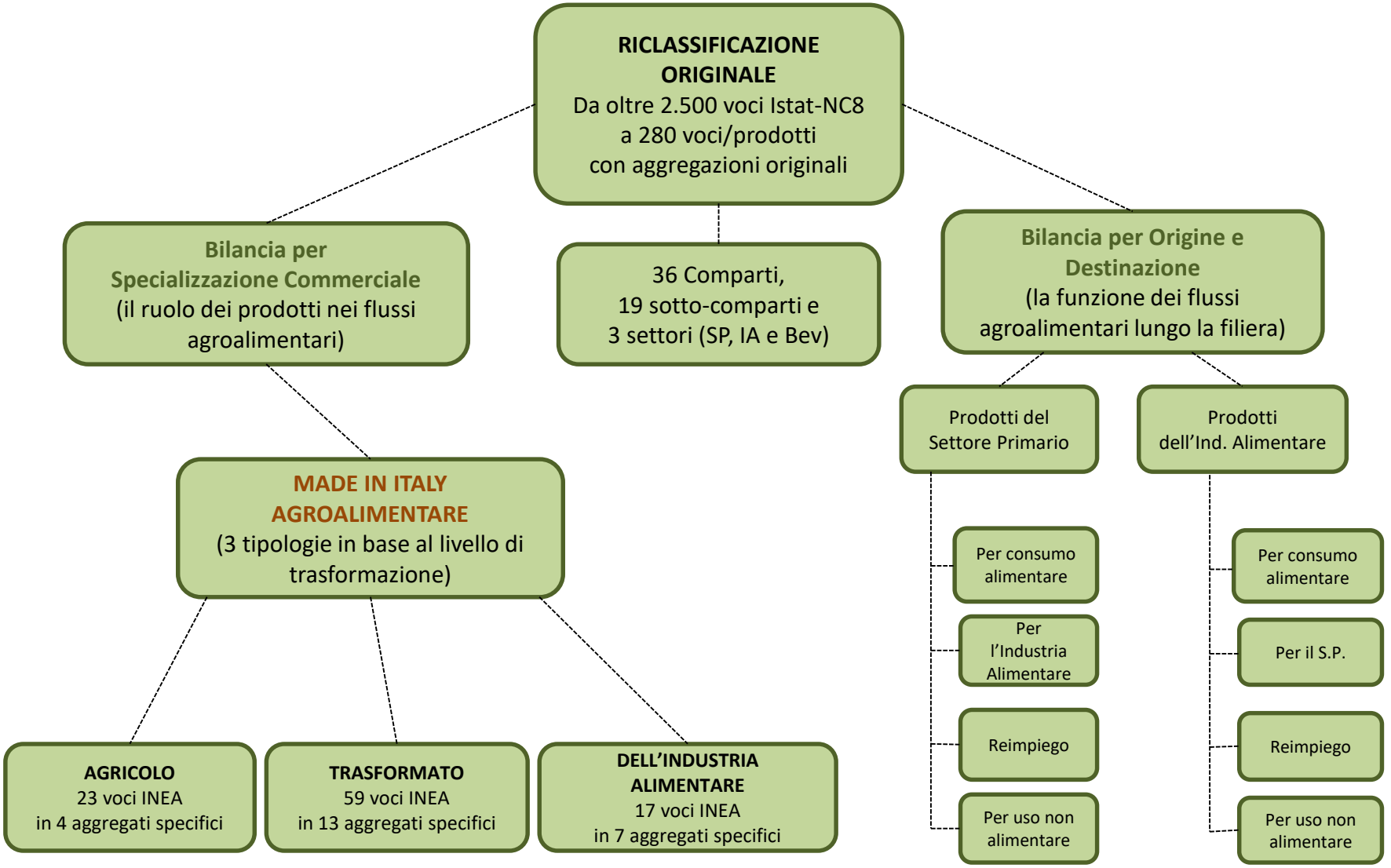
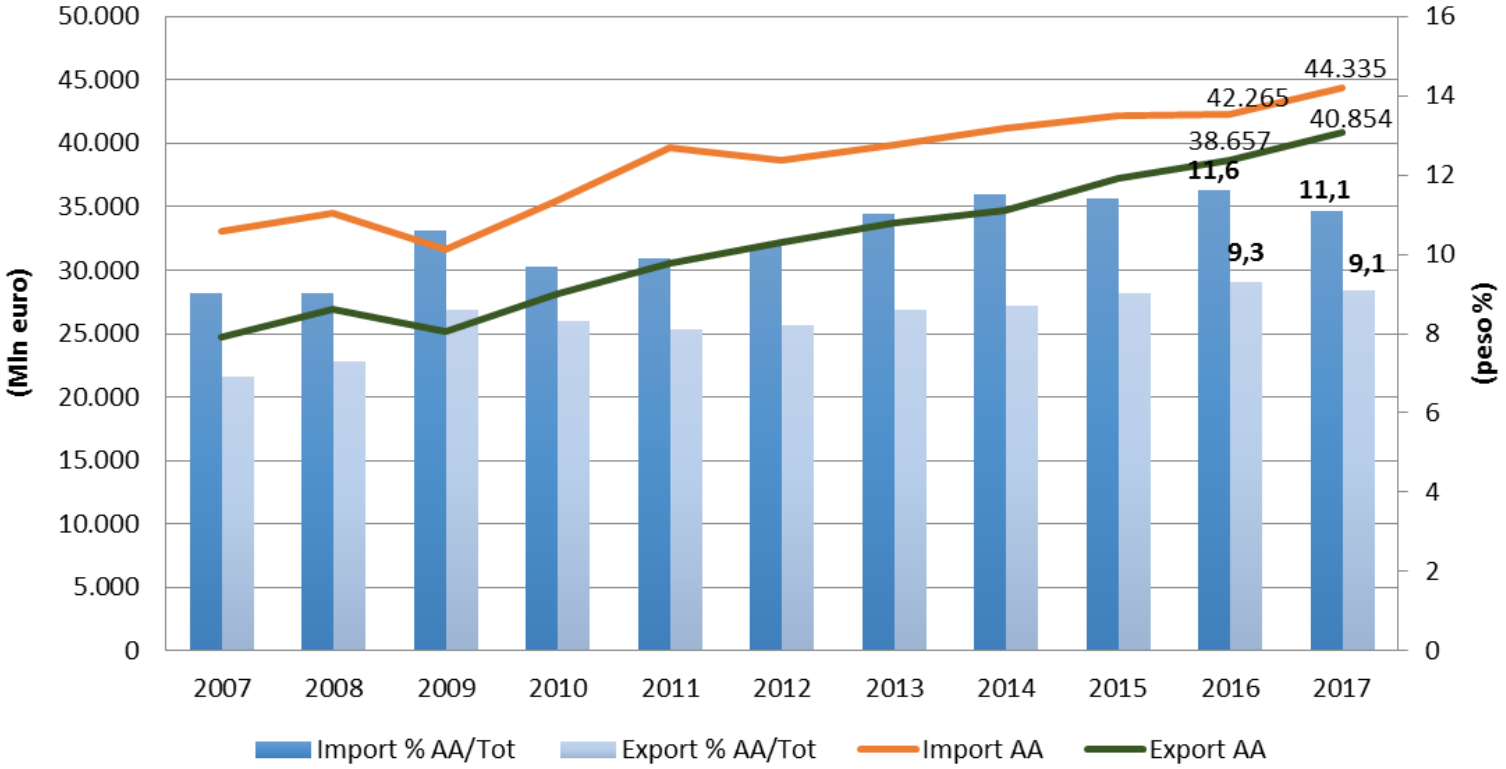
Il commercio agro-alimentare italiano e i principali accordi commerciali

Roberto Solazzo – Ricercatore CREA-PB

Struttura e aggregati merceologici utilizzati



Il commercio Agroalimentare (AA) e Totale dell'Italia



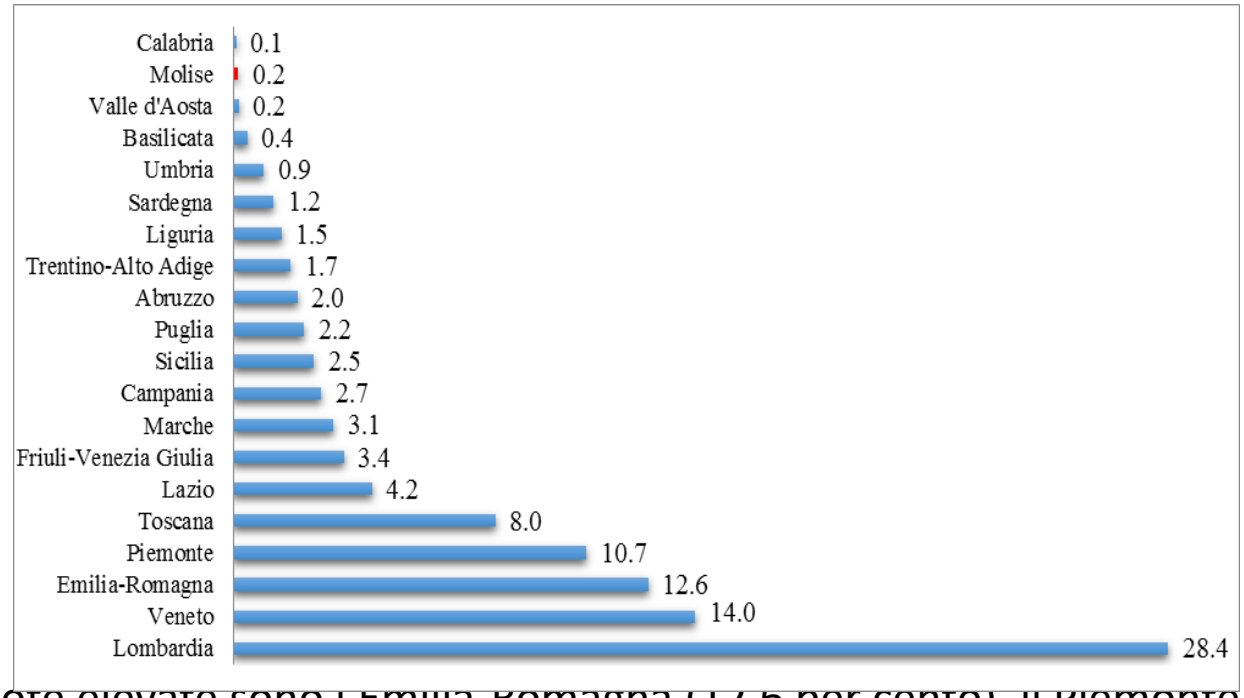
- Nel 2017 le esportazioni Agroalimentari superano per la prima volta i 40 mld (40,85), crescita in valore (+5,7%)
  - andamento positivo dal 2009
- Cresce anche l'import (di quasi il 5%) dopo sostanziale stabilità dello scorso anno, e supera i 44 mld
- Ulteriore **calo del deficit** bilancia agroalimentare, scende sotto i 3,5 mld. Nel 2015 4,9 mld e 5 anni fa superava i 9 mld

MA

- Nonostante crescita, il **peso dell'AA** sul commercio totale di merci **si riduce** (per l'export primo calo dopo 5 anni). Import e export totale di merci crescono rispettivamente del 9,6% e 7,4%.

Internazionalizzazione delle imprese italiane

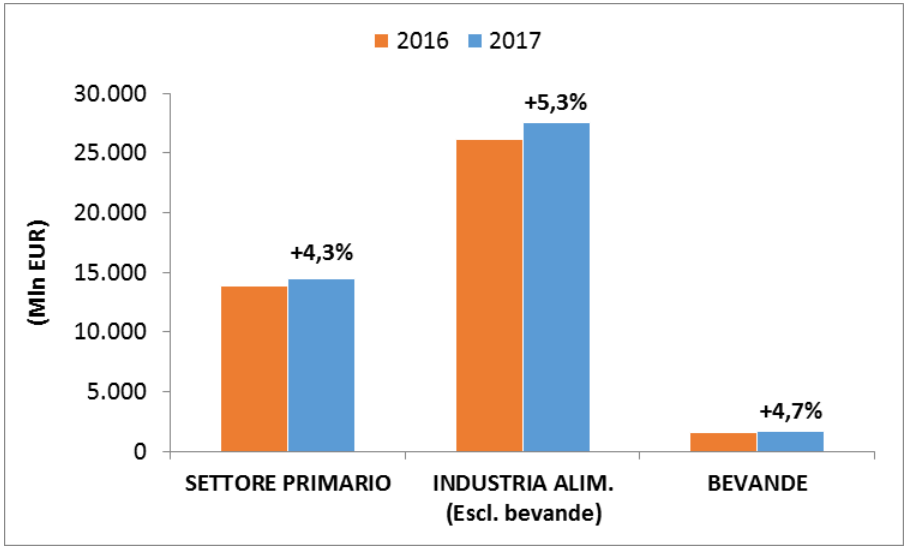
- Esistono forti differenze nei mercati di sbocco delle esportazioni italiane
- Lombardia e Veneto forniscono il contributo maggiore alle esportazioni italiane, con una quota sul totale nazionale pari, rispettivamente, al 28,8 e al 14 per cento.



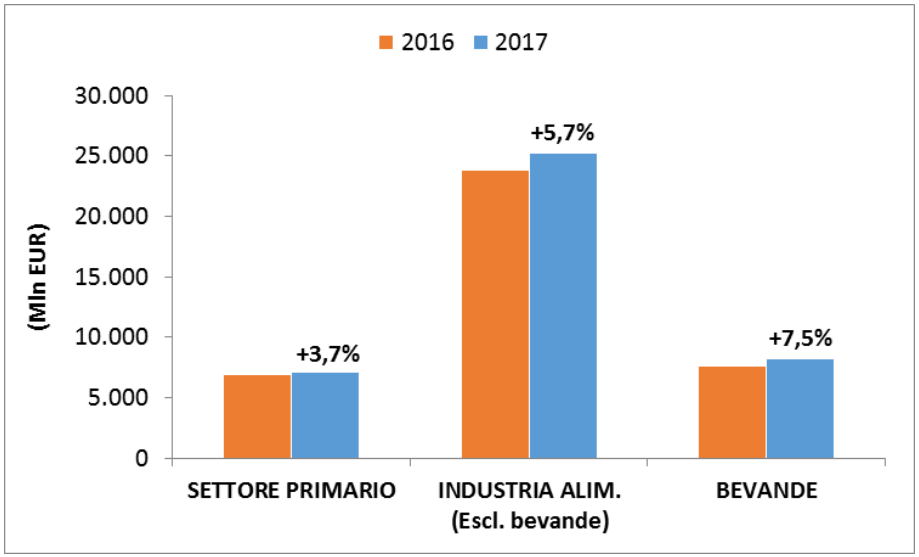
Le altre regioni con quote elevate sono l'Emilia-Romagna (12,6 per cento), il Piemonte (10,7 per cento) e la Toscana (8,0 per cento). Tra le regioni del Sud, la quota maggiore si registra in Campania (2,7 per cento) e in Sicilia (2,5 per cento). Le regioni con il più basso grado di internazionalizzazione sono la Basilicata, il Molise, la Calabria e la Valle d'Aosta, le cui esportazioni rappresentano una quota inferiore allo 0,5 per cento del totale delle esportazioni italiane. Tutte le altre regioni contribuiscono alle esportazioni nazionali con quote limitate, tra l'0,9 per cento dell'Umbria e il 4,2 per cento del Lazio.

Gli scambi agroalimentari per settore 2017/2016

IMPORT



EXPORT

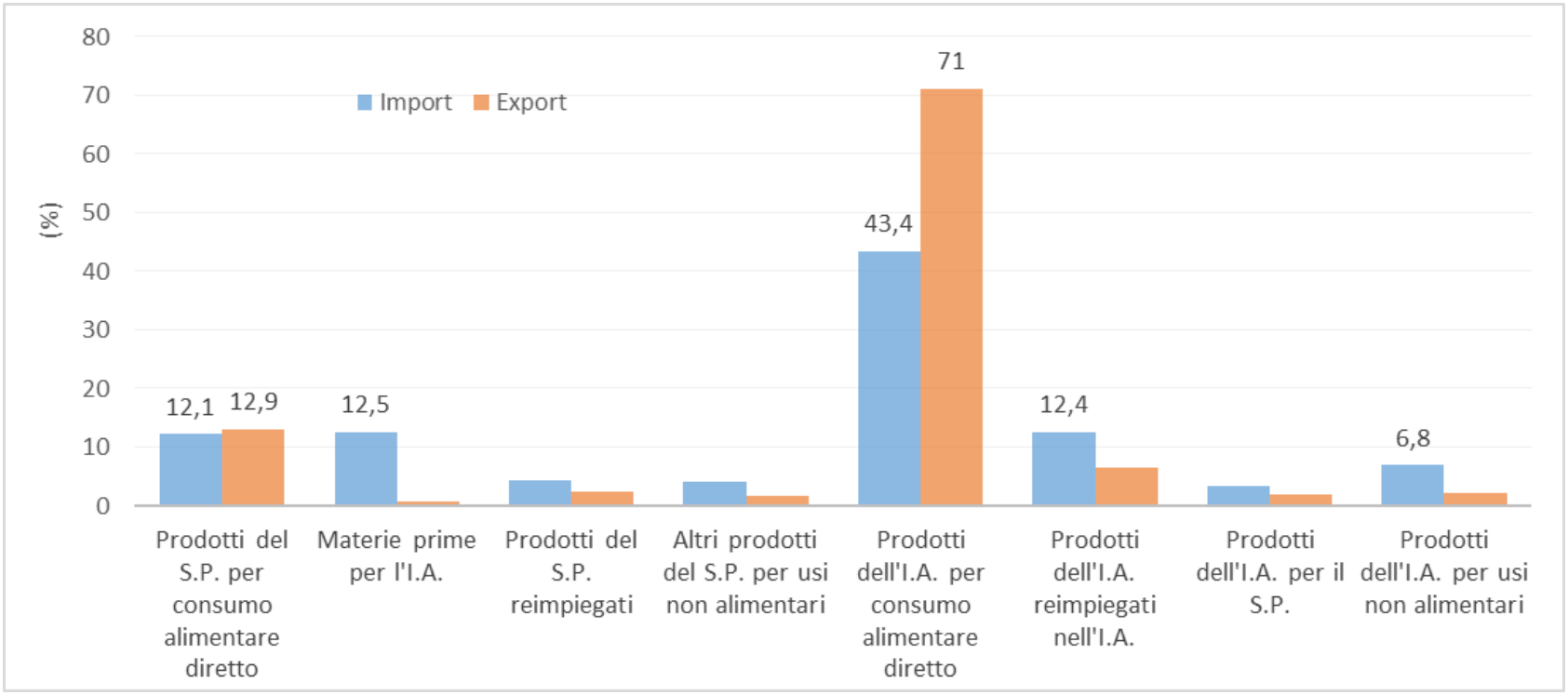


- Oltre 80% delle esportazioni agroalimentari riguarda prodotti trasformati o bevande;
  - Industria alimentare >60% e bevande >20%

- Quasi 1/3 dell'import è invece di prodotti del settore primario, mentre import di bevande <4%

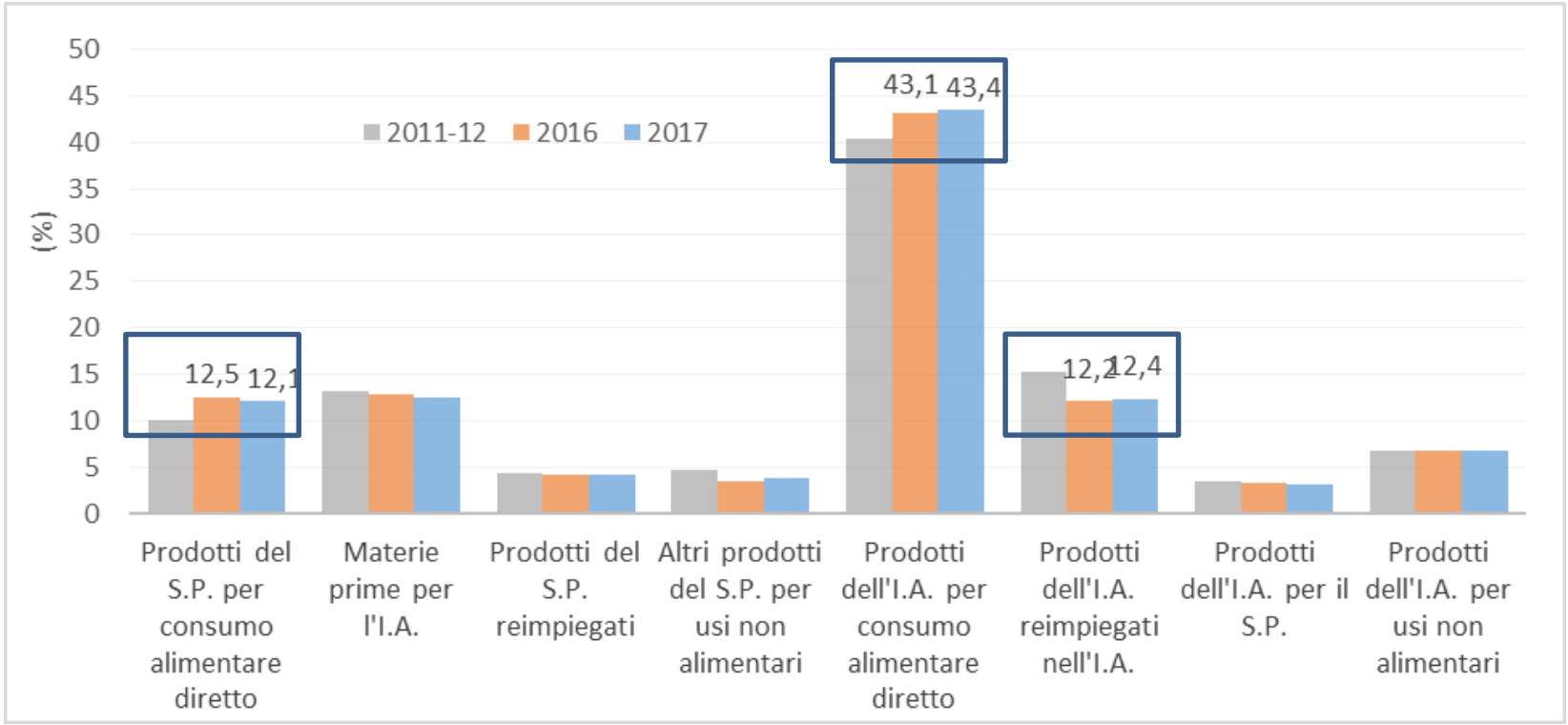
- Contributo di tutti i settori alla crescita degli scambi – per l'export soprattutto trasformati

La bilancia per origine e destinazione: la funzione degli scambi AA



- L'Italia esporta soprattutto prodotti destinati al consumo alimentare diretto, principalmente prodotti trasformati
- Le esportazioni (limitate) di prodotti destinati all'industria alimentare sono spesso di prodotti primari piuttosto che semilavorati.
- Nell'import invece rilevanza di prodotti, sia primari che trasformati, destinati alla nostra industria.
- Circa il 10% dell'import è destinato inoltre a usi non alimentari (ad esempio per industria tessile/conciaria)

La bilancia per origine: andamento



Tendenza degli ultimi anni:

- cresce la quota delle <u>importazioni</u> agroalimentari <u>per il consumo alimentare diretto</u>
- di contro cala l'incidenza dei semilavorati per la nostra industria alimentare, sebbene rimanga la quota maggiore dei flussi in entrata

IMPORT		(Mln EUR)	Var.% 2017/16
IA	Prodotti ittici	4.408,9	5,7
IA	Carni fresche e congelate	4.401,7	4,9
IA	Olii e grassi	4.030,4	7,6
IA	Prodotti lattiero-caseari	3.695,9	9,8
SP	Cereali	2.522,1	0,4
IA	Panelli e mangimi	1.955,9	1,3
SP	Cacao, caffè, tè e spezie	1.765,8	4,0
SP	Animali vivi	1.471,9	7,3
IA	Altri prodotti non alim.	1.431,9	6,3
IA	Derivati dei cereali	1.385,2	4,3
SP	Prodotti della pesca	1.328,5	-1,2
SP	Frutta secca	1.208,6	-9,2
IA	Ortaggi trasformati	1.112,6	-1,2
Be	Altri alcolici	1.072,3	5,3
IA	Prodotti dolciari	1.020,2	1,4
IA	Zucchero	903,5	4,8
SP	Legumi ed ortaggi freschi	782,4	5,9
SP	Semi e frutti oleosi	775,4	2,0
SP	Prodotti della silvicoltura	727,9	16,4
SP	Frutta tropicale	697,4	6,5
SP	Altra frutta fresca	657,5	8,8
IA	Frutta trasformata	602,8	3,1
SP	Sementi	547,7	2,2
SP	Prodotti del florovivaismo	514,2	3,0
SP	Altri prodotti degli allev.	505,5	18,1
SP	Agrumi	405,5	16,9
IA	Carni preparate	378,9	0,7
Be	Vino	322,2	3,2
SP	Legumi ed ortaggi secchi	279,1	7,9
Be	Bevande non alcoliche	242,5	4,1
SP	Tabacco greggio	151,9	131,3
IA	Riso	136,4	31,6
SP	Prodotti della caccia	99,2	28,5
SP	Vegetali filamentosi greggi	67,1	11,5
IA	Altri prodotti dell'ind. alim.	2.077,7	3,3

Cosa importiamo
Comparti

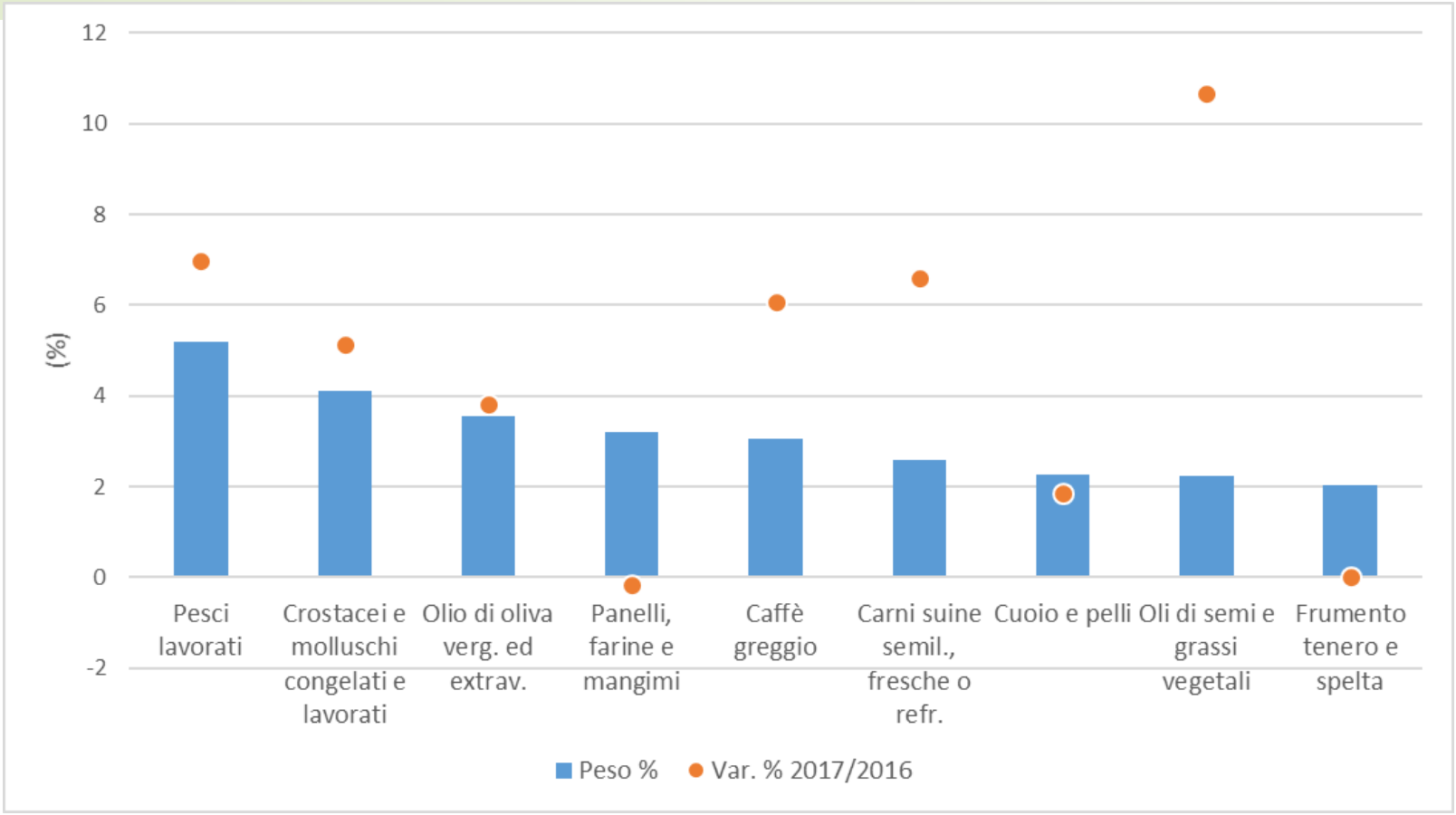
- Negli ultimi anni andamento differenziato delle importazioni a livello di comparto (nel 2016/2015 riduzioni in valore per oltre il 60% dei comparti)
- Nel 2017 andamento crescente per quasi tutti i comparti
- Unica riduzione rilevante per le importazioni di frutta secca; si riducono per il secondo anno consecutivo dopo forte crescita
- Prodotti ittici, carni, oli e grassi, lattiero-caseario > 37% dell'import agroalimentare dell'Italia
  - Tutti con aumenti rilevanti
- Importanza del settore primario, con 3 comparti tra i primi 10 (anche questi in crescita)

Cosa esportiamo
Comparti

EXPORT		(Mln EUR)	Var.% 2017/16
Be	Vino	6.150,3	6,4
IA	Derivati dei cereali	4.730,6	4,2
IA	Prodotti lattiero-caseari	3.246,9	10,4
SP	Altra frutta fresca	2.769,1	5,9
IA	Ortaggi trasformati	2.416,2	-0,4
IA	Olii e grassi	2.146,0	-1,1
IA	Prodotti dolciari	1.971,5	15,4
IA	Carni preparate	1.663,4	6,1
SP	Legumi ed ortaggi freschi	1.268,8	-0,7
IA	Carni fresche e congelate	1.260,3	0,5
IA	Frutta trasformata	1.145,3	4,9
Be	Altri alcolici	1.071,0	11,3
IA	Panelli e mangimi	1.045,7	8,5
Be	Bevande non alcoliche	973,3	10,4
SP	Prodotti del florovivaismo	822,0	10,1
IA	Riso	547,8	3,9
SP	Frutta secca	506,6	-1,9
IA	Prodotti ittici	439,6	6,0
IA	Altri prodotti non alim.	384,7	8,5
SP	Sementi	321,9	3,6
SP	Tabacco greggio	271,1	6,2
SP	Prodotti della pesca	262,2	0,9
SP	Agrumi	223,2	-10,9
SP	Cereali	178,4	22,3
IA	Zucchero	169,7	5,1
SP	Prodotti della silvicoltura	130,3	8,2
SP	Cacao, caffè, tè e spezie	91,1	-2,6
SP	Frutta tropicale	76,4	11,5
SP	Altri prodotti degli allevamen	67,8	-11,1
SP	Legumi ed ortaggi secchi	55,8	13,4
SP	Animali vivi	55,8	-2,2
SP	Semi e frutti oleosi	35,5	-7,0
SP	Prodotti della caccia	6,3	11,9
SP	Vegetali filamentosi greggi	4,3	-36,0
IA	Altri prodotti dell'ind. alim.	4.036,9	8,6

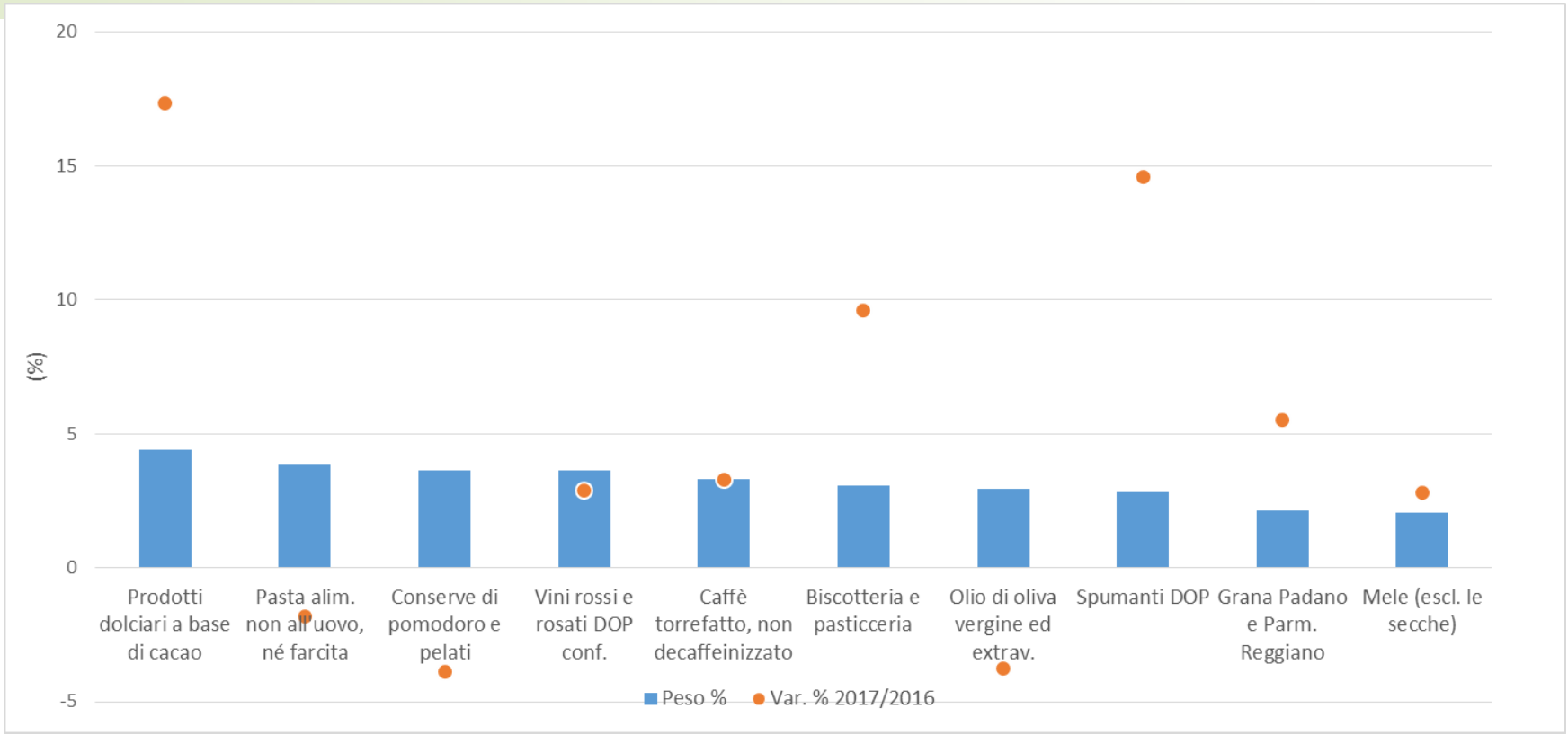
- Crescita in valore dell'export di molti dei principali comparti
- Riduzioni nei trasformati sono limitate
  Più elevate nel settore primario (anche a due cifre)
- Vino conferma primato e continua a crescere verso tutti i principali mercati (eccetto Germania)
- Le esportazioni di Vini spumanti di qualità valgono 1,2 miliardi di euro (+13%) e trainano la crescita del settore
- Export di formaggi in forte crescita verso Francia, Regno Unito e Spagna; più che compensano il rallentamento dei flussi verso gli USA (3° cliente)

Cosa importiamo - Prodotti



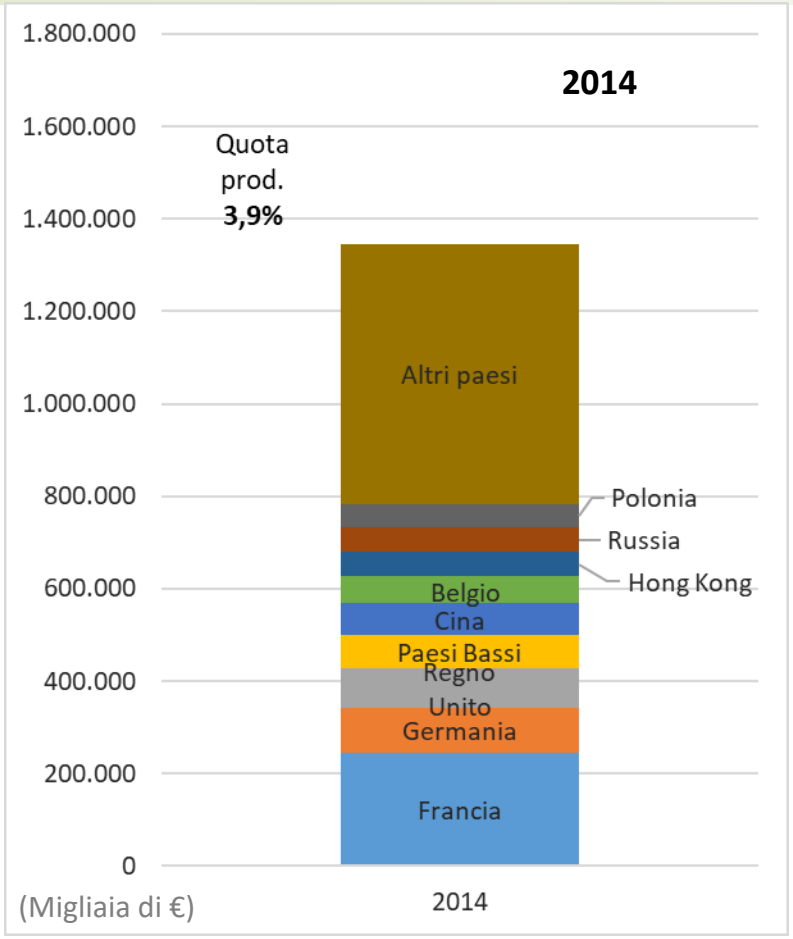
- Settore ittico conferma primato come comparto di importazione per l'Italia
- Cresce l'import di caffè greggio; importanza della nostra industria di caffè
- Importanza di prodotti per l'industria tessile/conciaria

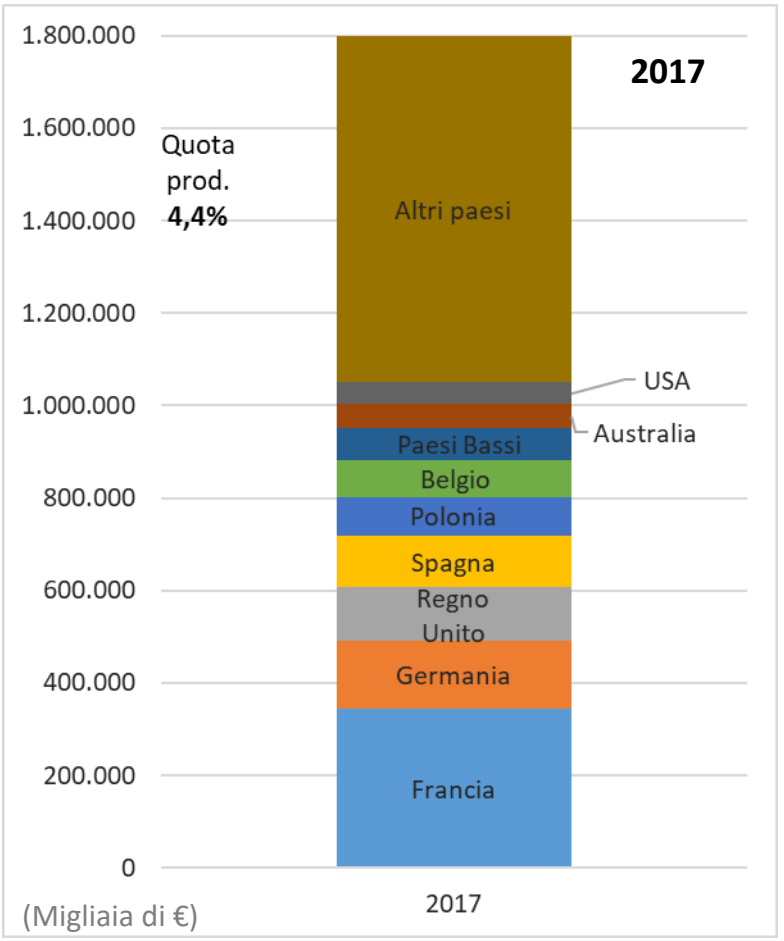
Cosa esportiamo - Prodotti



- Continuano a crescere le esportazioni di <u>prodotti dolciari a base di cacao</u>.
- Insieme agli spumanti DOP mostrano la maggiore crescita tra i principali prodotti di export
- Prodotti dolciari a base di cacao <u>primo prodotto di esportazione</u> italiano complice il calo dell'export in valore di pasta e conserve di pomodoro
- Per la pasta non è il primo anno:
  - 2015 calo dei volumi più che compensato dall'aumento del valore medio unitario
  - 2016 e 2017, crescita in quantità non compensa calo valori medi unitari di esportazione ➡ calo valore di export
- Per entrambi i prodotti pesa il calo dei flussi verso la Germania, principale mercato

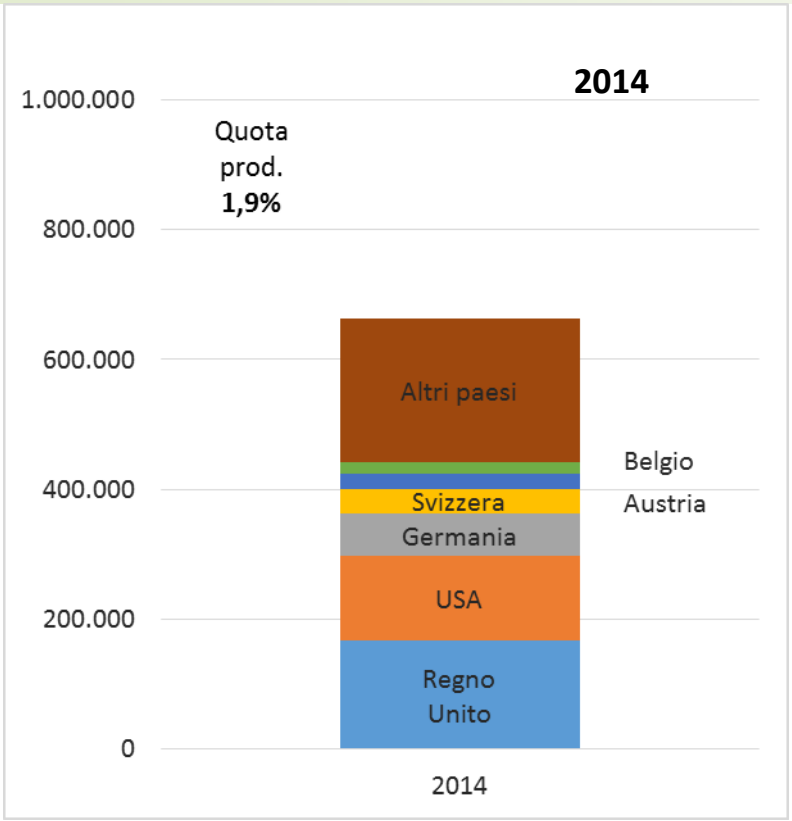
Export di Prodotti dolciari a base di cacao, 2014-2017



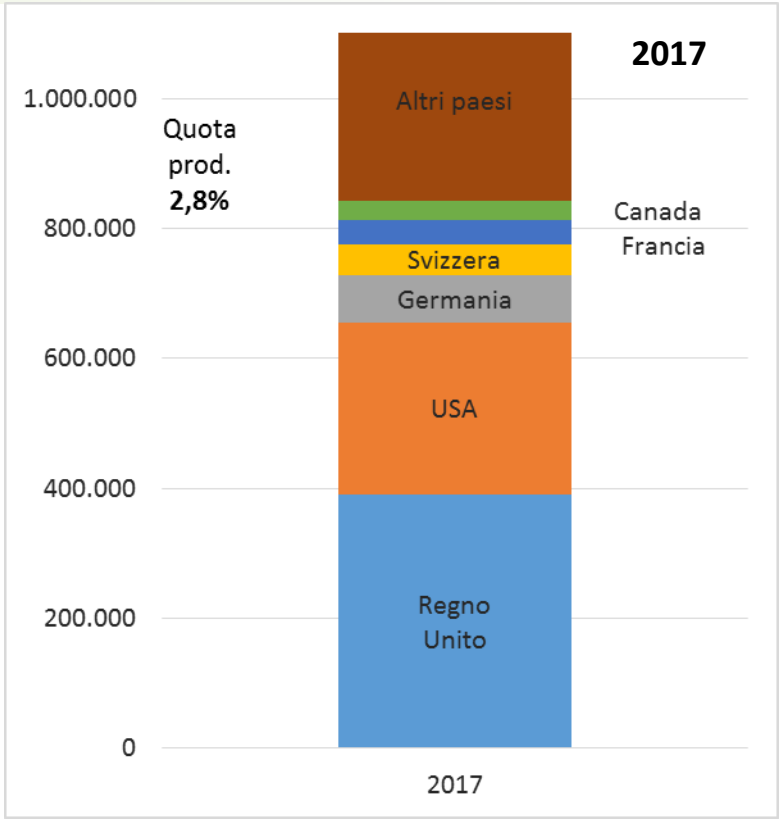


- Pesa il 4,4% del valore delle esportazioni agroalimentari italiane
- Crescita legata sia ad andamento di clienti storici che aumento di nuovi mercati
- Mercato principale è quello europeo, in particolare Francia concentra oltre il 19% (quota prod. 7,5%)
- Per Polonia e Australia rappresenta circa il 10% dell'export AA dell'Italia

Export di Spumanti DOP, 2014-2017



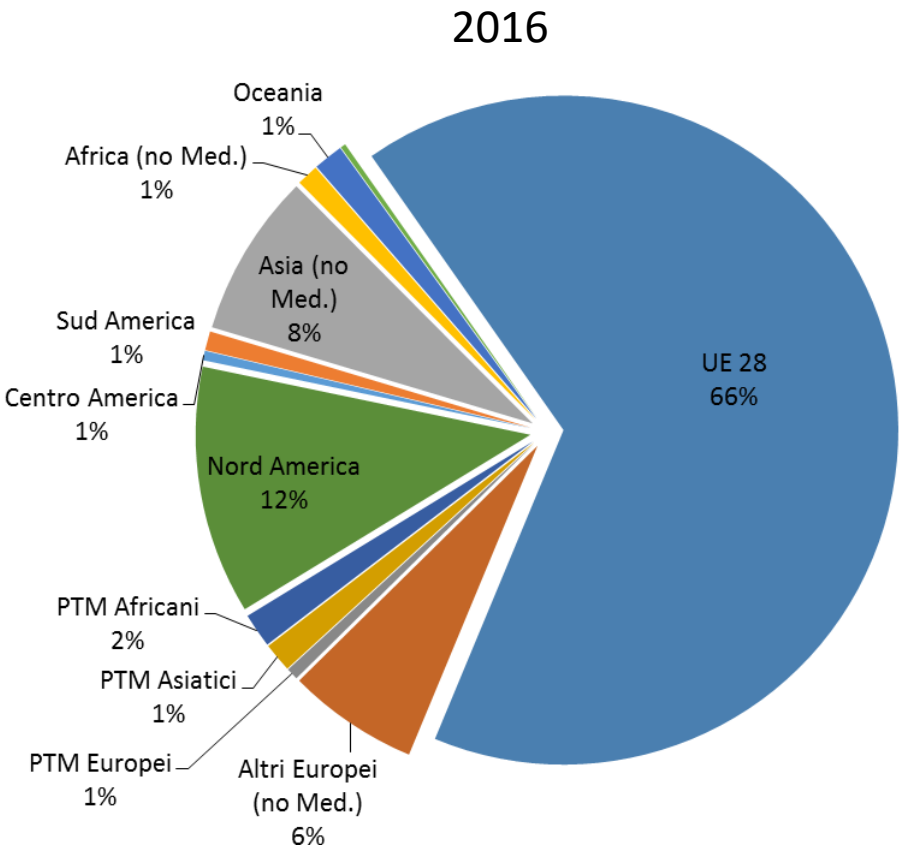
(Migliaia di €)

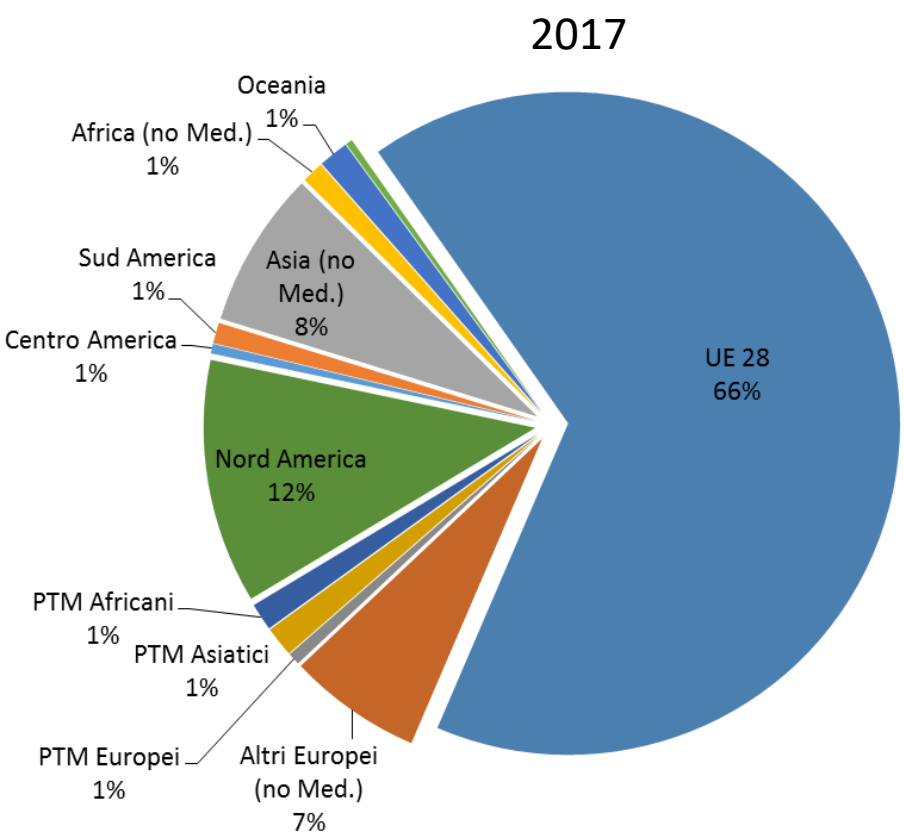


(Migliaia di €)

- Export in valore +74% in tre anni
- Peso sull'export nazionale da meno del 2% (2014) a 2,8% (2017)
- Non grossi cambiamenti tra i principali mercati di destinazione ma elevati tassi di crescita
- UK e USA rappresentano oltre il 55% del mercato
- Verso UK: raddoppiato il peso sull'export AA (>13% nel 2017), primo prodotto di esportazione superando pasta e conserve di pomodoro
- Verso USA: vale il 6,5% dell'export AA (da 5° prodotto nel 2014, a 3°nel 2017, superando vini bianchi Igp e pasta)

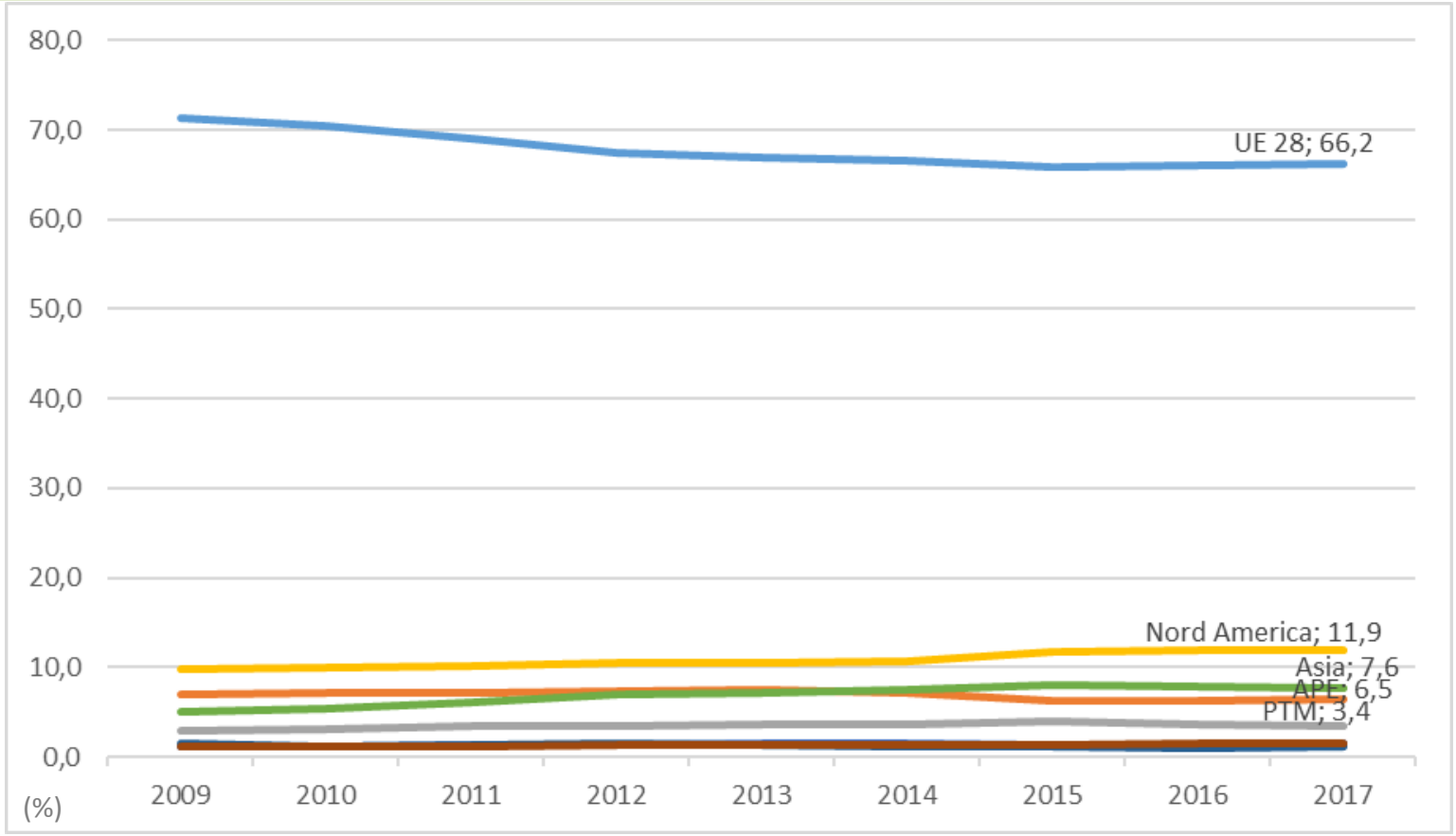
Commercio agroalimentare dell'Italia: le aree di destinazione 2017/2016



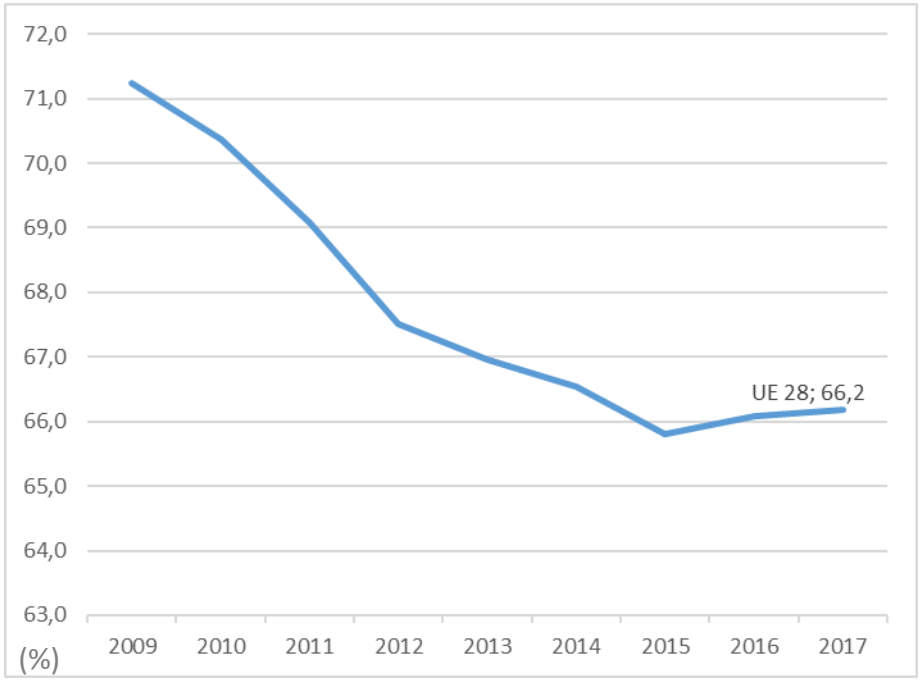


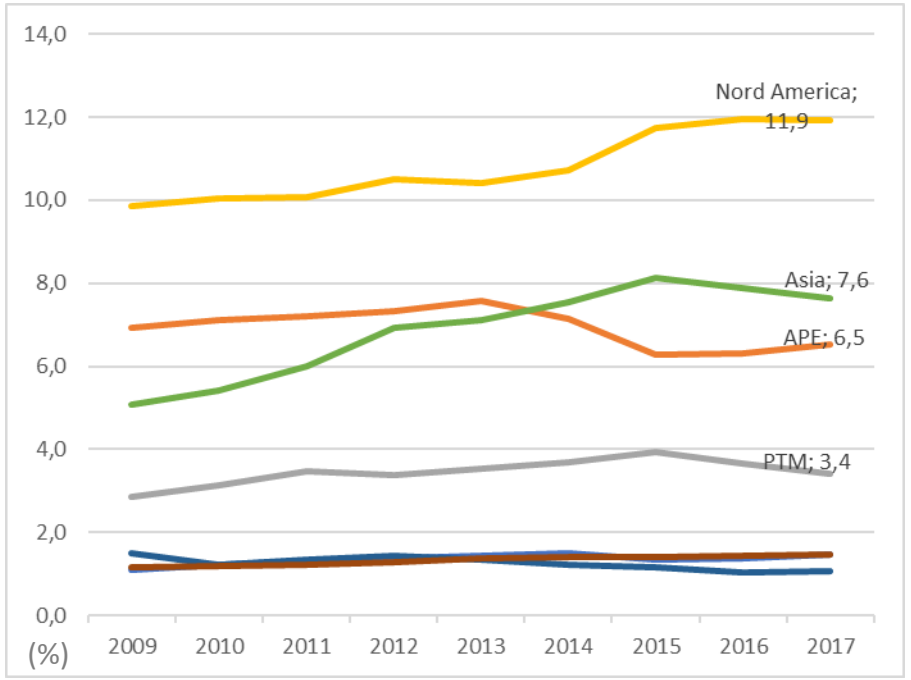
- UE mercato di riferimento, concentra i 2/3 dell'export agroalimentare italiano
- Sostanziale stabilità in termini di peso rispetto al 2016
- Sembra che il fenomeno di riduzione del peso dell'area UE, riscontrato negli anni precedenti, si sia arrestato;
- Export intra UE è tornato a crescere a livelli dei mercati più lontani
- Export verso l'Asia rallenta

Andamento incidenza aree di esportazione 2009-2017



Andamento incidenza aree di esportazione 2009-2017

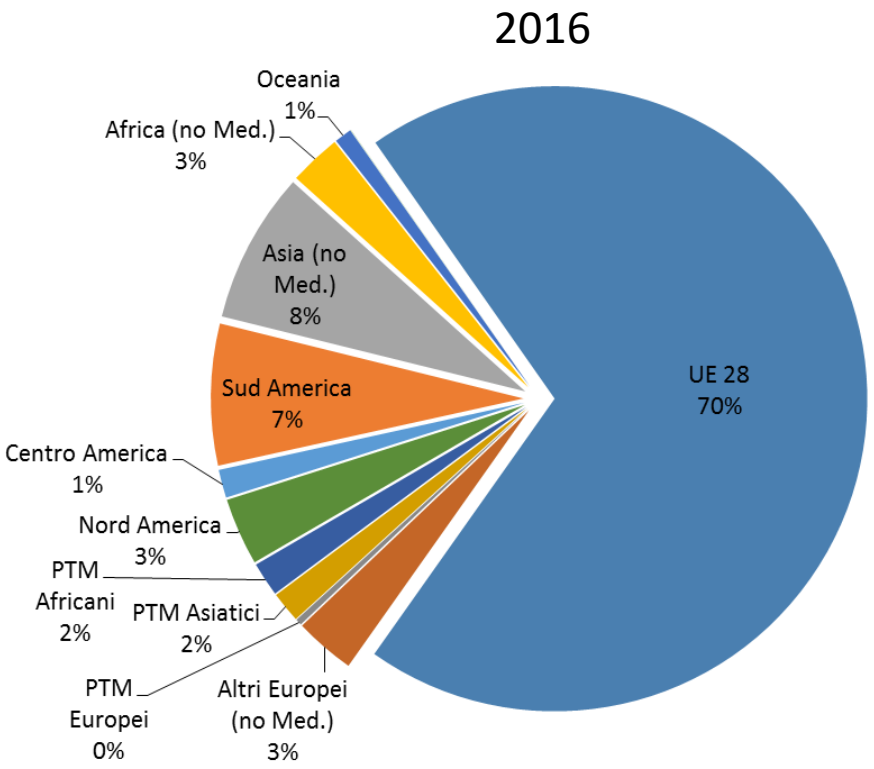


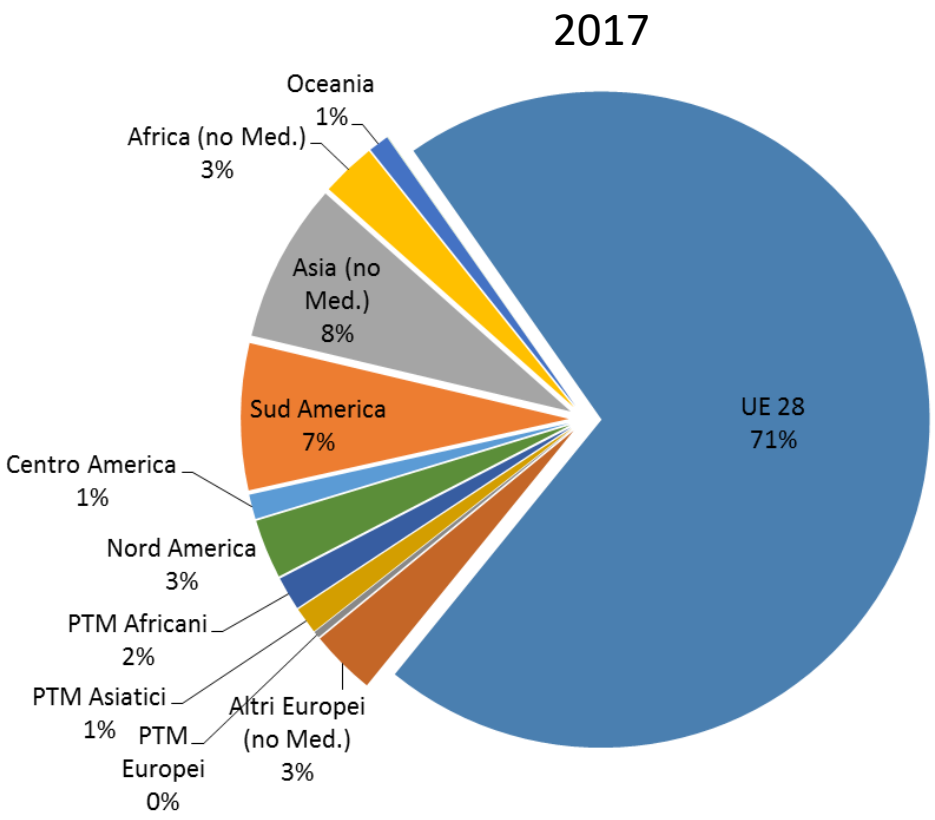


- 2015 anno di inversione di tendenza per i flussi in uscita

- Peso dell'UE come mercato di destinazione in calo fino al 2015, inversione di tendenza negli ultimi 2 anni, grazie alla crescita dei flussi verso paesi dell'est ma anche partner storici
- Nord America sempre in crescita; velocità maggiore del resto del mondo
- Fino al 2015 primato della crescita del mercato asiatico MA calo dell'incidenza dal 2015

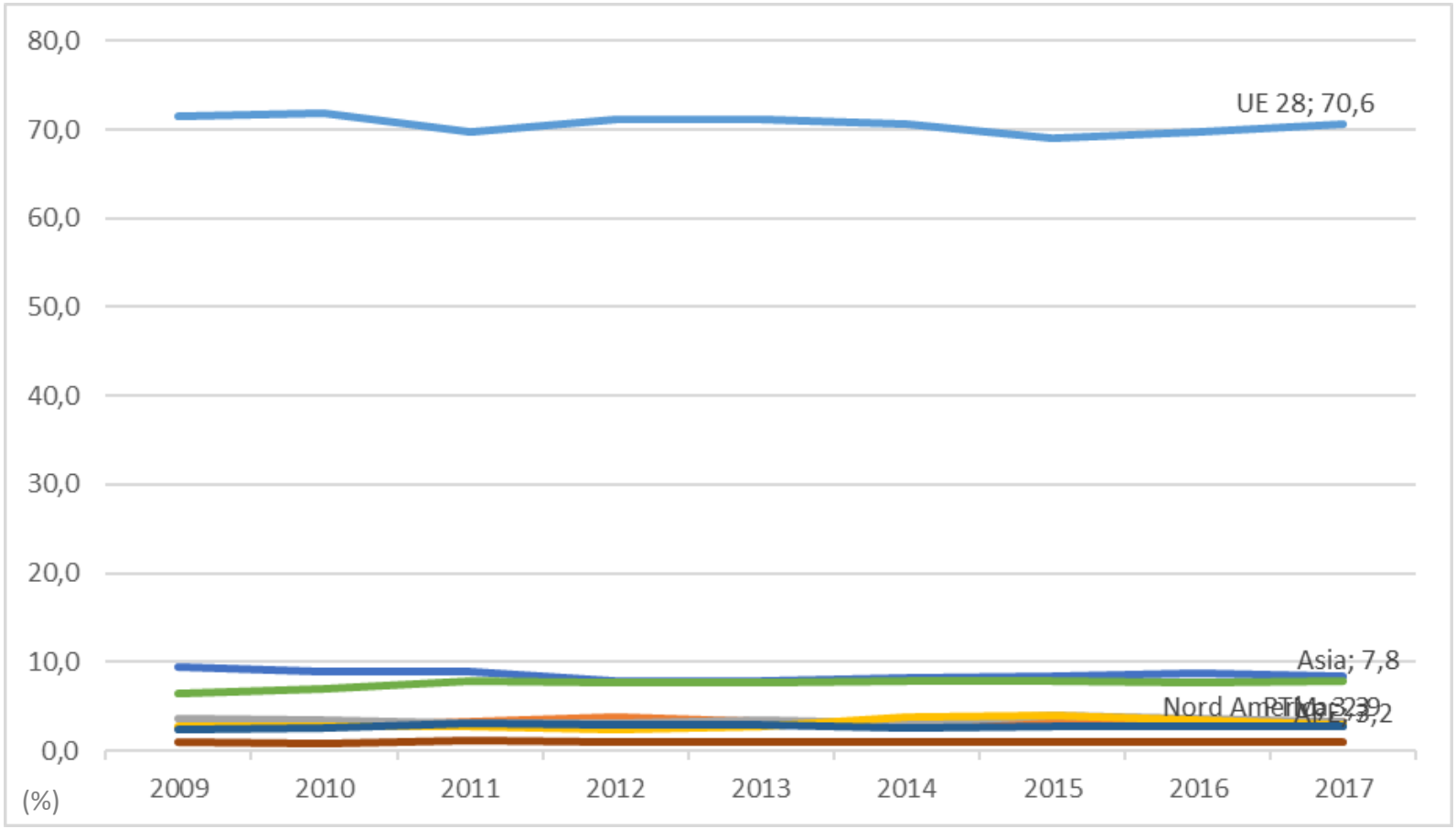
Commercio agroalimentare dell'Italia: le aree di provenienza 2017/2016



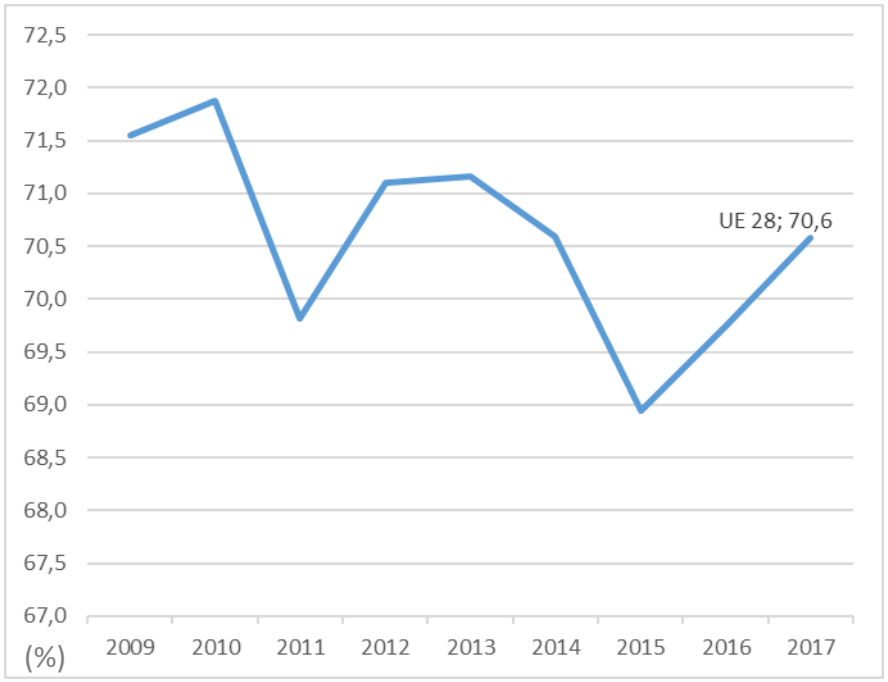


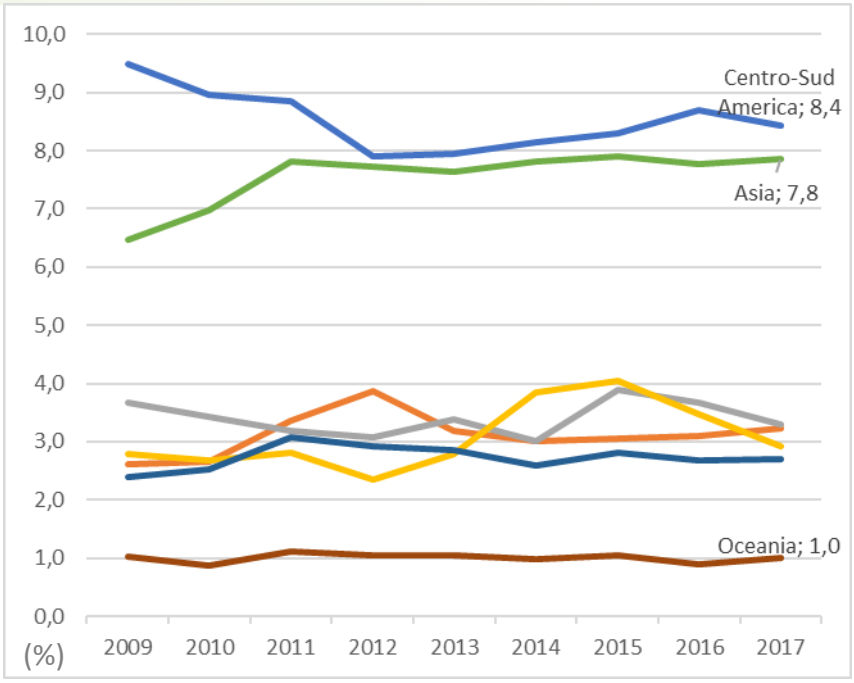
- Peso dell'UE ancora in aumento (71%), negli ultimi anni andamento in controtendenza rispetto alle riduzioni degli anni precedenti
- Spinta dai paesi dell'est Europa, ma aumenti rilevanti anche per principali partner storici dell'italia (Spagna)

Andamento incidenza aree di importazione 2009-2017



Andamento incidenza aree di importazione 2009-2017

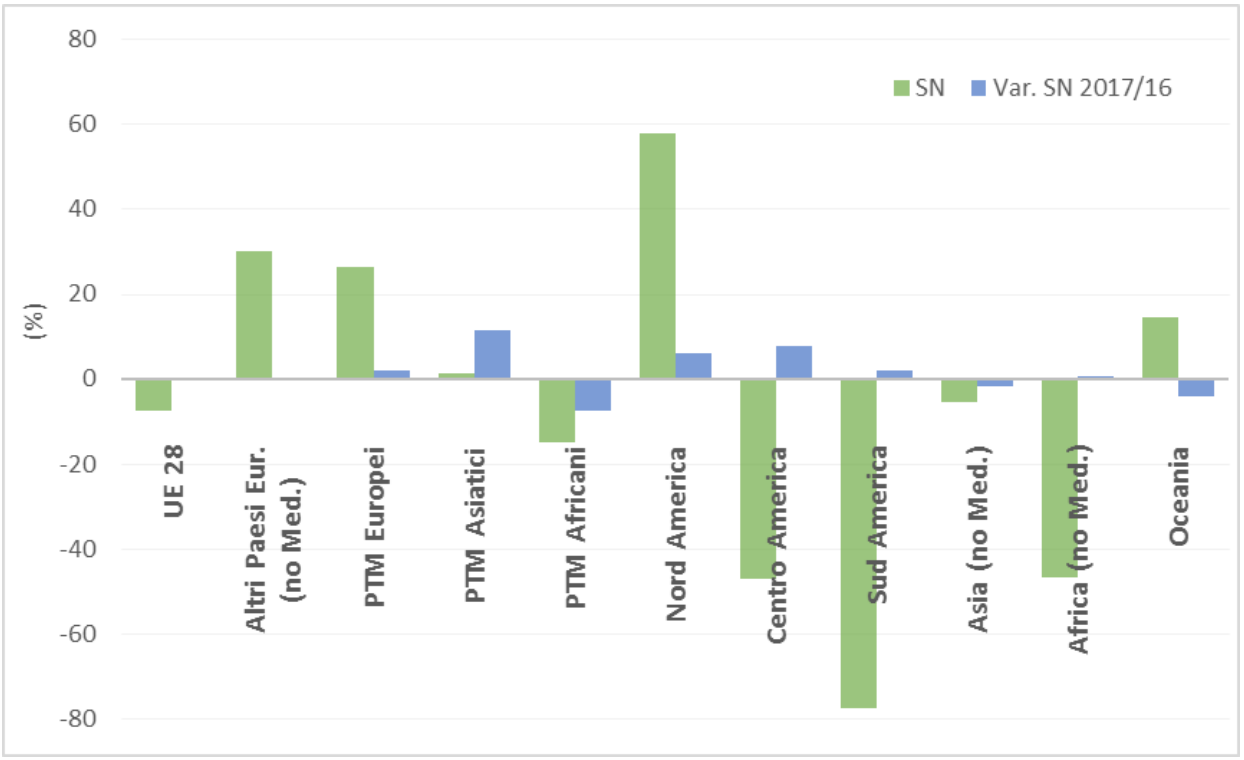




- 2015 anno di inversione di tendenza anche per i flussi in entrata, sebbene andamento altalenante

- Centro-Sud America si conferma principale mercato di approvvigionamento;
- Ruolo dell'Asia stabile dopo forte crescita fino al 2011

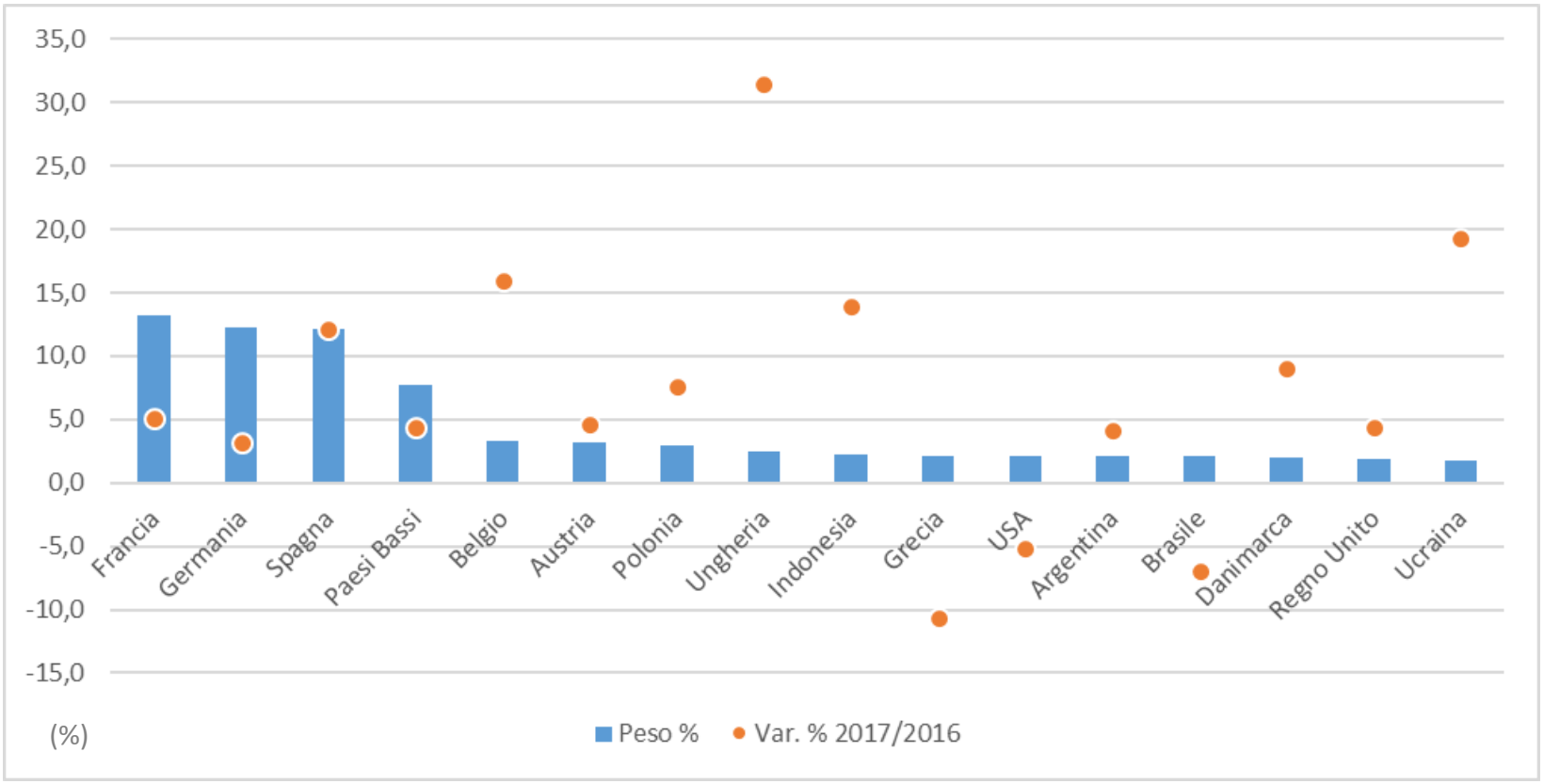
Saldo normalizzato e dinamica per aree 2017/2016



La **dinamica** del SN è sostanzialmente **positiva** (scorsi anni differenziata)

- Italia esportatore netto verso Nord America e Oceania
- Importatore netto da UE, Asia, Centro-Sud America e Africa
- Nord America sempre più mercato di esportazione netta per l'Italia
  - Come nel 2016, aumento export +5% e calo import -5,2%
- Centro-Sud America rimane invece area prevalentemente di importazione netta, ma nel 2017 export cresce più di import

I principali fornitori



- Le importazioni dai <u>partner storici</u> riprendono a <u>crescere</u> ai ritmi del resto del mondo

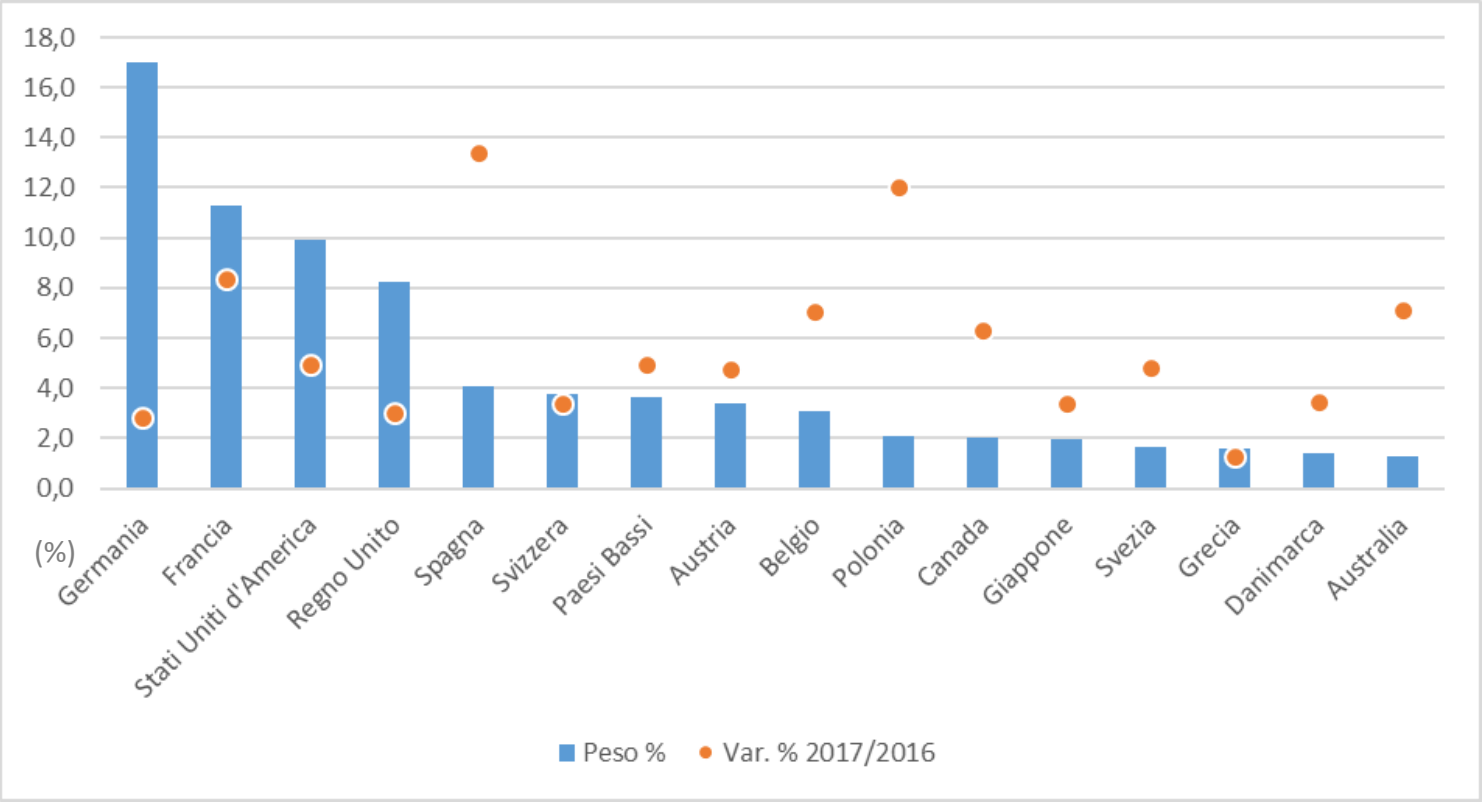
<u>MA</u>

- <u>Import da paesi dell'**est Europa**</u> cresce a ritmi maggiori. Continuano ad aumentare il loro peso come fornitori, soprattutto di <u>cereali</u> (mais, frumento tenero,…)

<u>di contro</u>

- continua a ridursi l'incidenza degli **<u>Stati Uniti</u>** come fornitore da 8°(2015) a 11° (2017): <u>calo import di mandorle, principale prodotto di import (oltre 60% dell'import italiano del prodotto), cereali e semi oleosi</u>

I principali clienti

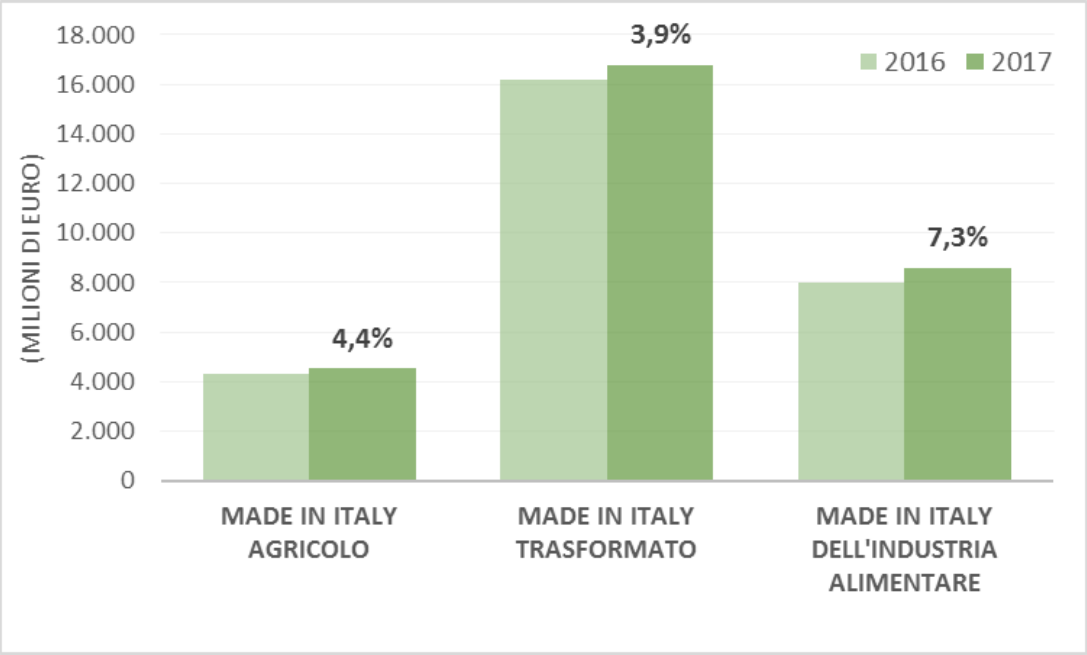


- I primi 5 paesi clienti assorbono più della metà delle nostre esportazioni.

- Nessuna riduzione in valore delle esportazioni verso i principali mercati.
  - dove calano i volumi esportati tale riduzione viene compensata dall'aumento del valore medio unitario di export, e viceversa
- In generale, come negli ultimi anni, sono i maggiori volumi esportati a guidare la dinamica positiva in valore

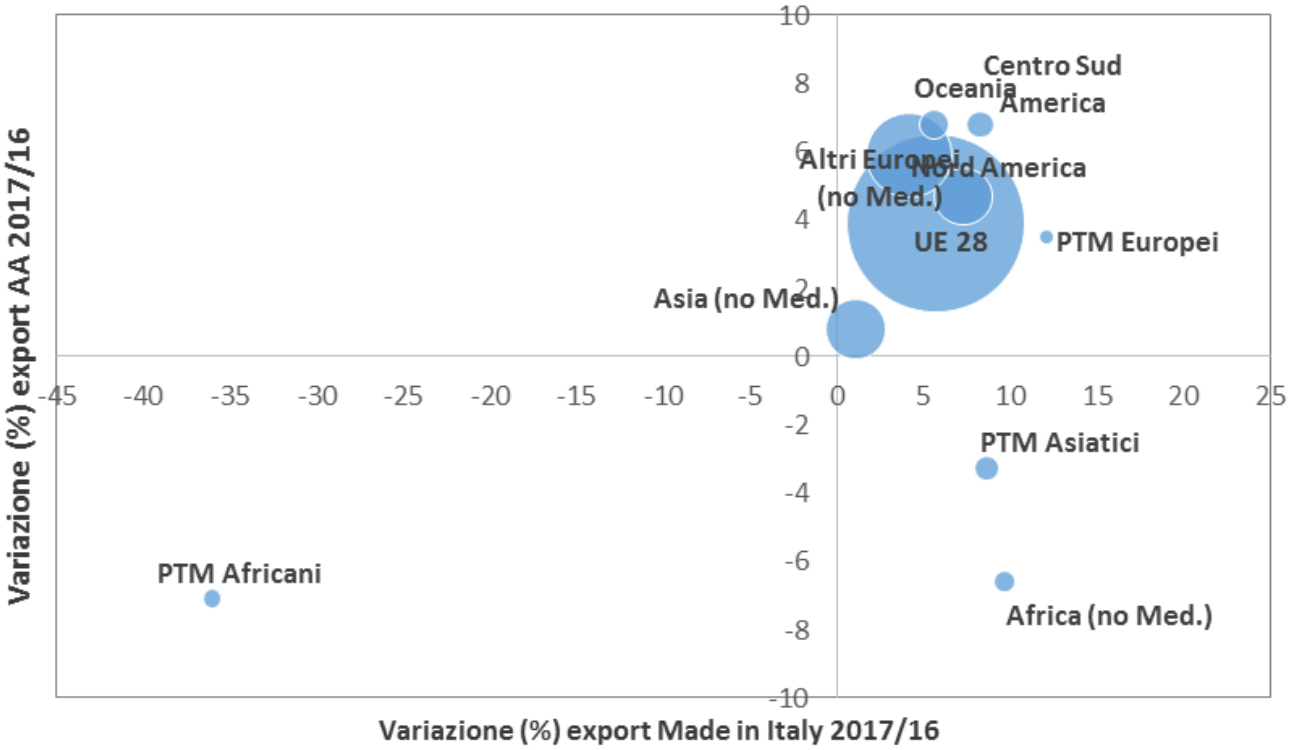
- **Polonia**, 9 dei 10 principali prodotti di esportazioni hanno una crescita in valore a due cifre

Il Made in Italy agroalimentare



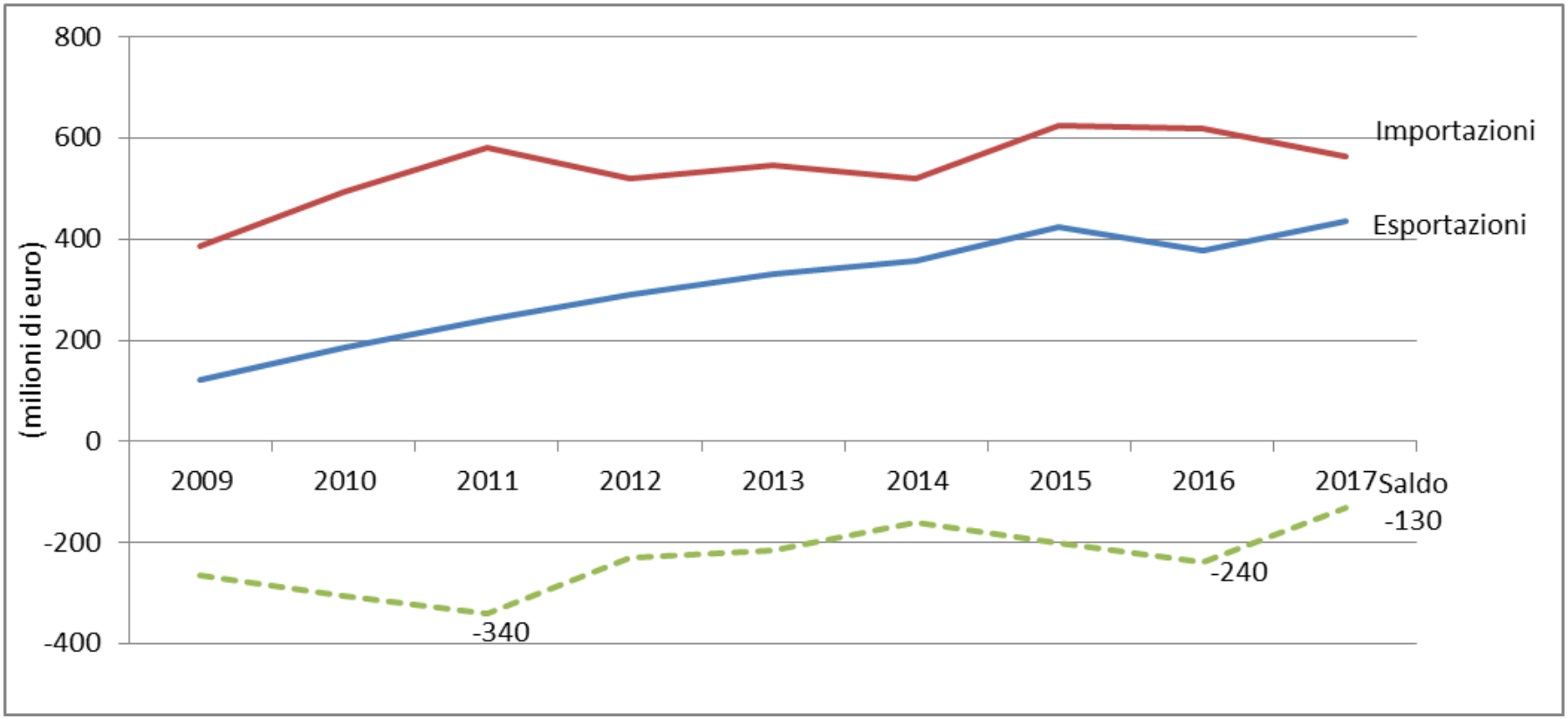
- ***Made in Italy***: insieme dei prodotti agroalimentari a saldo stabilmente positivo e/o che notoriamente richiamano il nostro paese dal punto di vista dell'immagine.
- Suddiviso in base al grado di trasformazione dei prodotti (AGRICOLO, TRASFORMATO, DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE)
- Le esportazioni del Made in Italy nel 2017, pari a quasi 30 miliardi di euro, il 73,2% dell'export AA; crescono a ritmo leggermente inferiore rispetto all'AA

Il Made in Italy: dinamica per aree di destinazione



- Incrementi in valore in tutte le principali aree di destinazione.
- Nord America (14,6%) e Asia (7,1%) sono i due principali mercati extra UE; agli USA destinato oltre 1/5 delle esportazioni di Made in Italy trasformato e all'Asia circa il 9% dei prodotti di seconda trasformazione (peso in calo)

Andamento degli scambi Agroalimentari dell'Italia con la Cina



- Nel 2017 le esportazioni agroalimentari (AA) dell'Italia verso Cina sono state pari a 435 milioni di euro, valore in costane crescita negli ultimi anni (+15% rispetto al 2016 e +256% rispetto al 2009).
- Nel 2017 la Cina rappresenta il 20° cliente di prodotti dell'agroalimentare italiano e al mercato cinese è destinato circa l'1% delle nostre per le spedizioni AA in valore all'estero. Tale quota è raddoppiata rispetto al 2009, quando la Cina si collocava solo al 27° posto tra i principali paesi destinatari dell'agroalimentare italiano e il suo peso non raggiungeva lo 0,5%.

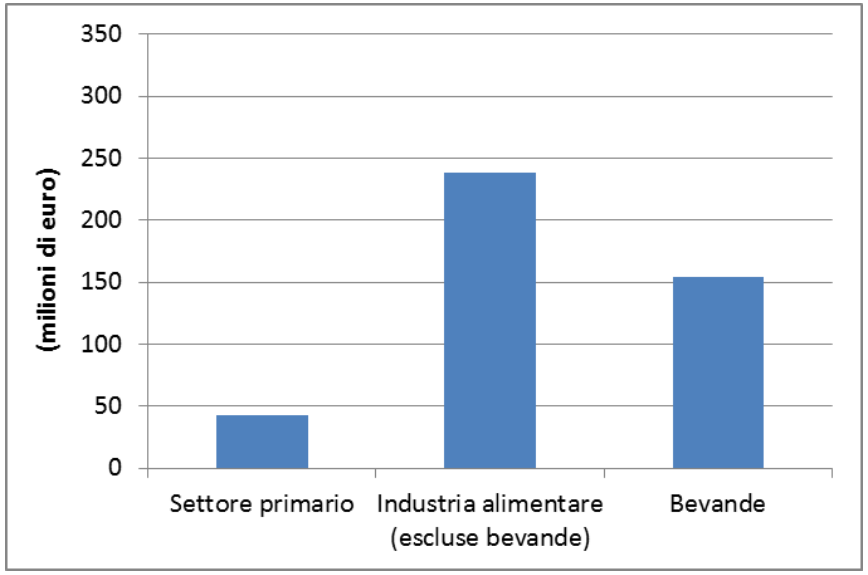
Andamento degli scambi Agroalimentari dell'Italia con la Cina

	Commercio Totale								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Esportazioni	6.629	8.609	9.996	8.999	9.843	10.494	10.413	11.078	13.514
Posiz. in graduatoria	11	8	7	12	10	8	9	9	8
Quota su totale Italia	2,27	2,55	2,66	2,31	2,52	2,63	2,53	2,66	3,02
Importazioni	19.334	28.789	29.574	25.006	23.071	25.075	28.232	27.282	28.430
Posiz. in graduatoria	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Quota su totale Italia	6,5	7,84	7,37	6,58	6,39	7,03	7,62	7,463	7,1
Saldo	-12.705	-20.180	-19.578	-16.008	-13.228	-14.581	-17.819	-16.205	-14.917
	Commercio AgroAlimentare								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Esportazioni	122	187	242	291	330	358	424	378	435
Posiz. in graduatoria	27	23	22	21	19	19	17	20	20
Quota su totale Italia	0,48	0,67	0,79	0,91	0,98	1,03	1,14	0,98	1,07
Importazioni	387	494	582	521	546	520	625	618	565
Posiz. in graduatoria	17	17	17	20	19	19	17	17	19
Quota su totale Italia	1,22	1,39	1,47	1,35	1,37	1,26	1,48	1,46	1,28
Saldo	-266	-306	-340	-230	-216	-161	-201	-240	-130

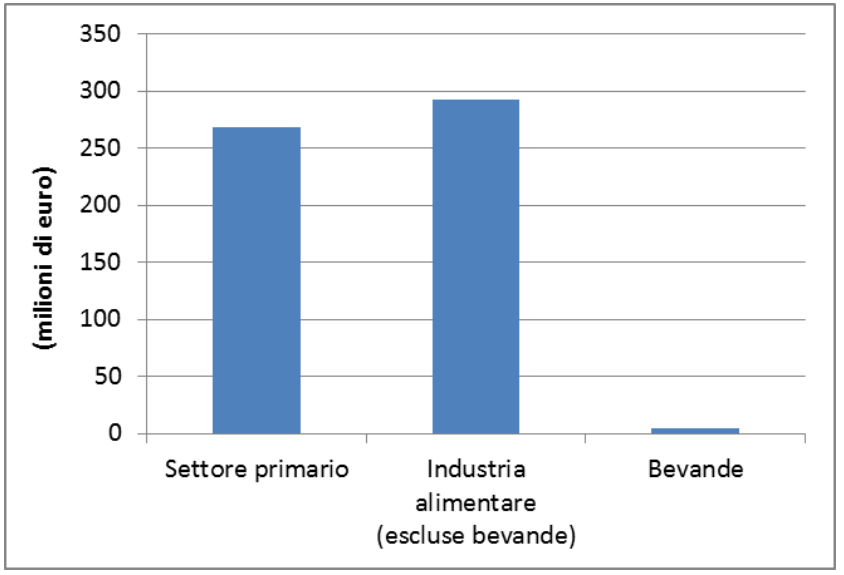
- Nell'anno, le importazioni AA dell'Italia dalla Cina sono state pari a 565 milioni di euro (per una quota dell'1,3% sul totale). Ne deriva un saldo negativo della bilancia agroalimentare, pari a -130 milioni di euro, che si è considerevolmente ridotto nel corso degli ultimi anni, con un calo di oltre il 50% rispetto al 2009. Infatti, la crescita delle importazioni negli ultimi anni è stata più contenuta rispetto a quella delle esportazioni e nell'ultimo biennio, 2015-2017, si assiste addirittura ad un calo del valore delle importazioni.

Andamento degli scambi Agroalimentari dell'Italia con la Cina

Esportazioni

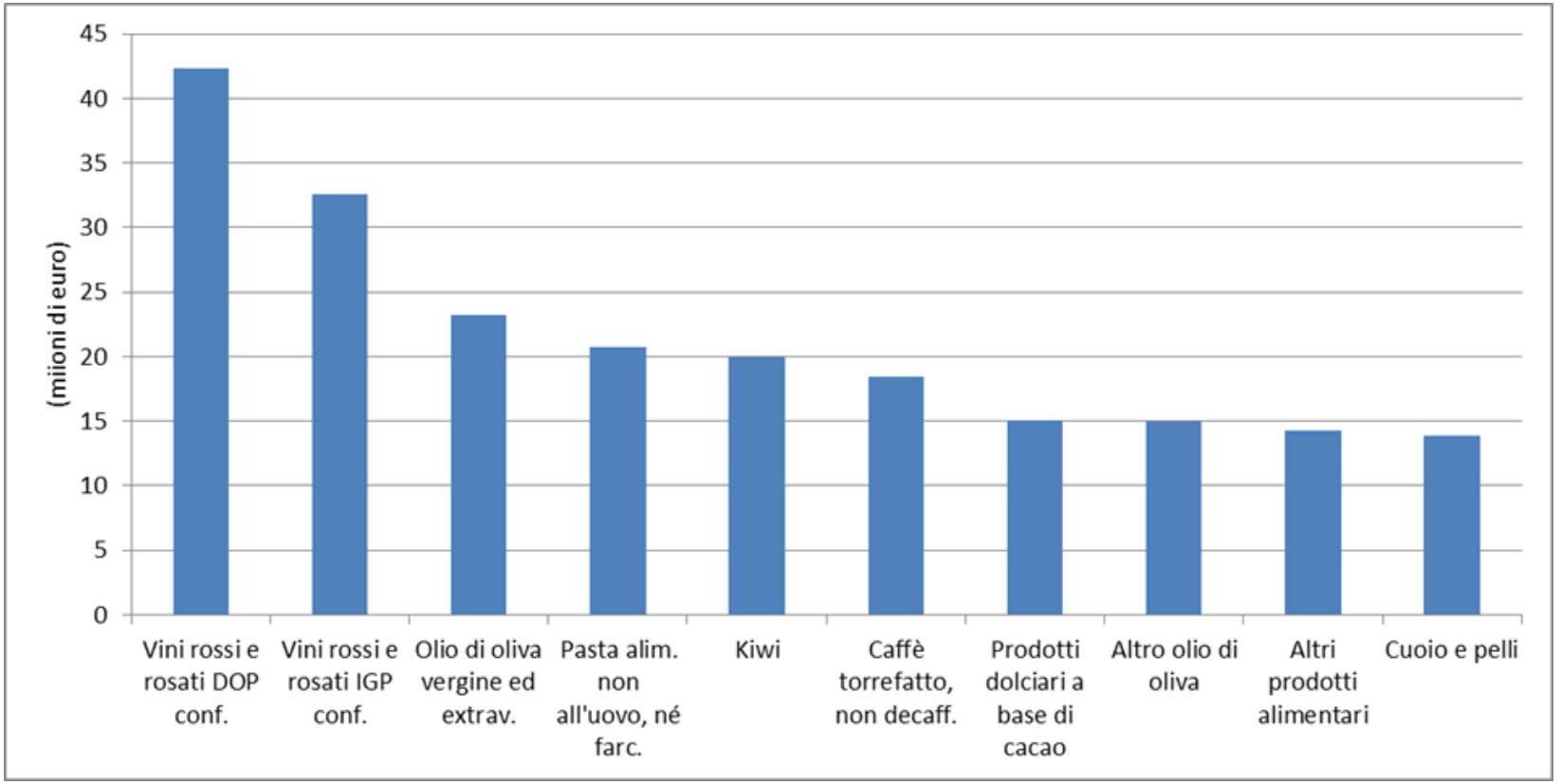


Importazioni



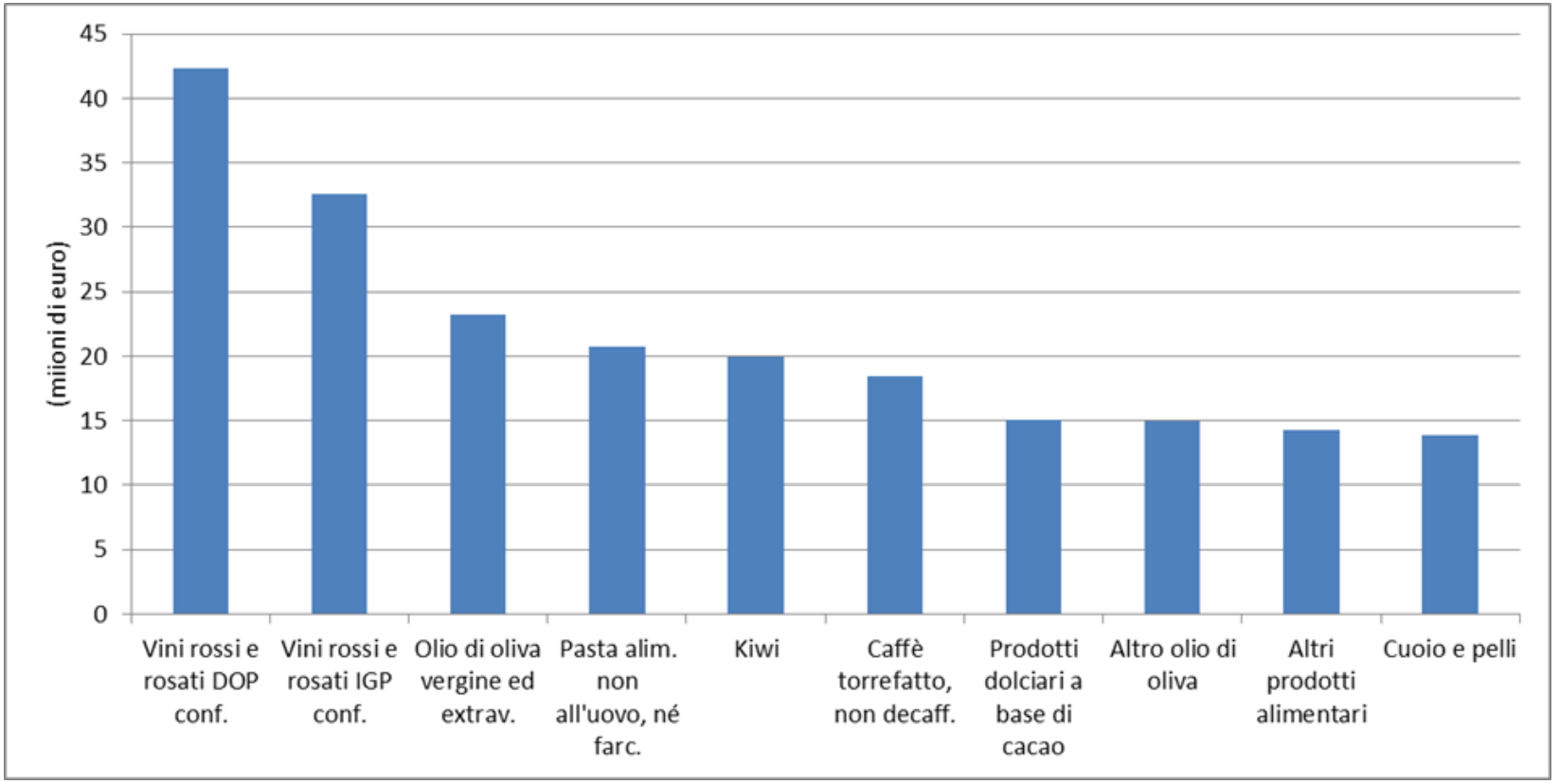
Per quanto riguarda le esportazioni agroalimentari, queste riguardano principalmente prodotti trasformati (55%) e bevande (36%) (fig. 2). In particolare, per le bevande la Cina rappresenta il 12° principale cliente per l'export italiano. Le importazioni si concentrano invece quasi esclusivamente sui soli prodotti primari (47%) e quelli trasformati (52%), mentre le bevande rivestono un ruolo del tutto marginale (meno dell'1%).

Andamento degli scambi Agroalimentari dell'Italia con la Cina



Tra i principali prodotti di esportazione verso la Cina si ritrovano molti dei tradizionali prodotti tipici del Made in Italy, quali vino, pasta, olio d'oliva e caffè torrefatto, per lo più caratterizzati da un elevato grado di trasformazione industriale. Sono tutti settori in crescita verso il mercato cinese, spesso con esportazioni più che raddoppiate nell'ultimo quinquennio. L'unica voce a mostrare un calo in valore è quella dell'export di prodotti dolciari a base di cacao, il cui ridimensionamento è quasi interamente attribuibile ad una riduzione delle spedizioni dall'Italia, legata ad un processo di internazionalizzazione che ha comportato la realizzazione di investimenti industriali diretti sul territorio cinese.

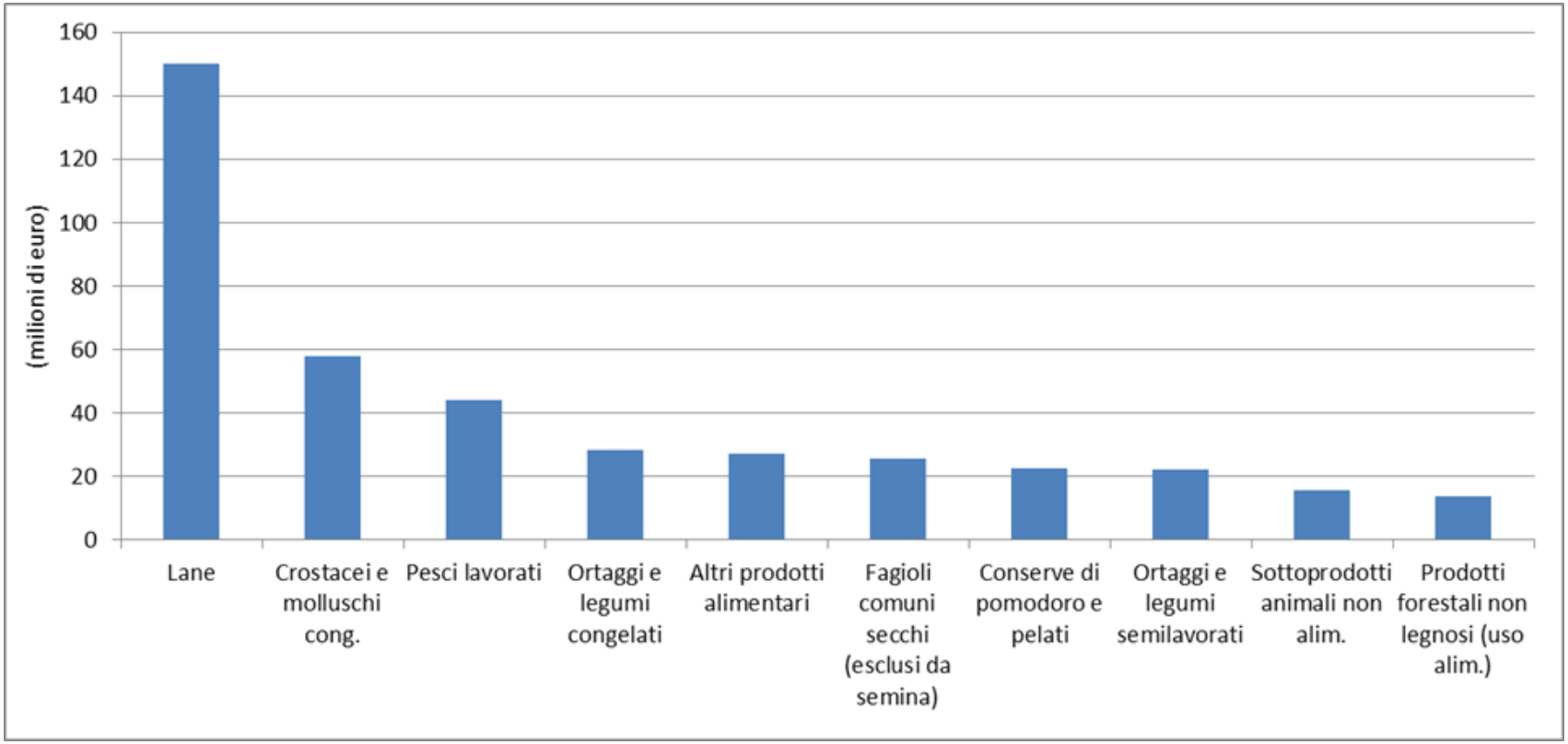
Andamento degli scambi Agroalimentari dell'Italia con la Cina



Per il settore primario va sottolineata la recente affermazione dell'export di kiwi che, con quasi 20 milioni di euro e una crescita di quasi il 500% negli ultimi 5 anni, rappresenta il quinto prodotto agroalimentare di esportazione verso la Cina, favorito dal raggiungimento di un accordo tra i due paesi.

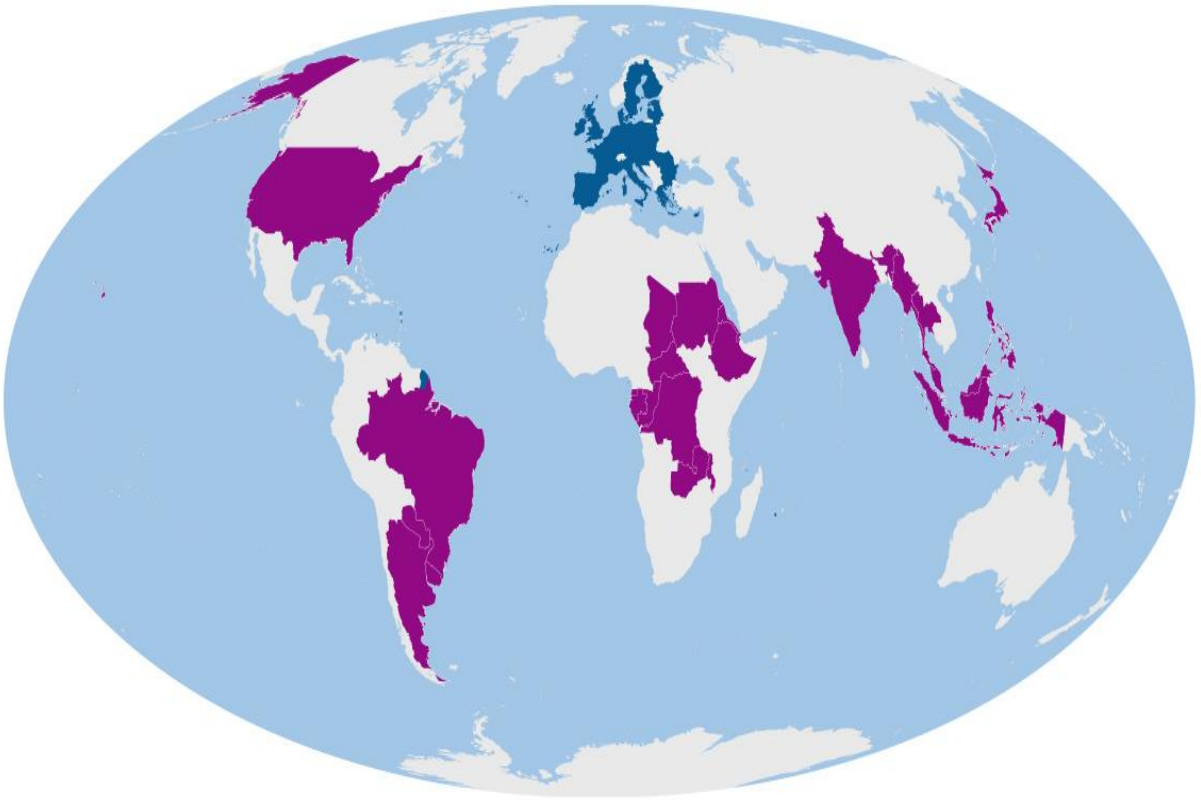
È importante evidenziare come i primi due prodotti di esportazione siano vini rossi Dop/Igp, pertanto prodotti di qualità certificata ad alto valore unitario, per i quali la Cina rappresenta un importante mercato di sbocco, con una quota del 3-4% del totale mondiale per il nostro paese.

Andamento degli scambi Agroalimentari dell'Italia con la Cina



Le importazioni agroalimentari dalla Cina riguardano soprattutto lane, prodotti ittici e orticoli semilavorati. In particolare, circa un quinto dell'import AA riguarda la lana del Cachemire, ovvero un prodotto non alimentare, ma destinato come materia prima all'industria tessile di qualità. Seguono i "crostacei e molluschi congelati" e i pesci lavorati, che nel complesso valgono oltre 100 milioni di euro. Per quanto riguarda gli altri principali prodotti di importazione, si tratta di ortaggi e legumi congelati e semilavorati e conserve di pomodoro e pelati.

Gli accordi commerciali dell'Unione Europea

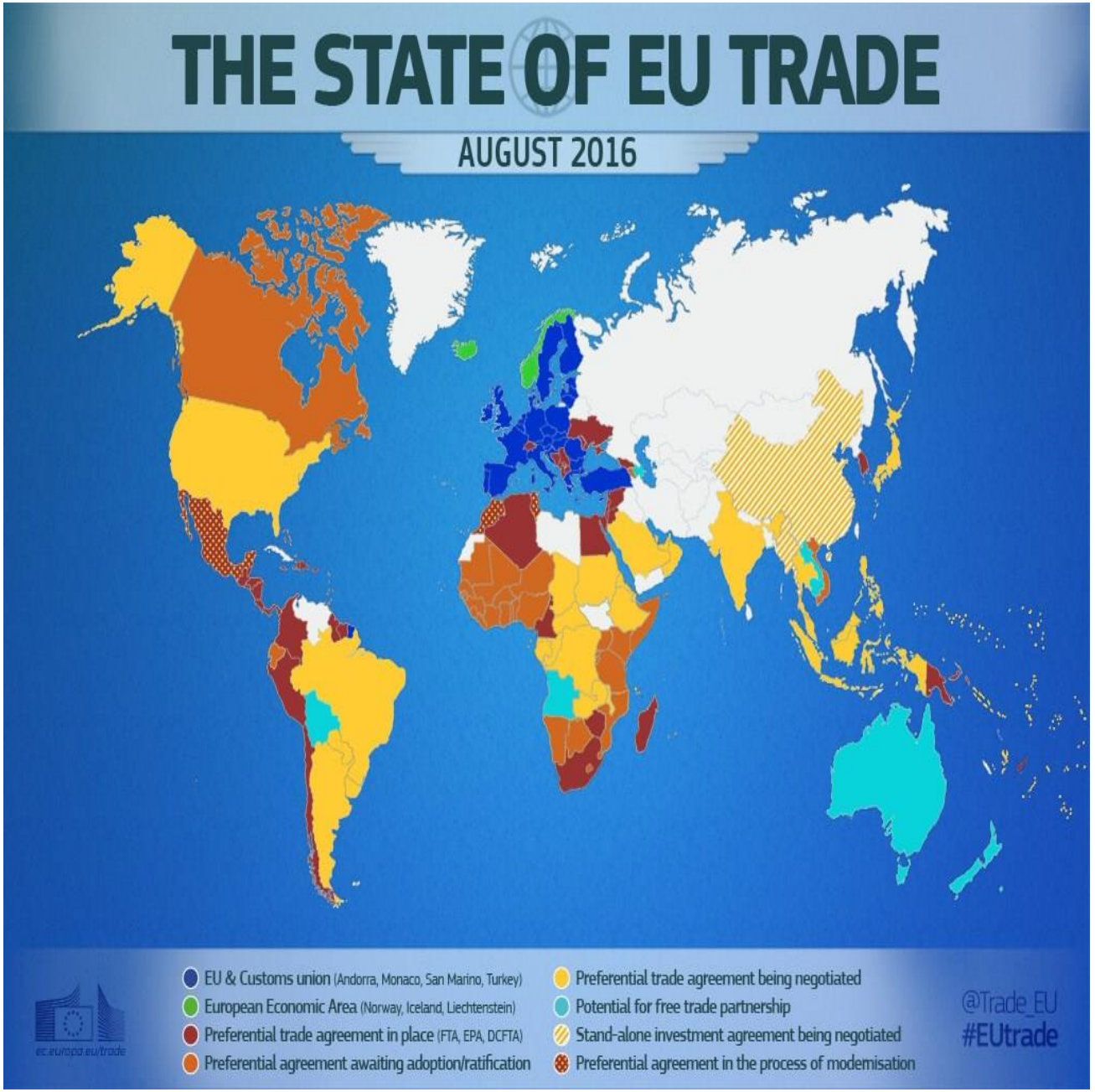


In fase di negoziato

Argentina
Brasile
Ciad
Comore
Congo
Eritrea
Etiopia
Filippine
Gabon
Giappone
Gibuti
Guinea equatoriale
India
Indonesia
Malawi
Malaysia
Myanmar/Birmania
Paraguay
Repubblica centrafricana
Repubblica democratica del Congo
São Tomé e Príncipe
Stati Uniti
Sudan
Thailandia
Uruguay
Zambia

Fonte: Commissione europea

europarl.europa.eu


THE STATE OF EU TRADE
AUGUST 2016
EU & Customs union (Andorra, Monaco, San Marino, Turkey)
European Economic Area (Norway, Iceland, Liechtenstein)
Preferential trade agreement in place (FTA, EPA, DCFTA)
Preferential agreement awaiting adoption/ratification
Preferential trade agreement being negotiated
Potential for free trade partnership
Stand-alone investment agreement being negotiated
Preferential agreement in the process of modernisation
ec.europa.eu/trade
@Trade_EU
#EUtrade

Negoziati commerciali in corso tra l'UE e i paesi terzi

Paesi	Accordo	Status
Cina	Negoziati sulla protezione delle indicazioni geografiche Ipg	In fase di approvazione
Giappone	Economic Partnership Agreement (accordo di libero scambio)	Negoziazioni Iniziate a Marzo del 2013
Mercosur (Argentina, brasile, Paraguay, Uruguay)	Mercosur Free Trade Agreement – Nuovo accordo di associazione	Negoziazioni Iniziate a Maggio del 2010
Messico	Modernizzazione dell'attuale accordo globale di Libero scambio	Aggiornamenti delle negoziazioni a Maggio 2016
Cile	Aggiornamento dell'attuale accordo di associazione	
Australia e Nuova Zelanda	Accordo di Libero Scambio	
Corea del Sud	Free Trade Agreement	
Perù e Colombia		
Tunisia, Libano, Marocco, Giordania	Deep and Comprehensive Free Trade Area	
Moldavia, Ucraina, paesi dell'America Centrale (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua e Panama)	Deep and Comprehensive Free Trade Agreement	

Accordi commerciali dell'UE (1/2)

- L'UE ha stipulato accordi di associazione, accordi di libero scambio (*free trade agreements, FTA), accordi commerciali preferenziali (preferential trade agreements, PTA) e, infine, numerose partnership che contengono elementi* commerciali.
- Il primo accordo commerciale concluso dall'UE dopo l'entrata in vigore del Trattato di Lisbona del dicembre 2009, è stato quello con la Repubblica di Corea (*EU-Korea Free Trade Agreement, KOREU* dicembre 2015) che contempla la reciproca rimozione delle barriere tariffarie e contiene anche norme relative alle barriere non tariffarie, con particolare attenzione al settore automobilistico, ai prodotti farmaceutici, ai dispositivi medici e all'elettronica.

Accordi commerciali dell'UE (2/2)

- L'UE ha poi firmato un accordo con Perù e Colombia entrato in vigore il 1° agosto 2011, anch'esso dopo una fase di applicazione provvisoria, che è giunto a conclusione di un negoziato originariamente avviato, nel 2007, con l'intera Comunità andina (Colombia, Perù, Ecuador e Bolivia)
- Progressiva eliminazione reciproca dei dazi su tutti i prodotti industriali e della pesca (garantire un migliore accesso al mercato dei prodotti agricoli). Di minor impatto sono invece le norme sulla tutela delle indicazioni geografiche ivi contenute

Accordo di libero scambio tra Unione Europea, Perù, Colombia ed Ecuador

- Nel 2012 sono poi stati conclusi i c.d. nuovi accordi di associazione con il Montenegro, la Georgia, la Moldavia, l'Ucraina, e alcuni Paesi dell'America centrale (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua e Panama) basati su tre pilastri complementari relativi, rispettivamente, al dialogo politico, alla cooperazione e agli scambi commerciali, oggetto, questi ultimi, di un accordo specifico – contenuto in quello più ampio – denominato *Deep and Comprehensive Free Trade Agreement* (DCFTA)
- La DCFTA (Nord Africa)→ accordi conclusi dall'UE con gruppi di Stati terzi appartenenti alla medesima area geografica che contemplano aspetti commerciali e aiuti allo sviluppo e istituiscono al contempo meccanismi giuridici permanenti di dialogo politico.

Indicazioni Geografiche

- La protezione dei diritti di proprietà intellettuale (DPI) delle indicazioni geografiche (IG) → Argomento controverso negli accordi commerciali internazionali

- I nuovi accordi o la nuova generazioni di accordi commerciali (su base bilaterale) cerca di inserire disposizioni relative alle IG

- Una GI è un'indicazione / etichetta che viene utilizzata per caratterizzare un bene, con lo scopo di comunicare al consumatore che il bene ha una particolare qualità, reputazione o qualche altra caratteristica legata alla sua origine.

- Per collegare le IG al territorio di origine, molti GI hanno usato il nome della città, della regione o del paese in cui hanno origine le merci. Esempi: lo Champagne (vino che proviene dalla regione dello Champagne in Francia),Prosciutto di Parma e Parmigiano Reggiano

- Dal punto di vista dell'UE, le IG sono un modo per proteggere alimenti, vini e alcolici, dove parte del loro valore deriva sia dalla loro origine geografica sia dalla garanzia che il prodotto è stato prodotto seguendo regole specifiche, che tutti i produttori concordano quando il nome e la denominazione di origine è registrata.

- I prodotti sono attualmente protetti sul mercato dell'UE ma non altrove, e l'UE vuole estendere la protezione di questi nomi IG sui mercati internazionali.

Indicazioni Geografiche

- Il nuovo regolamento UE consente al sistema normativo dell'UE di riconoscere e proteggere le IG straniere e consente ai produttori stranieri di richiedere direttamente la registrazione dei prodotti IG nell'UE. Tuttavia, dal 2006 al febbraio 2018 il numero di IG registrati nell'UE da paesi terzi, pari a solo 45, non è paragonabile a più di 1.500 IG registrate dai 28 paesi dell'UE (esclusi vini e alcolici).
- Pertanto, la prima impressione è che, sebbene il nuovo regolamento UE sulle IG approvato nel 2006 sembri conforme alla regola dell'OMC sul trattamento nazionale, offrendo simmetria ai paesi stranieri nella registrazione e nella protezione delle IG, dalle cifre di cui sopra risulta chiaro **che protezione delle IG in tutto il mondo, rimane ancora di un grande problema e specificità dell'UE**.
- La modifica del regolamento è stata importante per lo sviluppo dei nuovi accordi commerciali in materia di diritti di proprietà intellettuale su prodotti di alta qualità con la Corea del Sud e il Canada. Ciò è dovuto al fatto che la nuova politica UE delle IG sembra essere più conforme al trattamento nazionale ai produttori non UE e, se correttamente attuata, fornisce un utile modello per proteggere i diritti di proprietà, collegare i prodotti agricoli alle aree geografiche e segnalare la qualità ai prodotti di qualsiasi origine

Proposta di Accordo commerciale con USA

- Nel luglio 2013 gli Stati Uniti e l'Unione europea hanno avviato un ciclo negoziale, ancora in corso, volto a concludere un accordo per regolamentare in via bilaterale i loro rapporti commerciali e istituire una zona di libero scambio (*Partenariato transatlantico per il commercio* e gli investimenti -*Transatlantic Trade and Investment Partnership, TTIP*

- I tre elementi chiave dell'accordo sono:

a) Accesso al mercato;

b) Questioni normative e ostacoli non tariffari;

c) Norme.

- "L'obiettivo dell'accordo è aumentare gli scambi e gli investimenti tra l'UE e gli Stati Uniti realizzando il potenziale inutilizzato di un mercato veramente transatlantico, generando nuove opportunità economiche di creazione di posti di lavoro e di crescita mediante un maggiore accesso al mercato e una migliore compatibilità normativa e ponendo le basi per norme globali".

Proposta di Accordo commerciale con USA

L'accesso al mercato riguarda quattro settori:

- Merci;
- Servizi;
- Investimenti;
- Appalti pubblici.

Soppressione dei dazi su scambi commerciali bilaterali di merci.

Particolare attenzione all'ISDS (Investor-to-State Dispute Settlement): meccanismo che permetterebbe agli investitori di citare in giudizio, presso corti arbitrali internazionali, i governi (risoluzione delle controversie in maniera del tutto indipendente dalla nazionalità dell'investitore (o almeno così dovrebbe essere).

Proposta di Accordo commerciale con USA

- Settore agricolo: l'armonizzazione delle regolamentazioni tra Stati Uniti e Unione Europea
- Le disposizioni → misure sanitarie e fitosanitarie (SPS) e barriere tecniche (TBT). È previsto che le prime siano basate su dati scientifici. Inoltre, prima che queste misure vengano applicate è necessario verificare l'esistenza di rischi reali per la salute del consumatore e per il prodotto stesso.
- Specifico orientamento alla trasparenza e all'apertura affinché anche il cliente non abbia indicazioni fuorvianti (specialmente nel caso in cui si parli di etichettatura e valutazioni di conformità).
- In più per ogni settore sono garantite modalità di accesso al mercato più semplici e regolamentazioni conciliate.

Il CETA e l'agroalimentare

- Eliminazione delle tariffe sulle esportazioni agroalimentari. La riduzione tariffaria avviene immediatamente per quasi tutti i prodotti (92% di tutte le linee tariffarie canadesi e 93% di quelle europee).
- Per quei prodotti per i quali l'abolizione non è immediata, l'eliminazione dei dazi avverrà in un arco temporale di 7 anni.
- L'accesso alle quote preferenziali rimane valido per prodotti sensibili come la carne di manzo, maiale, mais dolce per l'UE e prodotti lattiero-caseari per il Canada. Pollame e Uova restano fuori dall'accordo.
- Il Canada si è impegnato ad aprire il suo mercato a formaggi, vini e bevande alcoliche, prodotti ortofrutticoli e trasformati.
- Tutti i prodotti importati dovranno essere conformi alle disposizioni dell'UE, come ad esempio per la questione relativa all'impiego di ormoni nella carne.

Il CETA e l'agroalimentare

Settori rilevanti	Misure
SETTORE ORTOFRUTTICOLO	L'UE preserva il diritto di utilizzare i propri tradizionali strumenti di difesa commerciale, come il controllo del regime dei prezzi di entrata per frutta e verdura nell'intento di evitare che le importazioni comportino una sotto-quotazione dei prodotti europei di stagione
ACQUE MINERALI	l'accordo abolisce totalmente i dazi su tali prodotti che prima del CETA erano pari all'11%;
SETTORE LATTIERO-CASEARIO	Il CETA offre due nuovi contingenti annui esenti da dazi, o contingenti tariffari permanenti per i formaggi dell'UE. È previsto un incremento di tali contingenti nei prossimi 7 anni, passando da 13.500 tonnellate, ad un totale, una volta che entrerà a pieno regime l'accordo CETA, di 32.000 tonnellate a dazio zero.
VINI	L'accordo dedica un capitolo alle Indicazioni Geografiche per il vino, prevedendo l'incorporazione dell'accordo già esistente dal 2003 "wine and spirits drinks agreement" per il settore vitivinicolo e bevande spiritose, dove sono già tutelate le indicazioni di origine, secondo quanto previsto dall'art. 23 del TRIPS

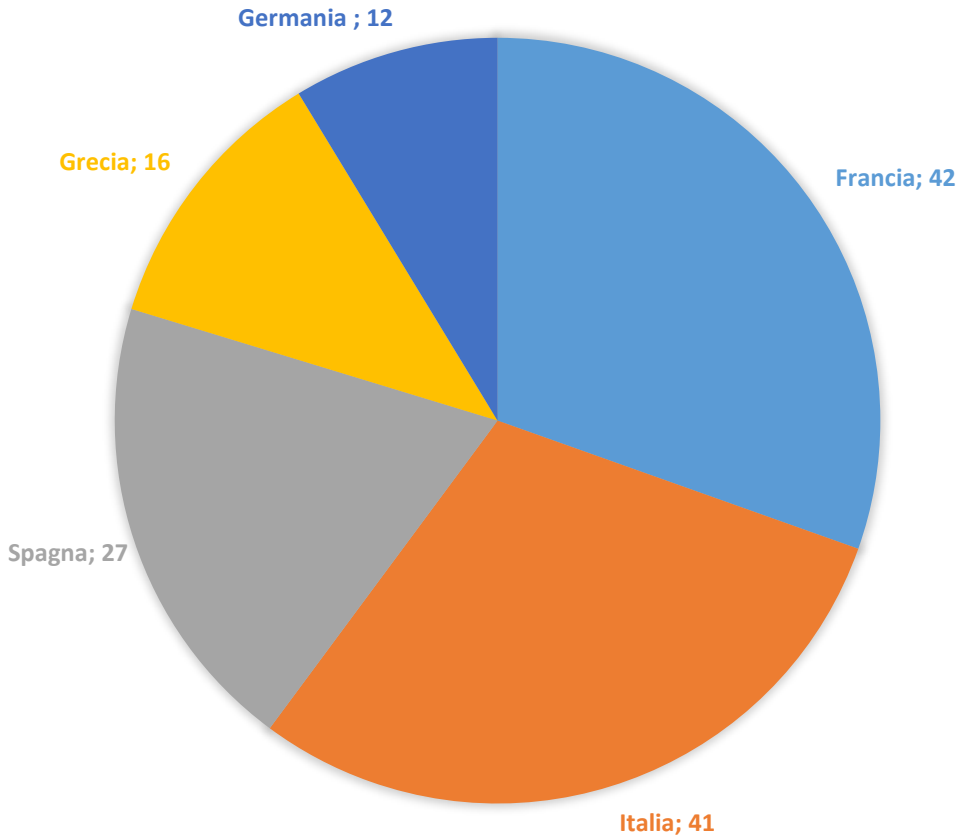
Il CETA e l'agroalimentare

- Il Canada ha accettato di proteggere 143 prodotti tipici che beneficiano dell'indicazione di origine e, a tal fine, ha modificato suo regime di misure per i confini dei diritti di proprietà intellettuale in modo da includere le indicazioni geografiche all'interno del suo ambito insieme ad altre categorie di IP coperte prima del CETA (marchi e copyright).
- **Per l'Italia, è prevista la protezione di 41 prodotti di denominazione di origine**: dalla bresaola della Valtellina all'aceto Balsamico di Modena, passando per la Mozzarella di Bufala Campana e il Prosciutto di Parma. I prodotti europei godranno di una protezione dalle imitazioni analoga a quella offerta dal diritto dell'Unione e non correranno più il rischio di essere considerati prodotti generici
- Non potranno essere venduti beni prodotti fuori dalle aree di denominazione che utilizzino lo stesso nome. Ad esempio l'etichetta Parmigiano Reggiano potrà essere usata solo da formaggio prodotto dal consorzio nella zona italiana di tutela. In assenza del CETA, in Canada non ci sarà alcuna protezione e quindi si potrà vendere una confezione di Parmigiano Reggiano prodotta da un caseificio canadese.

EU – Canada FTA (CETA) - GI

- Il livello di protezione dei GI estende sostanzialmente l'articolo 22 di TRIPS per incorporare il livello di protezione inserito nell'articolo 23 del TRIPS, finora concesso solo al vino e ai superalcolici. **Più specificamente, vieta l'uso di tali segni protetti per prodotti non originati nel luogo indicato, o anche quando sono stati prodotti lì, ma non hanno seguito le specifiche o le procedure stabilite del GI specifico.**
- **Il CETA impossibiliterà i produttori canadesi a mettere in vendita prodotti locali o esteri come IG se questi non lo sono realmente**, ad esempio, non potrà essere immesso sul mercato un prosciutto denominandolo "Prosciutto di Parma", a meno che questo non provenga effettivamente dalla zona di produzione nella provincia di Parma.
- Nell'Accordo è specificato che, al fine di evitare una scorretta informazione, per quelle IG che godranno di piena tutela**, non è possibile includere alcun riferimento che suggerisca che il prodotto in questione abbia origine da un'area diversa da quella reale, includendo in questa definizione anche l'impossibilità di utilizzare espressioni ingannevoli quali ad esempio "tipo", "stile", "imitazione", "quale".**

EU – Canada FTA (CETA) - GI



Italia: 41 tipicità territoriali su 296 registrate;
Francia: 42 su 246
Spagna: 27 su 196
Grecia: 16 su 107
Germania: 12 su 91

Some of the EU GIs that CETA protects

Wines, beers, spirits[1]		Cheeses		Meat and fish		Fruit, nuts, confectionery	
Origin	*Product*	*Origin*	*Product*	*Origin*	*Product*	*Origin*	*Product*
Czech Rep.	České pivo	Netherlands	Gouda Holland	Austria	Tiroler Speck	Cyprus	Loukoumi Geroskipou
Italy	Chianti	Denmark	Danablu	Hungary	Szegedi szalámi	Greece	Elia kalamatas
Portugal	Porto	Italy	Parmigiano Reggiano	Sweden	Kalix Löjrom	France	Pruneaux d'Agen
Spain	Rioja	Portugal	Queijo S. Jorge	Germany	Schwarz-wälder Schinken	Romania	Magiun de prune Topoloveni

Specialità alimentari italiane (indicazioni geografiche) protette nel CETA

Carni fresche, congelate e trasformate:
Cotechino Modena
Zampone Modena
Bresaola della Valtellina
Mortadella Bologna
Speck Alto Adige/ Südtiroler Speck/ Südtiroler Markenspeck
Culatello di Zibello
Lardo di Colonnata

Carni stagionate:
Prosciutto di Parma
Prosciutto di S. Daniele
Prosciutto Toscano
Prosciutto di Modena

Formaggi:
Provolone Valpadana
Taleggio
Asiago
Fontina
Gorgonzola
Grana Padano
Mozzarella di Bufala Campana
Parmigiano Reggiano
Pecorino Romano
Pecorino Sardo
Pecorino Toscano

Frutta e frutta a guscio fresche e trasformate:
Arancia Rossa di Sicilia
Cappero di Pantelleria
Kiwi Latina
Mela Alto Adige/Südtiroler Apfel
Pesca e Nettarina di Romagna

Aceti:
Aceto Balsamico Tradizionale di Modena
Aceto Balsamico di Modena

Prodotti orticoli freschi e trasformati:
Lenticchia di Castelluccio di Norcia
Pomodoro di Pachino
Radicchio Rosso di Treviso

Oli alimentari:
Veneto Valpolicella/Veneto Euganei e Berici/Veneto del Grappa
Garda

Dolciumi e prodotti da forno:
Ricciarelli di Siena

Cereali:
Riso Nano Vialone Veronese

Interscambio Italia - Canada

	Commercio Totale (milioni di €)									**Commercio AgroAlimentare**								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Esportazioni	2.067	2.374	2.698	2.886	3.025	3.095	3.679	3.704	3.936	457	566	594	655	652	662	724	771	819
Posiz. in graduatoria	37	35	33	33	33	32	28	26	28	12	11	12	11	12	11	11	11	11
Quota su totale Italia	0,71	0,70	0,72	0,74	0,78	0,78	0,89	0,89	0,88	1,82	2,02	1,95	2,04	1,93	1,91	1,94	1,99	2,01
Importazioni	1.175	1.498	1.651	1.735	1.608	2.485	1.46	1.48	1.549	300	316	370	280	306	588	588	499	379
Posiz. in graduatoria	41	44	44	42	42	30	43	43	45	23	24	25	29	27	16	19	21	27
Quota su totale Italia	0,39	0,41	0,41	0,46	0,45	0,70	0,39	0,405	0,39	0,95	0,89	0,93	0,72	0,77	1,43	1,39	1,18	0,86
Saldo	892	876	1.046	1.151	1.417	610	2.22	2.224	2.387	157	251	225	375	346	74	136	272	440
Saldo normalizzato %	27,5	22,6	24,1	24,9	30,6	10,9	43,2	42,9	43,5	20,8	28,4	23,3	40,1	36,1	5,9	10,4	21,4	36,7
Ragione di scambio										7,34	8,21	6,79	6,17	6,45	7,66	7,03	8,27	7,93

Interscambio Italia - Canada

(milioni di euro)

	Totale	AA	SP	IA	Be
Esportazioni dell'Italia					
valore 2017	3.936,0	819,3	25,2	398,8	395,4
posizione in graduatoria	28	11	39	14	6
variazione % 2017/2016	6,2	6,3	4,3	4,5	8,3
Variazione % 2017/2011-12	41,0	31,2	24,5	39,2	24,3
quota % sul totale export Italia	0,9	2,0	0,4	1,6	4,8
Importazioni dell'Italia					
valore 2017	1.548,8	379,3	349,6	29,3	0,5
posizione in graduatoria	45	27	12	57	56
variazione % 2017/2016	4,6	-24,0	-25,5	1,1	-19,7
variazione % 2017/2011-12	-8,5	16,8	18,1	3,4	39,9
quota % sul totale import Italia	0,4	0,9	2,4	0,1	0,0
Saldo normalizzato (%)					
2017	43,5	36,7	-86,6	86,3	99,8
2016	42,9	21,4	-90,2	85,9	99,7
2011-12	24,5	31,6	-87,2	82,0	99,8

	Valore 2017 (milioni di euro)	Variaz.% 2017/2016	Variaz.% 2017/11-12	Quota prodotto	Quota paese
Esportazioni dell'Italia					
Vini rossi e rosati DOP confezionati	129,6	5,4	9,7	15,8	8,8
Vini rossi e rosati IGP confezionati	78,4	4,8	24,2	9,6	9,6
Olio di oliva vergine ed extravergine	68,4	-20,8	22,2	8,3	5,7
Vini bianchi IGP confezionati (dal	46,6	11,8	71,6	5,7	7,5
Grana Padano e Parmigiano Reggiano	42,6	17,6	27,7	5,2	4,9
Prodotti dolciari a base di cacao	31,7	24,0	53,4	3,9	1,8
Pasta alim. non all'uovo, né farcita	29,0	0,9	14,0	3,5	1,8
Altri spumanti (DOP) (dal 2010)	26,7	29,0	184,7	3,3	2,6
Altri prodotti	366,3	9,8	35,0	44,7	1,2
Importazioni dell'Italia					
Frumento duro	173,7	-34,8	8,7	45,8	31,7
Semi di soia	88,7	23,7	295,1	23,4	16,9
Altri legumi e ortaggi secchi	23,9	12,3	44,4	6,3	20,5
Fagioli comuni secchi (escl. da	21,7	1,1	53,1	5,7	20,6
Frumento tenero e spelta	19,8	-60,0	-67,9	5,2	2,2
Cuoio e pelli	10,3	148,1	47,3	2,7	1,0
Crostacei e molluschi freschi o refrigerati	6,8	19,1	34,1	1,8	2,5
Pelli da pelliccia	6,2	4,3	-4,4	1,6	6,3
Altri prodotti	28,2	-46,4	-10,4	7,4	0,1

Barriere non tariffarie UE-Cina

- Limitano flussi di scambio tra le due aree
- Interessano in particolare prodotti del settore primario
- Problema quote per alcuni prodotti
- Casi: pollo, mele, kiwi (accordo Itali-Cina per export da alcune regioni italiane)
- Importanza di accordi tra paesi su specifici prodotti

Accordi UE-Cina sulle Indicazioni geografiche

UE-Cina hanno avviato il processo di protezione di alcuni prodotti (100+100) contro imitazioni e falsi volto a produrre benefici commerciali reciproci e ad aumentare la consapevolezza dei consumatori e la domanda di prodotti di alta qualità.

Periodo attuale per commentare i prodotti pubblicati e, se necessario, sollevare eventuali preoccupazioni con le reciproche autorità.

Il sistema delle indicazioni geografiche, con oltre 3300 nominativi registrati in Europa

grazie ad accordi bilaterali, protegge anche nomi non comunitari.

In termini di valore, il mercato delle indicazioni geografiche dell'UE è di circa 54,3 miliardi di euro e costituisce complessivamente il 15% delle esportazioni totali di prodotti alimentari e bevande comunitarie.

I prodotti italiani interessati dall'accordo UE-Cina

1. Aceto balsamico di Modena 摩德纳香醋 Other products of Annex I of the Treaty (spices etc.) - Sauces
2. Asiago 艾斯阿格 Cheese
3. Asti 阿斯蒂 Wines
4. Barbaresco 巴巴列斯科 Wines
5. Bardolino Superiore 超级巴多利诺 Wines
6. Barolo 巴罗洛 Wines
7. Brachetto d'Acqui 布拉凯多 Wines
8. Bresaola della Valtellina 瓦特里纳风干牛 肉火腿 Meat products (cooked, salted, smoked, etc.)
9. Brunello di Montalcino 布鲁内洛蒙塔奇 诺 Wines
10. Chianti 圣康帝 Wines
11. Conegliano- Valdobbiadene Prosecco 科内利亚诺瓦尔 多比亚德尼 – 普 罗塞克 Wines
12. Dolcetto d'Alba 阿尔巴杜塞托 Wines
13. Franciacorta 弗朗齐亚科达 Wines
14. Gorgonzola 戈贡佐拉 Cheese
15. Grana Padano 帕达诺干奶酪 Cheese
16. Grappa 格拉帕酒 Spirit
17. Montepulciano d'Abruzzo 蒙帕塞诺阿布鲁 佐 Wines
18. Mozzarella di Bufala Campana 坎帕尼亚水牛马 苏里拉奶酪 Cheese
19. Parmigiano Reggiano 帕马森雷加诺 Cheese
20. Pecorino Romano 佩克利诺罗马羊 奶酪 Cheese
21. Prosciutto di Parma 帕尔玛火腿 Meat products (cooked, salted, smoked, etc.) – Hams
22. Prosciutto di San Daniele 圣达涅莱火腿 Meat products (cooked, salted, smoked, etc.) – Hams
23. Soave 苏瓦韦 Wines
24. Taleggio 塔雷吉欧乳酪 Cheese
25. Toscano/a 托斯卡诺/托斯卡 纳 Wines
26. Vino nobile di Montepulciano 蒙特普齐亚诺贵 族葡萄酒 Wines

Commercio elettronico generale e alimentare

Secondo un'Indagine Netcom, il giro di affari delle vendite on-line rappresenta ormai il 3% delle complessive vendite al dettaglio

I principali acquirenti sono persone:

- al di sotto dei 44 anni di età (il 57% degli acquirenti online)
- residenti al Nord-Ovest (ma il Sud è in forte crescita)
- mediamente più istruite
- prevalentemente residenti nei grandi centri urbani

Tuttavia, gli acquisti tramite servizi on-line di prodotti alimentari sono ancora limitati (Nielsen stima lo 0,8% del mercato di alimentari, casa e cura del corpo; Coop 1%, per oltre mezzo miliardo di euro), pari a circa il 4% dell'e-commerce

Ma sembrano esserci segnali di una rapidissima crescita: +35% nei primi sei mesi del 2016

Commercio alimentare elettronico: specifiche

Fenomeno che riscontra crescente consenso tra i consumatori (le famiglie che fanno la spesa on-line sono 5,6 milioni in crescita del +30% nell'ultimo anno), grazie a:

- la comodità dell'atto di acquisto
- la consegna puntuale e l'ampia scelta dei prodotti in assortimento
- un'offerta che si sta progressivamente strutturando per soddisfare le nuove esigenze dei consumatori

Il commercio online di generi alimentari transita attraverso tre canali:

- i siti internet dei distributori
- i marketplace dedicati (Amazon Fresh, Eataly)
- i cataloghi online dei produttori e degli operatori dell'enogastronomia locale (Giordano Vini, Nespresso, Olio Carli, Cantina della Birra....).

Commercio alimentare elettronico: vincoli e opportunità

- L'ulteriore affermazione di questo canale di vendita richiede un salto soprattutto culturale: fiducia nell'intermediazione di una piattaforma, e rinuncia a selezionare personalmente alcuni prodotti - come frutta e verdura - per i quali l'esperienza diretta di tipo visivo e tattile è fondamentale
- Al contempo, la modalità delle vendite web consente di fornire servizi aggiuntivi, particolarmente apprezzati, come: la lettura più attenta delle etichette, la facilitazione della routine della spesa (memorizzazione della lista settimanale), la possibilità di riservare alcune offerte in esclusiva, la disponibilità di prodotti ricercati, il risparmio sui costi di consegna e i tempi di attesa (click&collect e click&drive presso il punto vendita preferito)

Grazie per l’attenzione

roberto.solazzo@crea.gov.it