

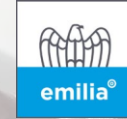
# Industria dei beni di consumo ed evoluzione del contesto competitivo

## Strumenti e soluzioni per la trasformazione digitale

In collaborazione con

diretta streaming

*Nomisma*



CONFINDUSTRIA EMILIA  
AREA CENTRO  
Le imprese di Bologna,  
Ferrara e Modena

Industria dei beni di consumo ed evoluzione del contesto competitivo  
Strumenti e soluzioni per la trasformazione digitale

Mercoledì 16 aprile 2025, ore 10.30 – 13:00  
il Resto del Carlino, Via E. Mattei 106, Bologna

Bologna, 16.04.2025

# Lo scenario economico e le sfide per la filiera

**DENIS PANTINI, Responsabile Agroalimentare**

*Nomisma*

# Topics



**Lo scenario macroeconomico e di mercato**



**Il ruolo dell'industria dei beni di largo consumo in Emilia-Romagna: valore socioeconomico e percepito nei consumatori**



**Performance dei prodotti di largo consumo regionali sui mercati esteri e «peso» degli Stati Uniti per l'export**

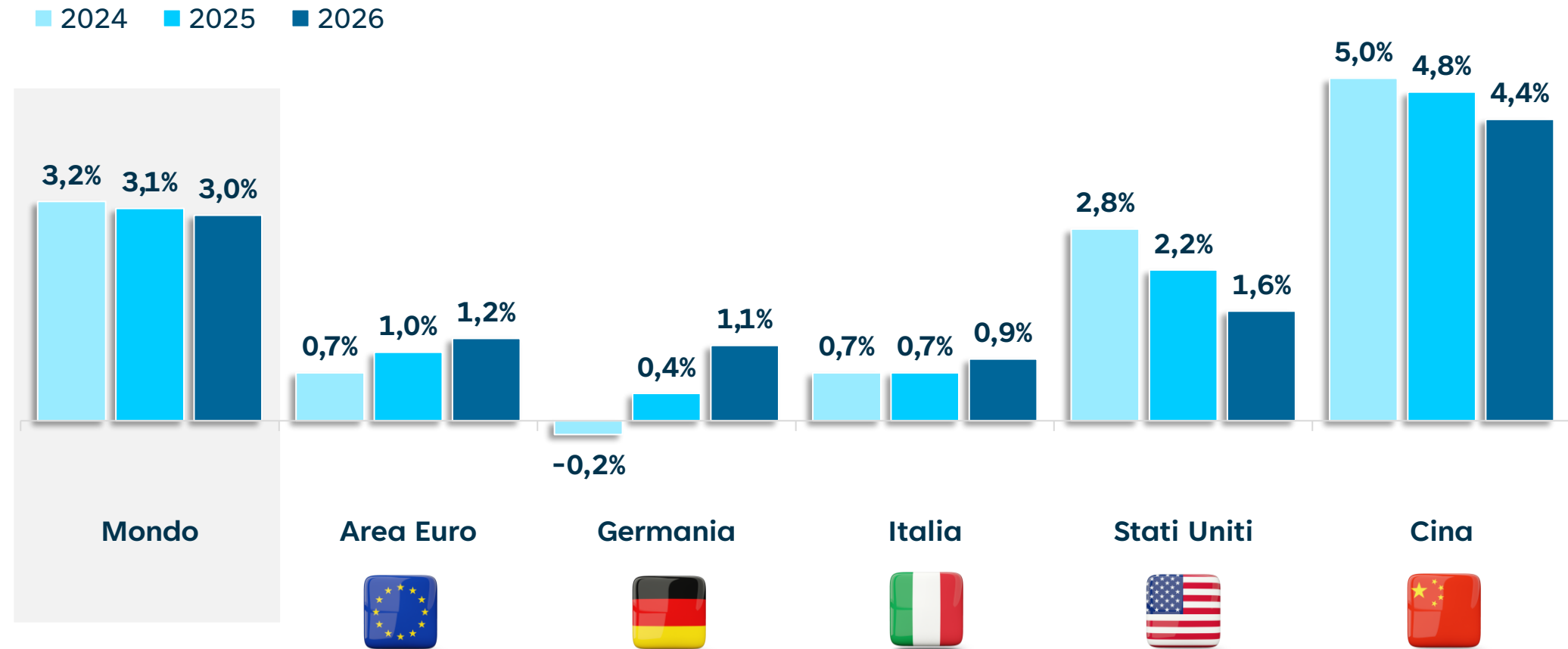


**Sfide future e scenari evolutivi**

# PIL globale in calo...e con i dazi di Trump le prospettive peggiorano

## Trend e previsioni del PIL (al netto impatto dazi)

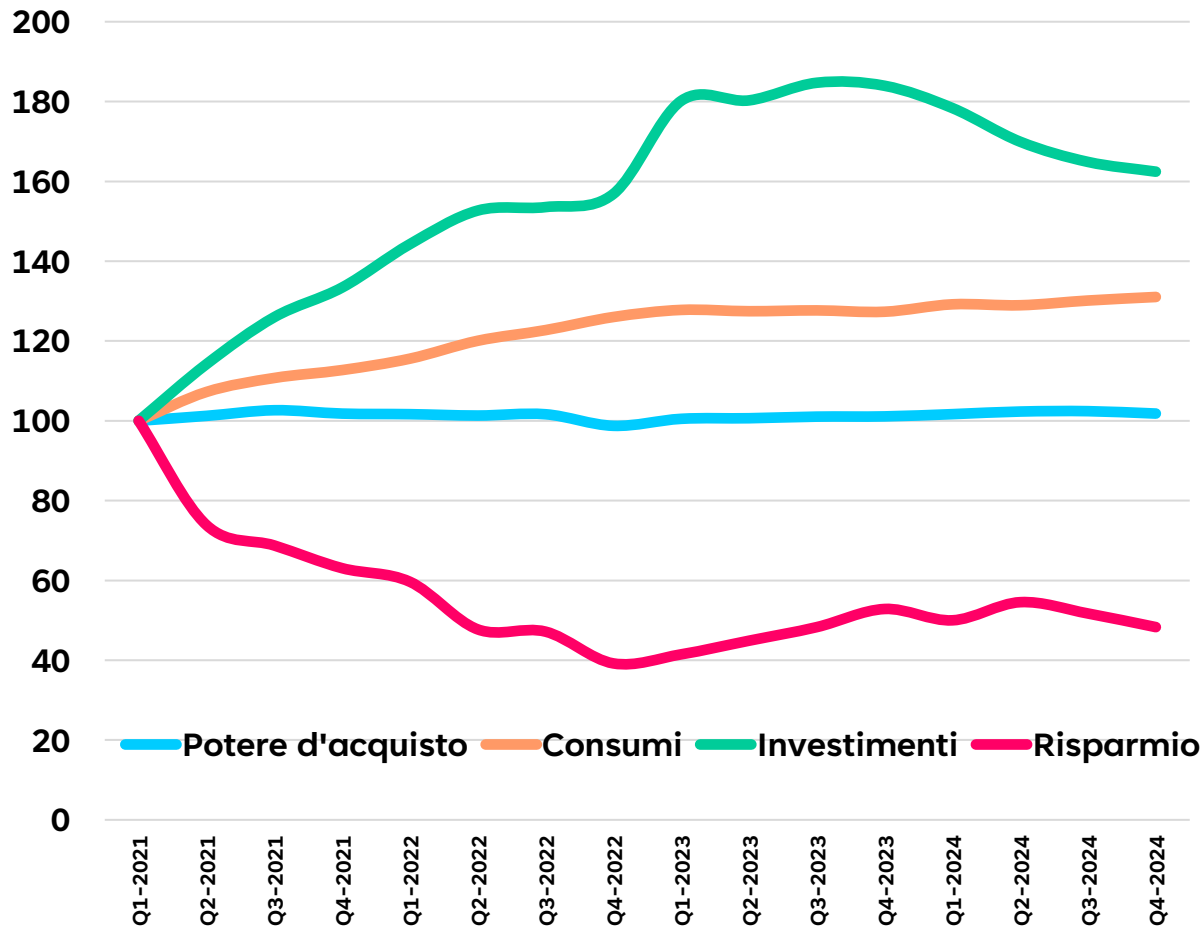
Var. % rispetto precedente anno



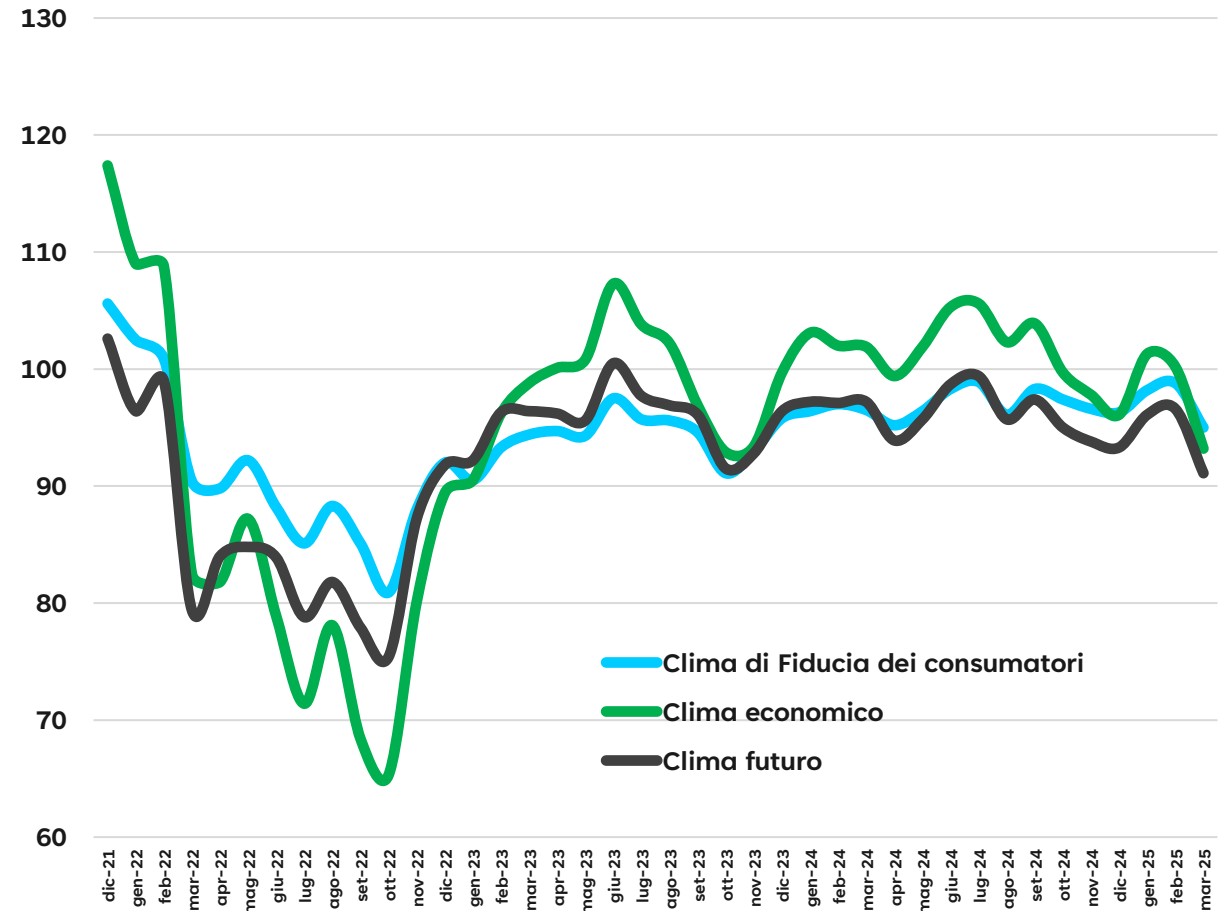
# Il 2024 per le famiglie italiane: spesa per consumi in leggera crescita, risparmio e investimenti in riduzione. Il futuro è incerto e la fiducia cala...

## Italia: famiglie consumatrici

Q1-2021 = 100



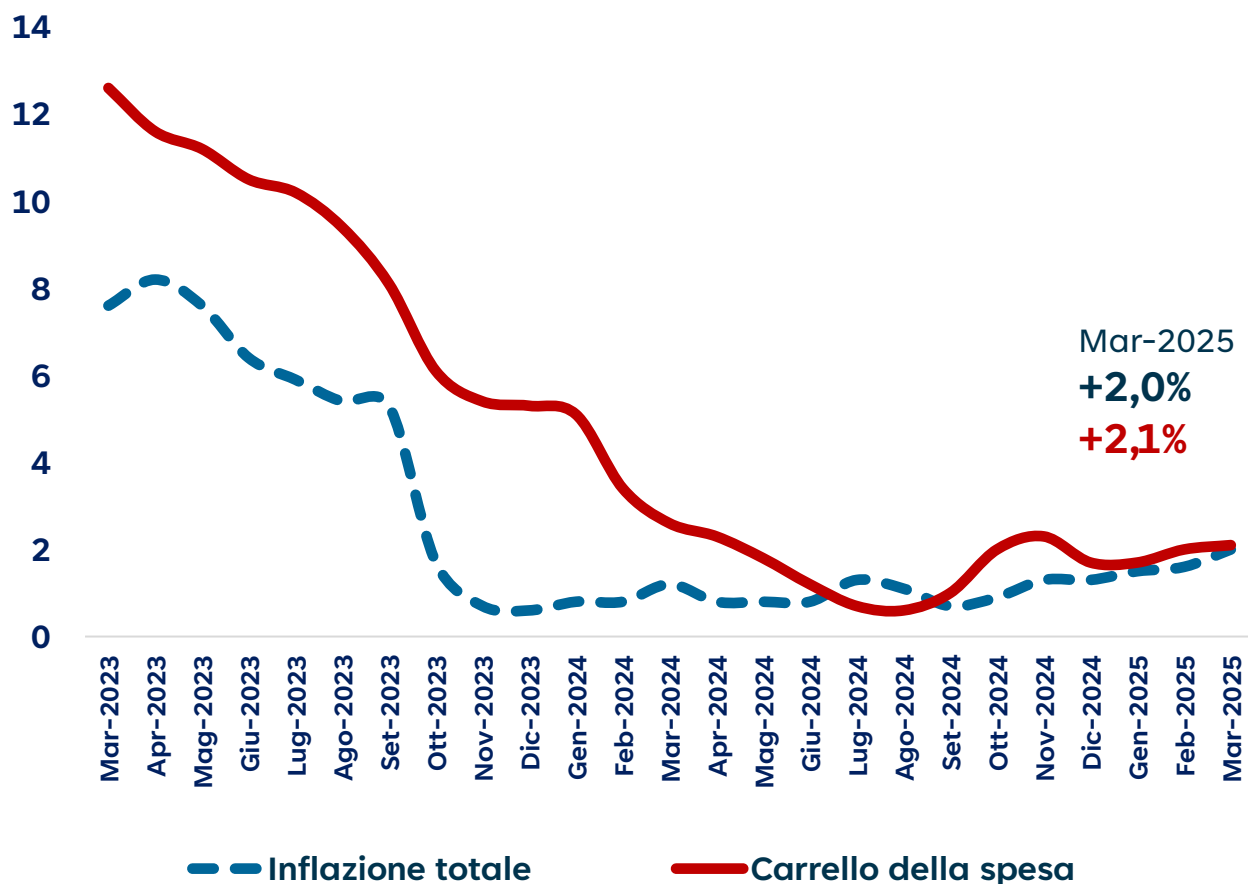
## Italia: clima di fiducia dei consumatori



# L'inflazione torna leggermente a crescere nel 2025...sospinta dai costi energetici

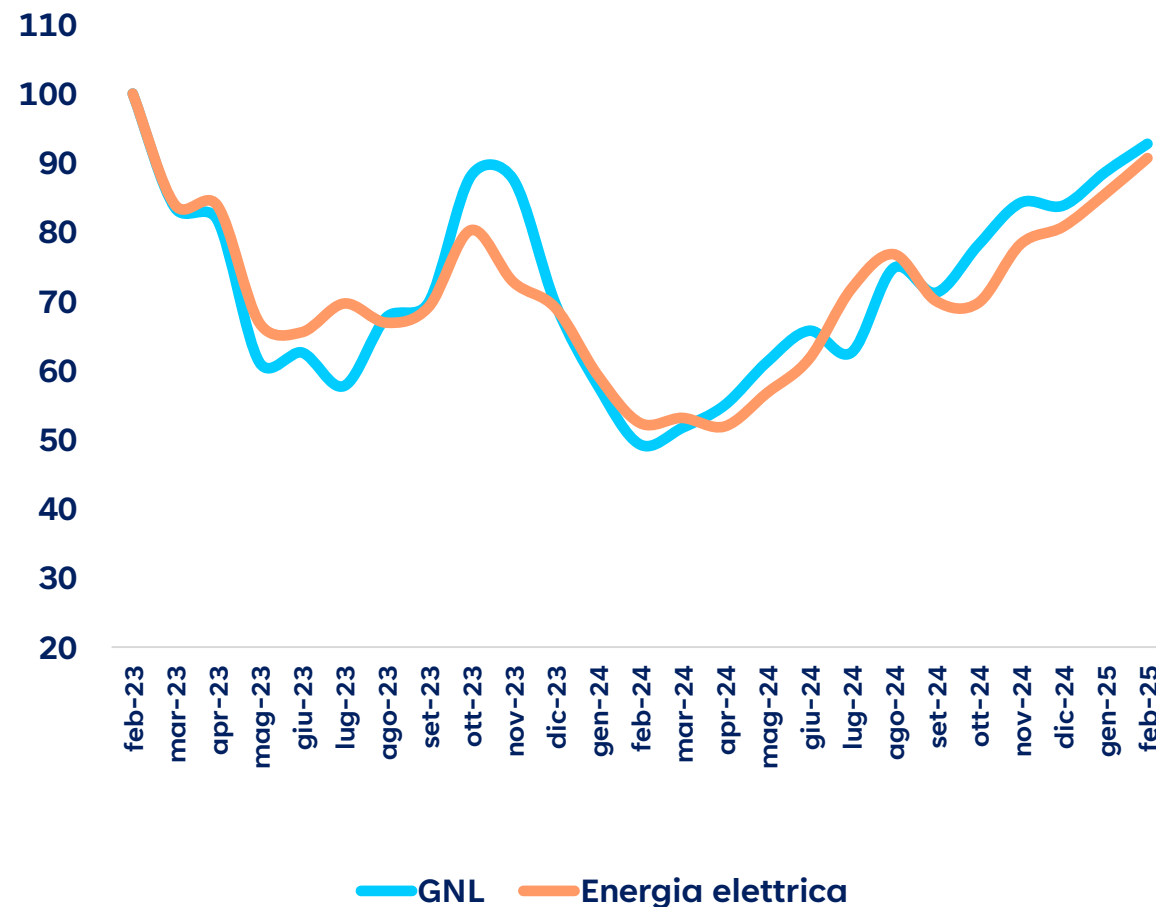
## Trend dell'inflazione in Italia

Var. % tendenziale



## Trend dei prezzi di GNL ed energia elettrica

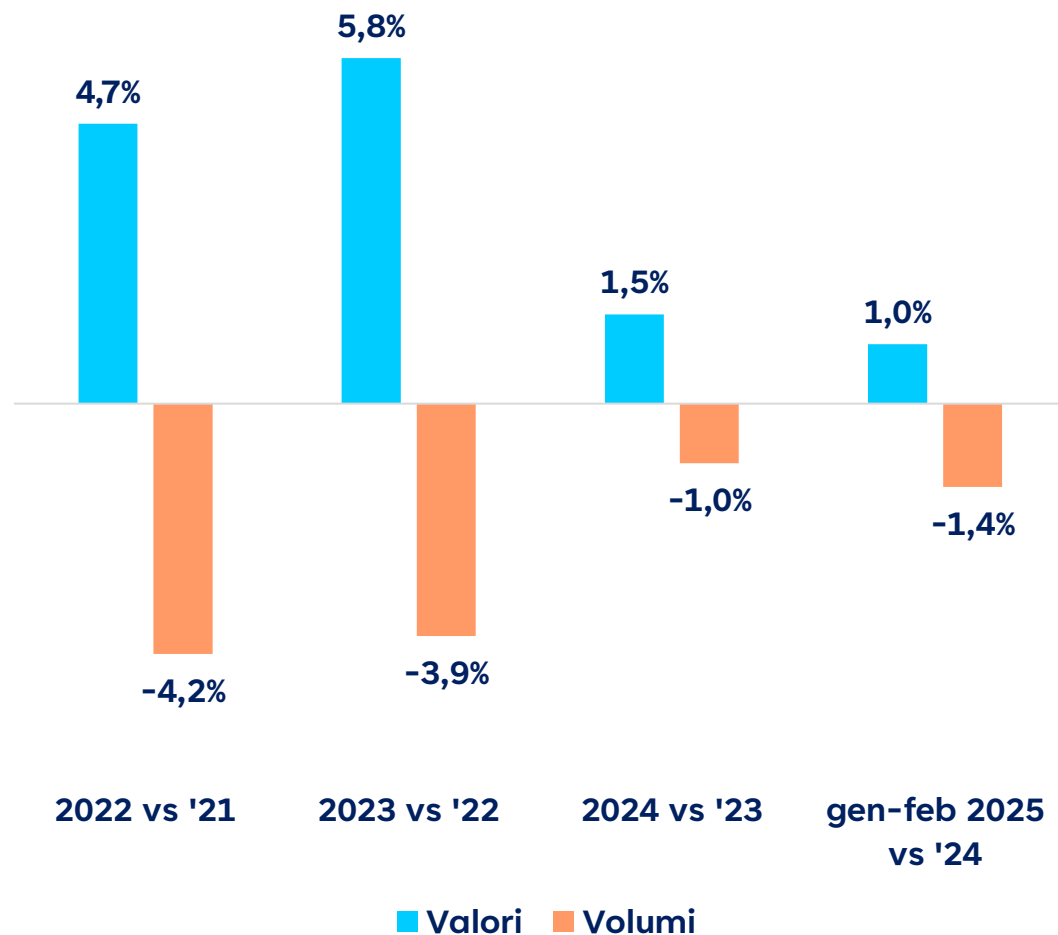
Febbraio 2023=100



# Anche le vendite al dettaglio risentono del clima di incertezza...

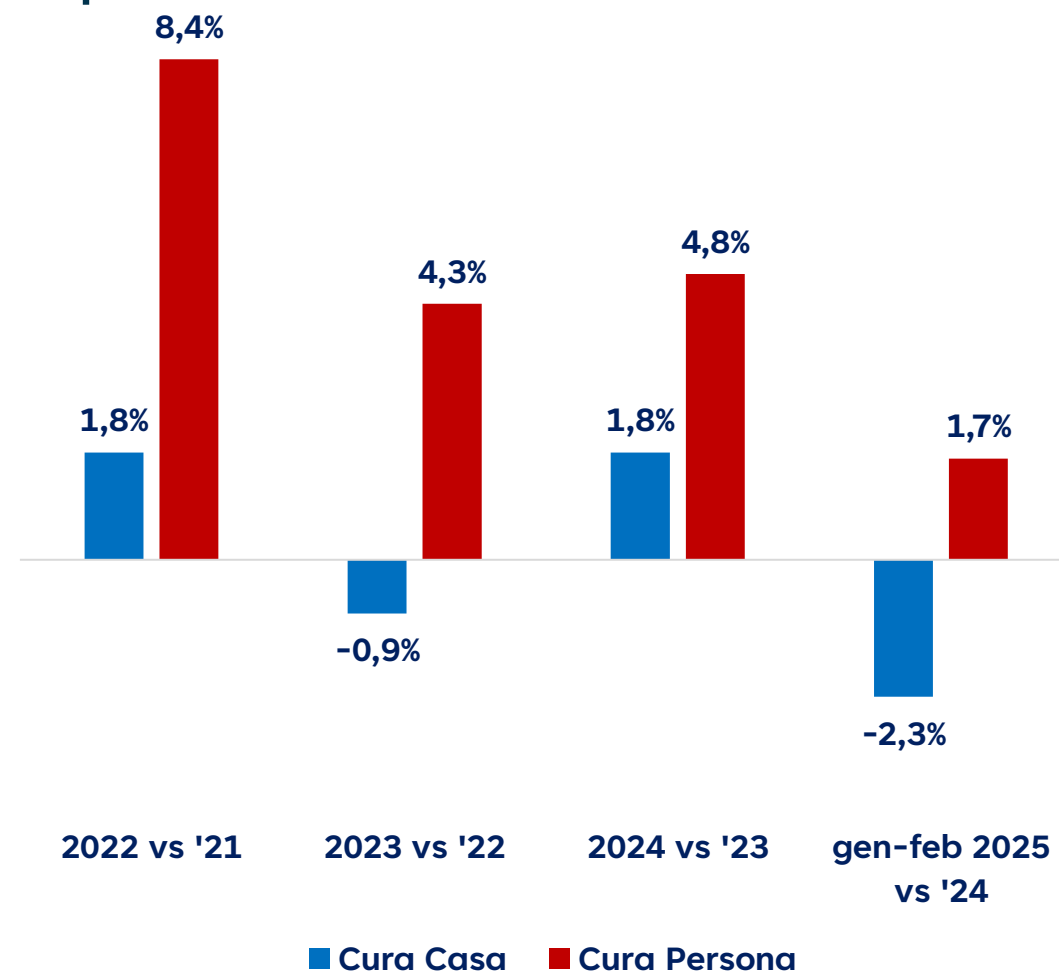
## Vendite al dettaglio prodotti alimentari

Var. % tendenziale



## Vendite al dettaglio prodotti cura casa e persona

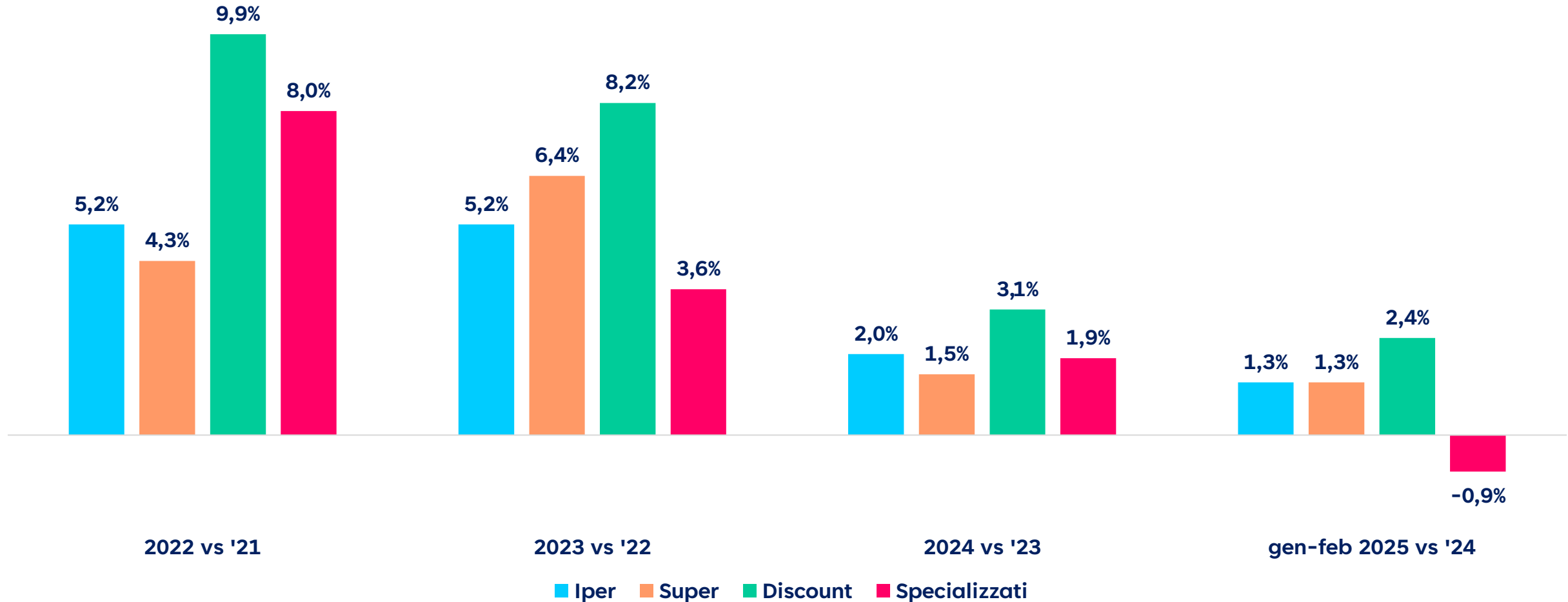
Var. % tendenziale valori



# ...mentre il rallentamento economico favorisce il discount

## Vendite al dettaglio per tipologia di esercizio della Grande Distribuzione

Var. % tendenziale valori





# Ma, al di là dei volumi acquistati, i cambiamenti nei consumi sono anche di tipo «qualitativo»

In generale, quali saranno, secondo Lei, i prodotti del Food&Beverage e per l'igiene della persona e la cura della casa che creeranno nuovi trend di consumo in Italia nei prossimi 2/3 anni? (Top 5 Risposte)

## Food & Beverage



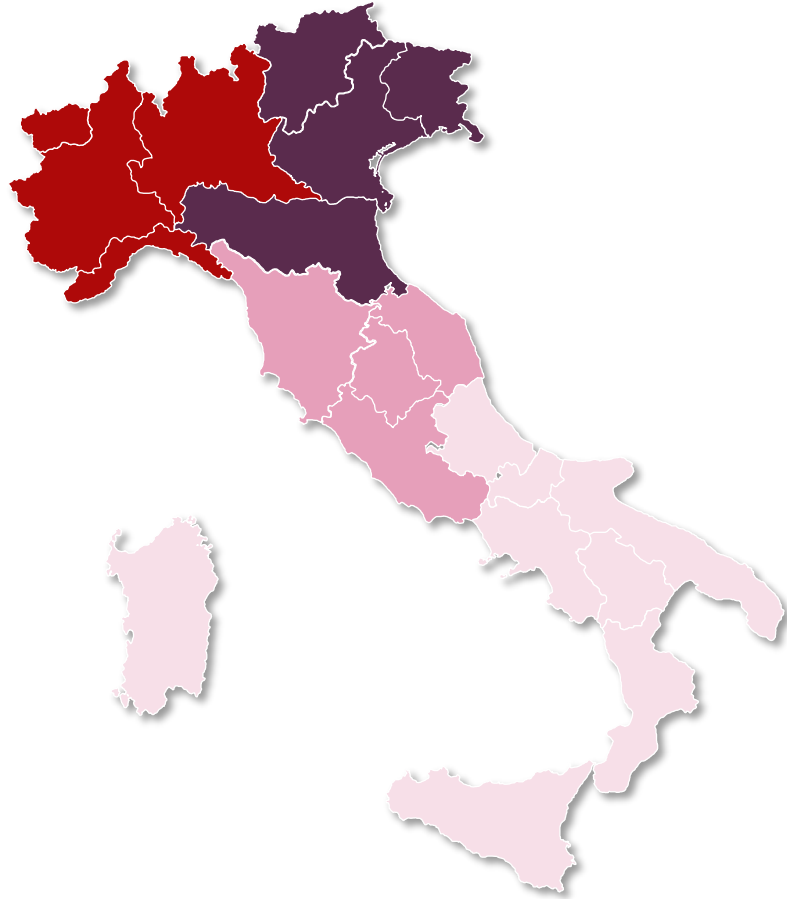
## Cura Casa e Igiene della persona



# Il ruolo dell'industria dei beni di largo consumo in Emilia-Romagna/1

## FATTURATO GROCERY

**249** miliardi € (2023)\*



### RIPARTIZIONE PER AREA

% CALCOLATE SU TOT. FATTURATO GROCERY

**36%** Nord-ovest

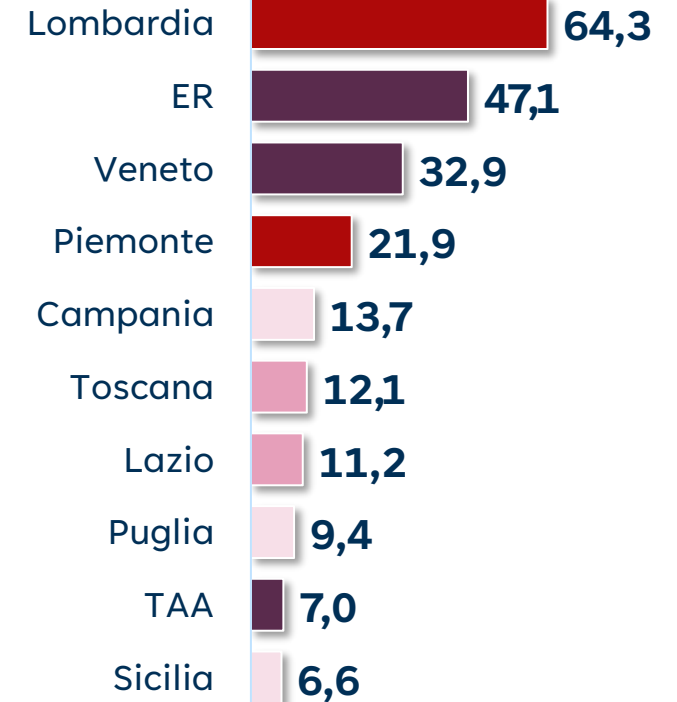
**36%** Nord-est

**12%** Centro

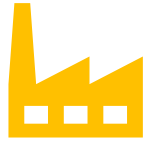
**16%** Sud e isole

### TOP-10 REGIONI

FATTURATO GROCERY IN MLD € NEL 2023



# Il ruolo dell'industria dei beni di largo consumo in Emilia-Romagna/2



## IMPRESE

**4.705** Imprese attive

**12%** Totale Manifattura ER



## FATTURATO

**47,1** miliardi €

**31%** Totale Manifattura ER



## OCCUPATI

**66.728**

**14%** Totale Manifattura ER



## VALORE AGGIUNTO

**6,7** miliardi €

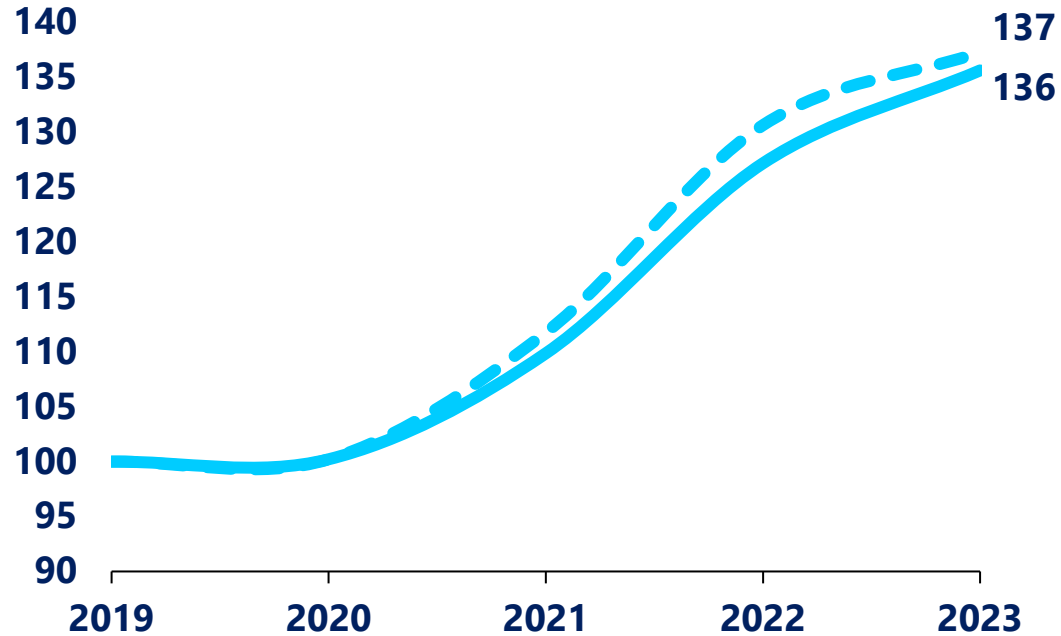
**17%** Totale Manifattura ER

# Largo consumo: negli ultimi 5 anni crescono fatturato e valore aggiunto

(Valori 2019=100)



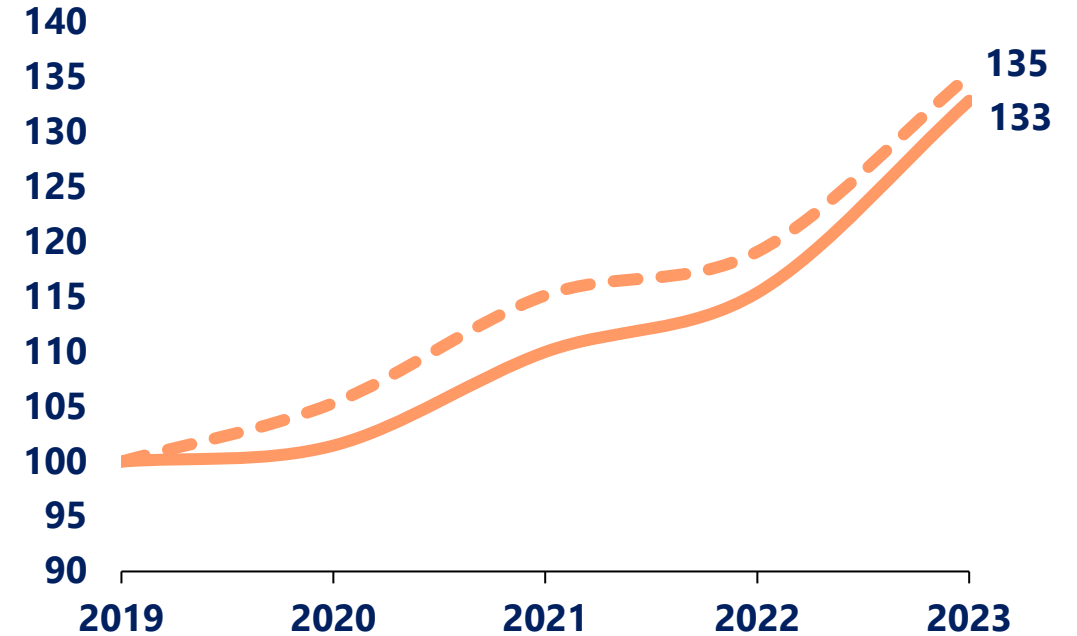
## FATTURATO



— Largo Consumo ITALIA    - - Largo Consumo E-R



## VALORE AGGIUNTO



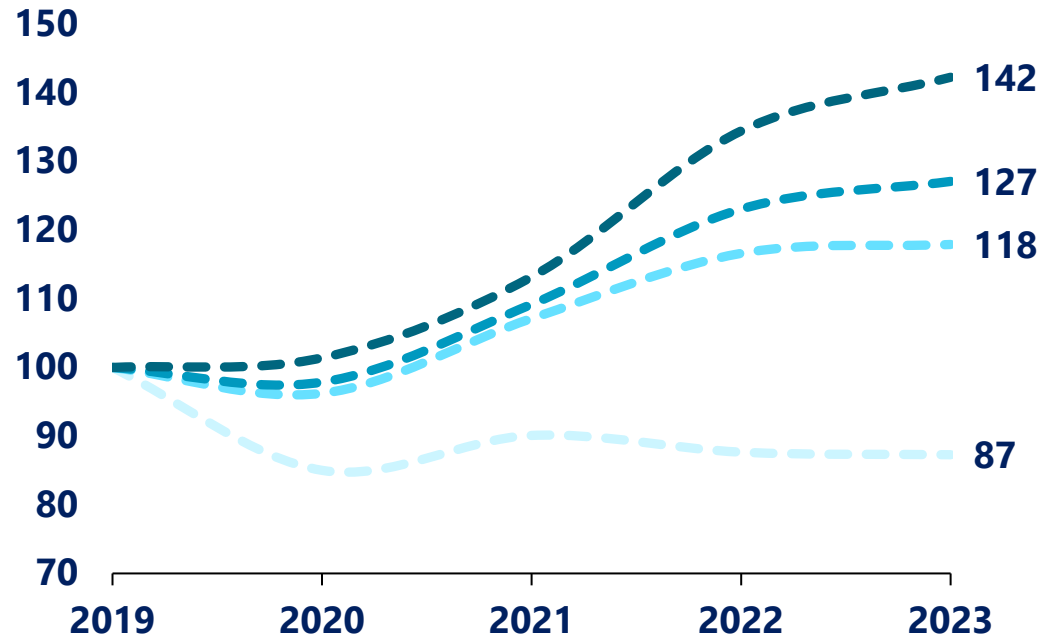
— Largo Consumo ITALIA    - - Largo Consumo E-R

# Ma la crescita non è generale, soffrono le piccole aziende

(Valori 2019=100)



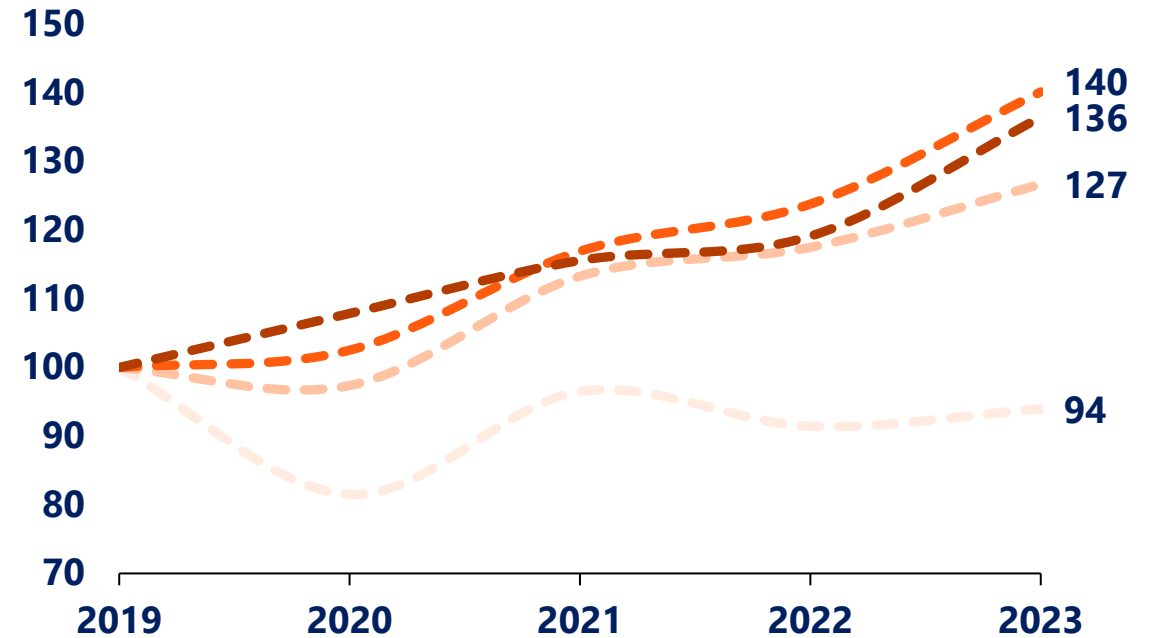
## FATTURATO



**<2 mln €**      **2-10 mln €**  
**10-50 mln €**      **>50 mln €**



## VALORE AGGIUNTO

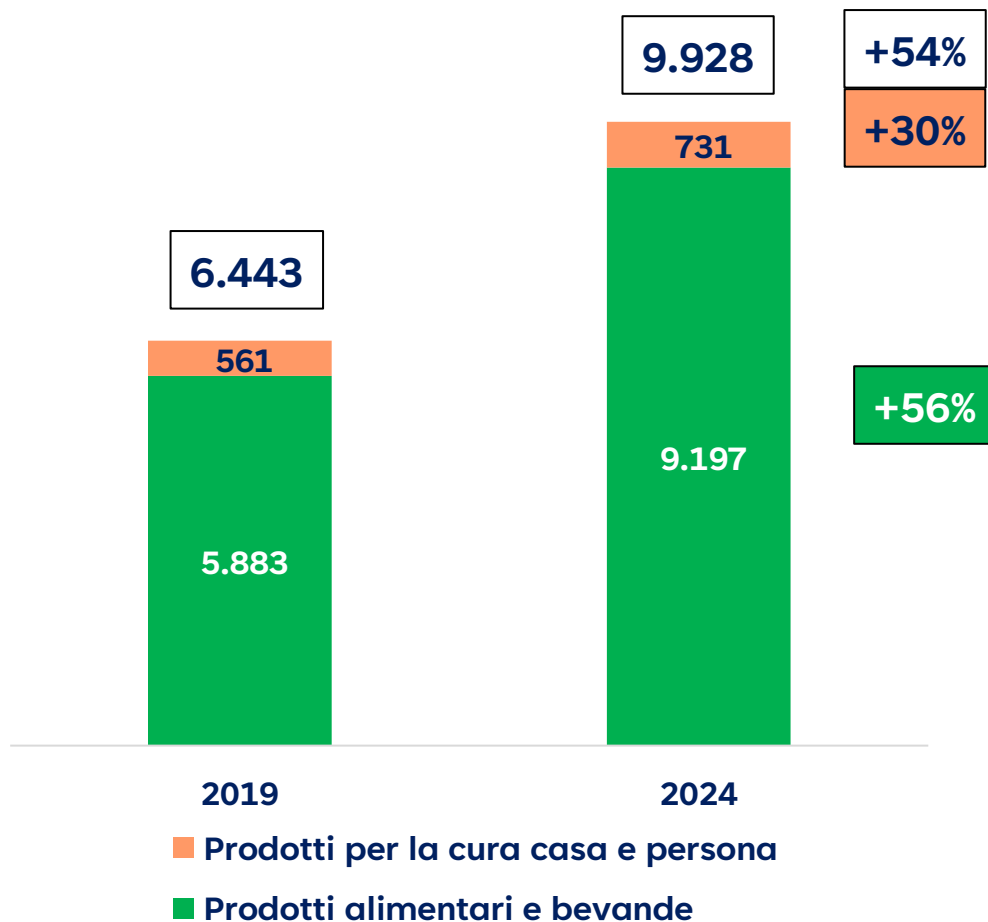


**<2 mln €**      **2-10 mln €**  
**10-50 mln €**      **>50 mln €**

# In 5 anni, export regionale cresciuto del 54%. Ue prima area di sbocco

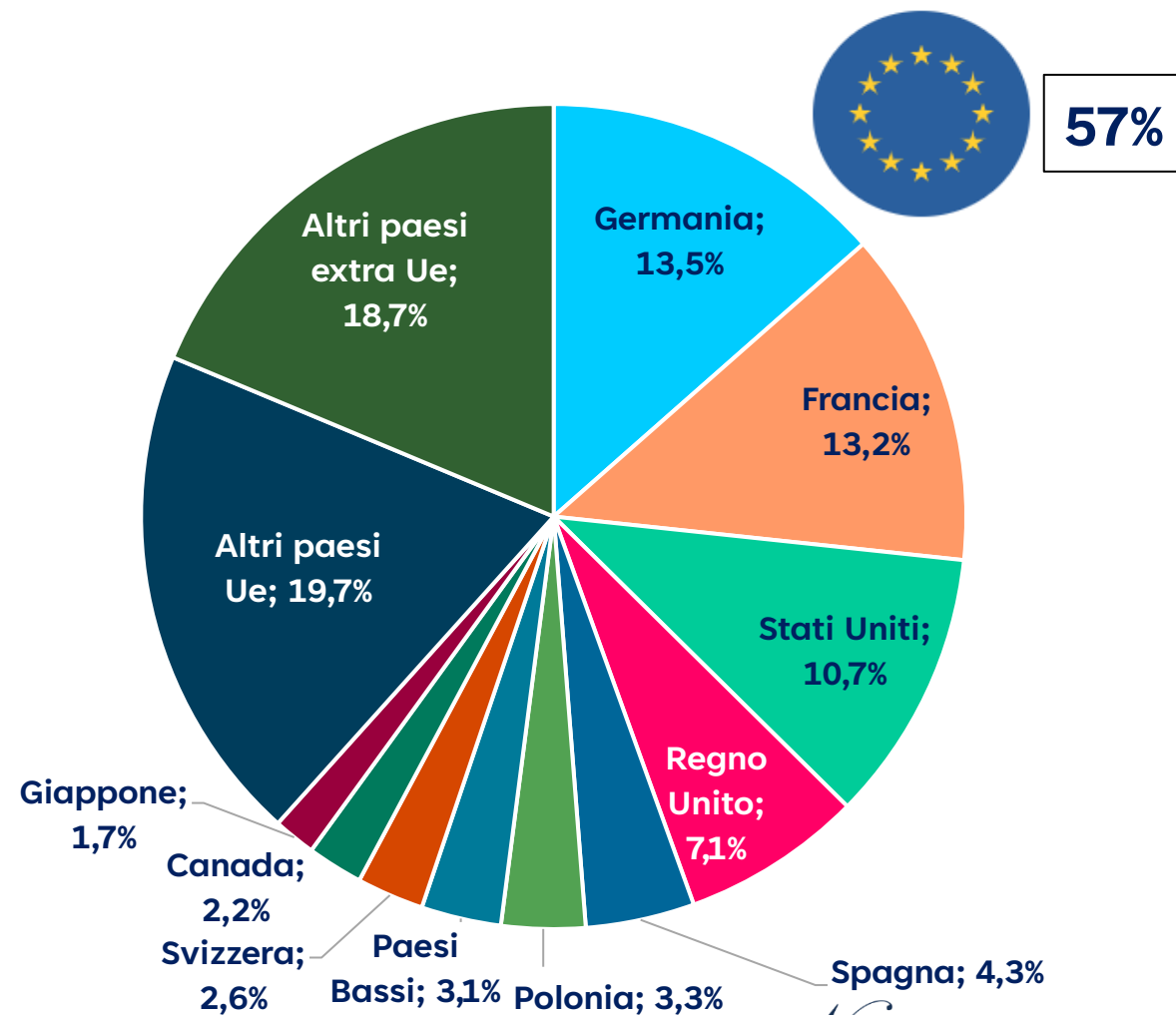
## ER: Export di prodotti di largo consumo

Milioni di euro e variazione 2024 vs 2019



## ER: Export di prodotti di largo consumo per mkt

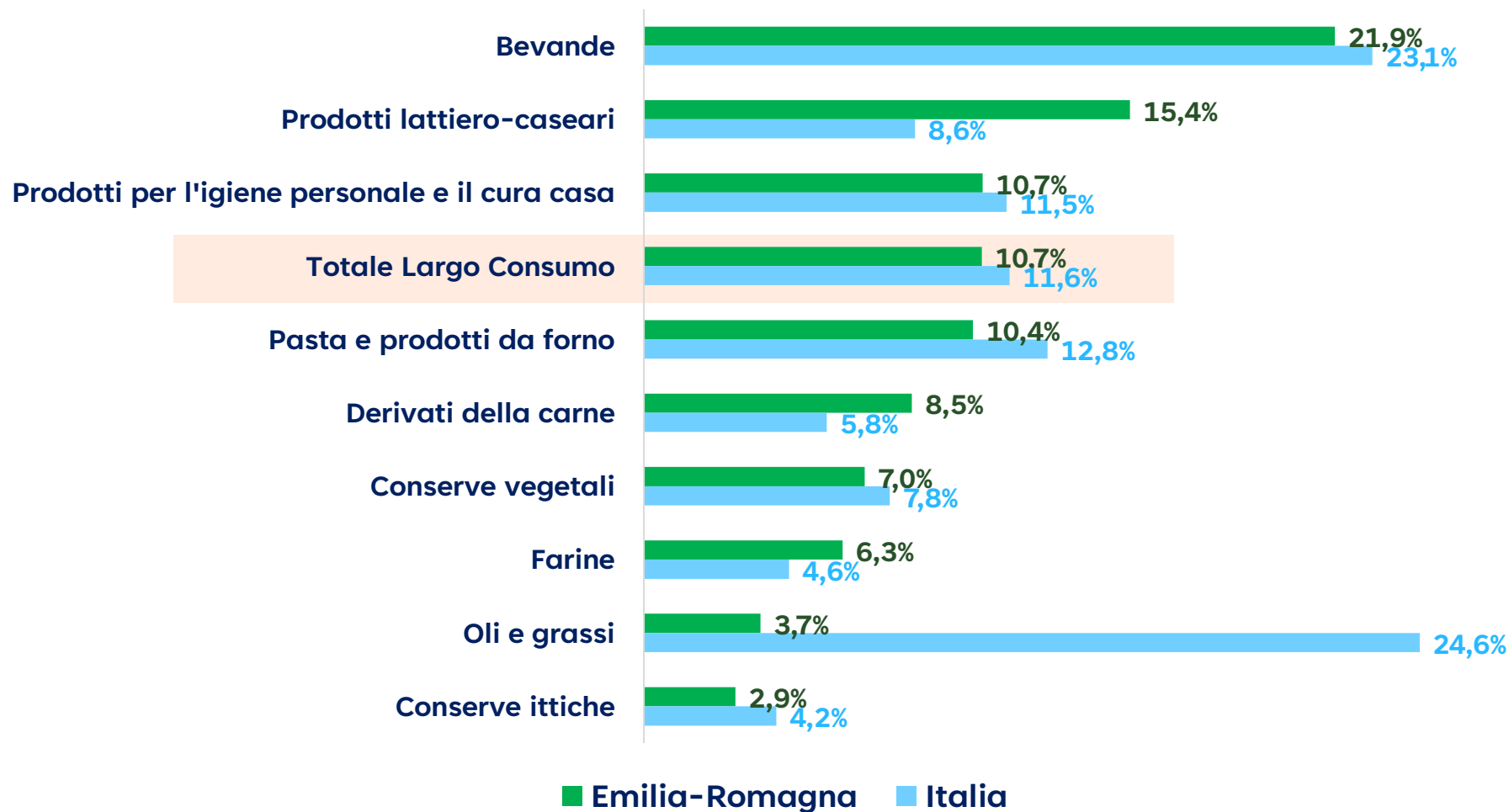
% sui valori 2024



# ...ma oltre il 10% finisce negli Usa, oggi sotto la scure dei dazi. Più esposti i prodotti Dop/Igp

## Prodotti di largo consumo: incidenza degli Stati Uniti sull'export regionale e nazionale

2024, % sui valori esportati per categoria e sui volumi per i prodotti Dop/Igp



30%



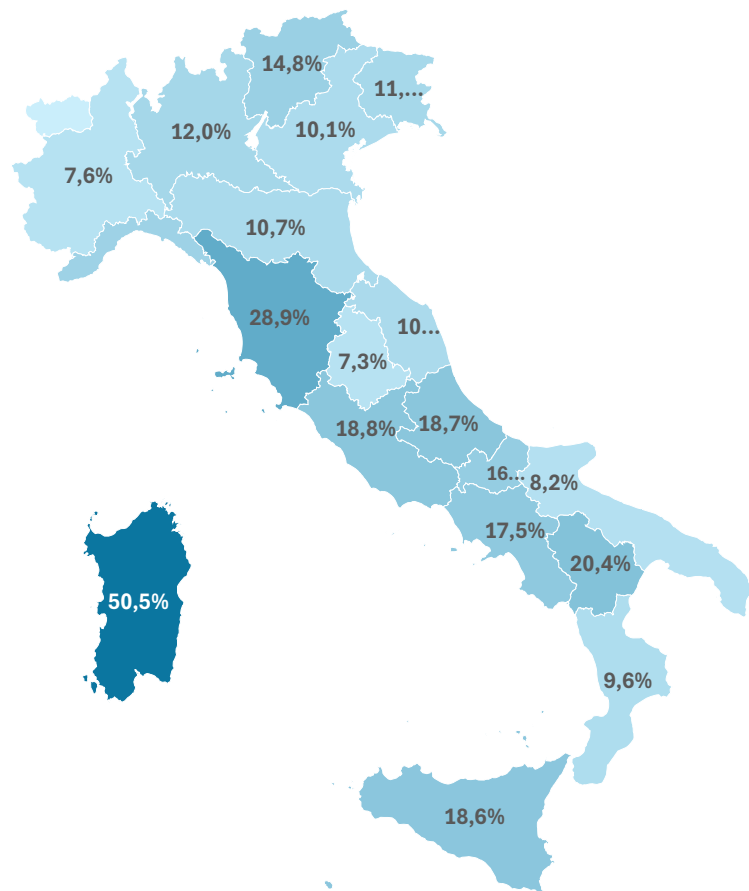
30%



23%

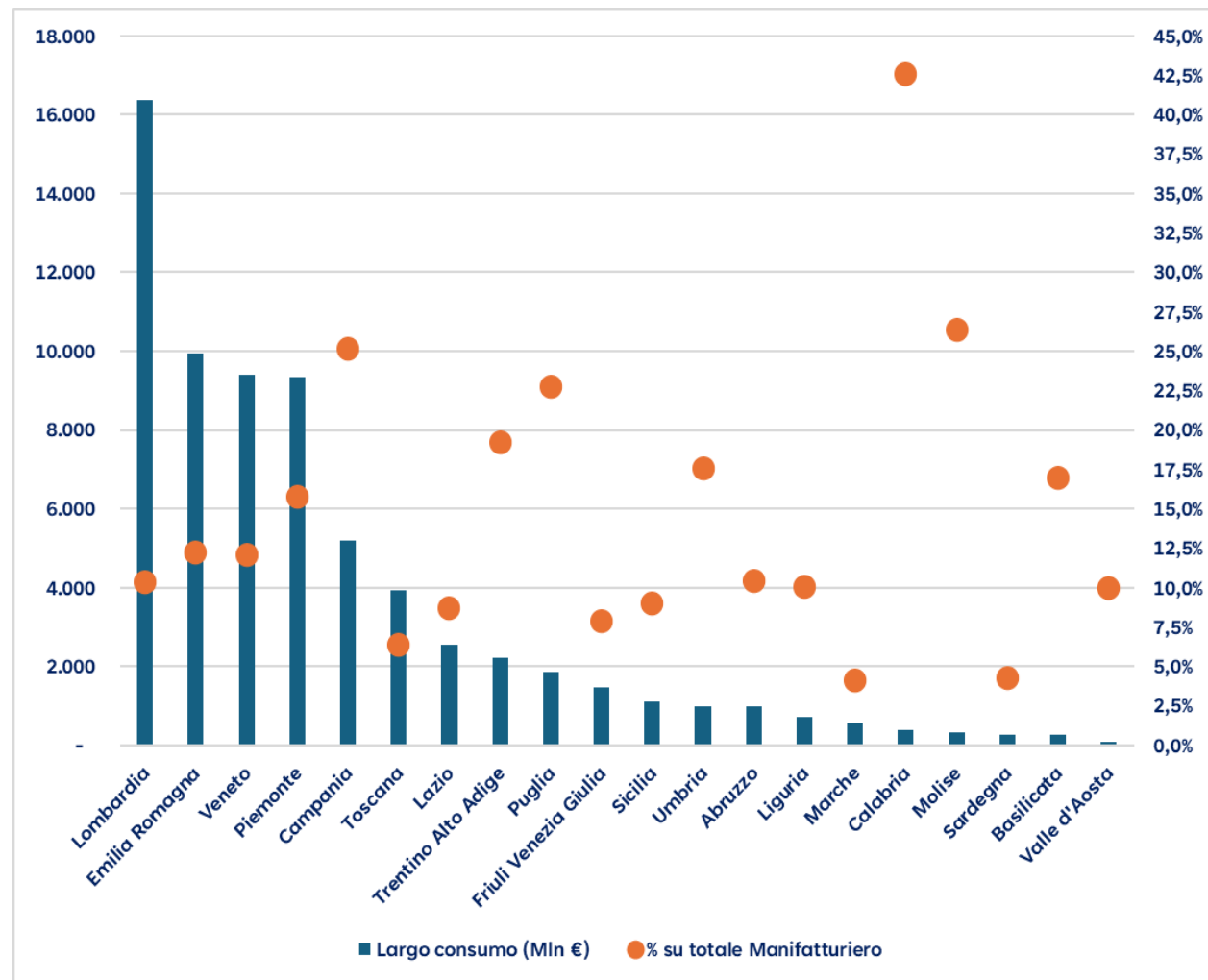
# ...per quanto altre regioni risultano più legate al mercato Usa

**Prodotti del largo consumo: incidenza degli USA sull'export delle regioni** 2024, % sui valori esportati



Con tecnologia Bing  
© GeoNames, Microsoft, TomTom

**% export dei prodotti di largo consumo sul totale export manifatturiero regionale** 2024, % sui valori esportati

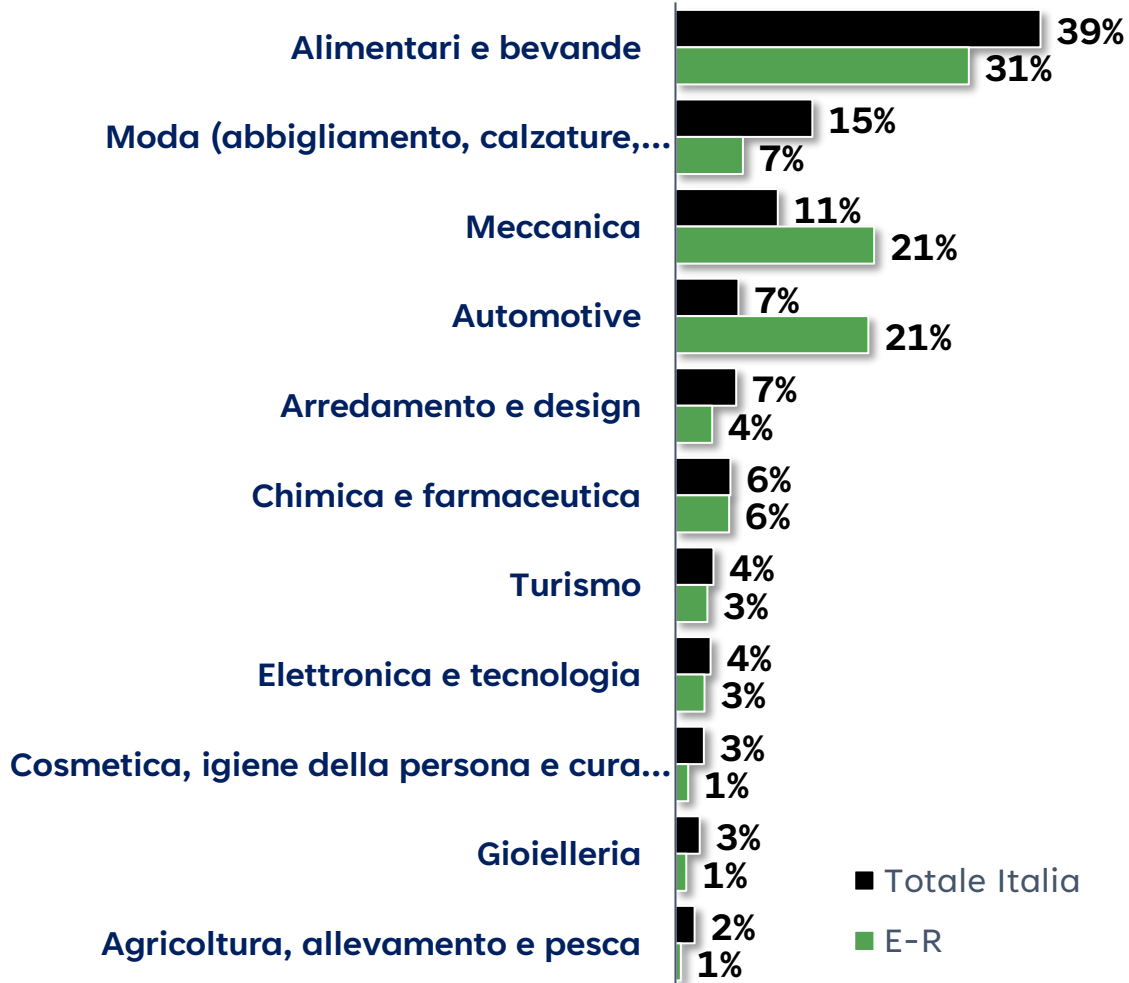




# Settori produttivi più rappresentativi per il consumatore: Italia vs E-R

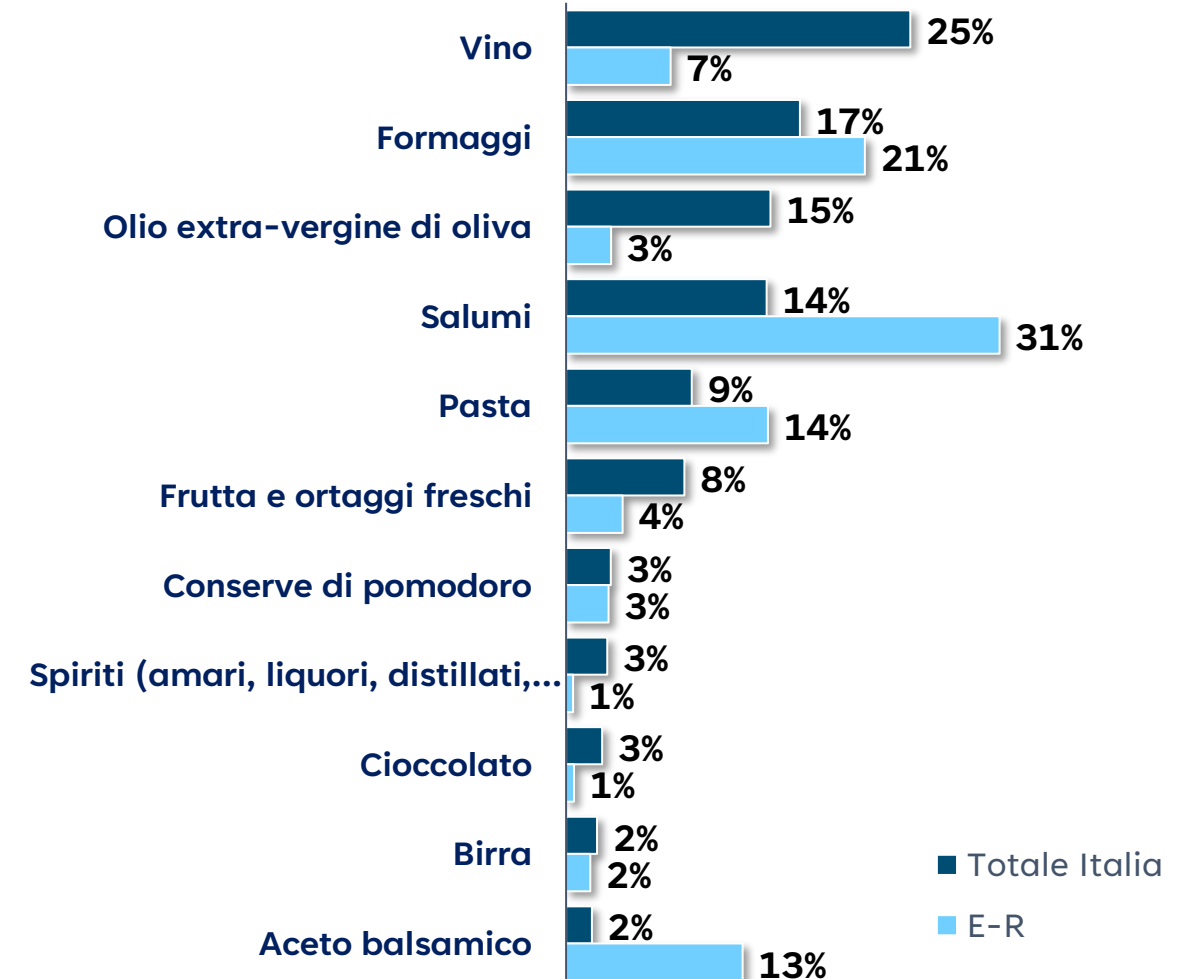
Pensi alla regione nella quale risiede. Quale ritiene sia il settore produttivo più rappresentativo della sua regione?

Prima risposta in ordine di importanza



Quali sono, secondo Lei, i cibi e le bevande più rappresentative della cultura enogastronomica della sua regione?

Prima risposta in ordine di importanza



# Il ruolo del largo consumo italiano: motore economico, fornitore di beni essenziali per la quotidianità e ambasciatore della cultura italiana nel mondo

Secondo lei quali sono i principali contributi delle IMPRESE DEL SETTORE ITALIANO DEL LARGO CONSUMO ITALIANO (ossia imprese produttrici di alimenti, bevande, prodotti per la cura della casa e l'igiene personale) alla società e all'economia italiana?

Prima risposta in ordine di importanza



■ Totale Italia  
■ E-R

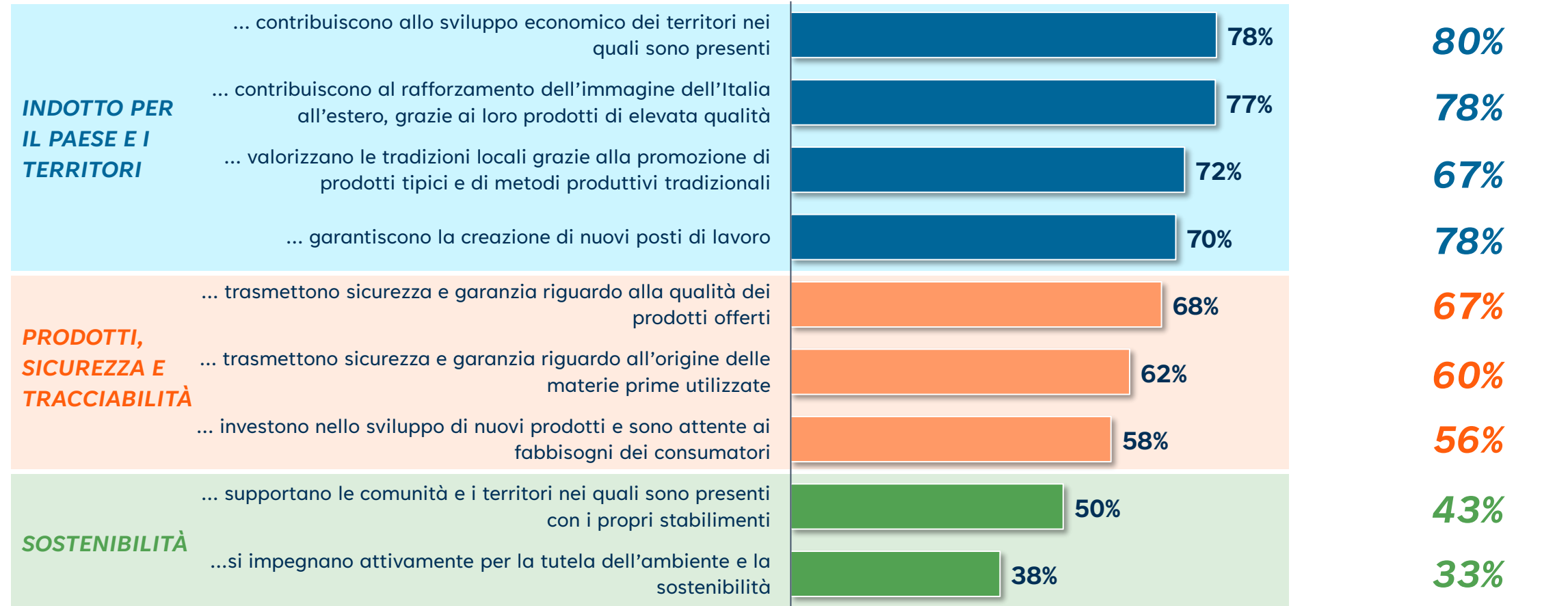
# Per più di 7 emiliano-romagnoli su 10, il largo consumo italiano impatta positivamente su economia, valorizzazione del Made in Italy e occupazione

Le chiedo di esprimere il suo grado di accordo e disaccordo con ciascuna affermazione riguardo alle IMPRESE DEL SETTORE ITALIANO DEL LARGO CONSUMO, ossia imprese produttrici di alimenti, bevande, prodotti per la cura della casa e l'igiene personale.

Si considera la somma % dei voti ai valori 4-5, nella scala 1-5, dove 1 significa "Per niente d'accordo" e 5 "completamente d'accordo"



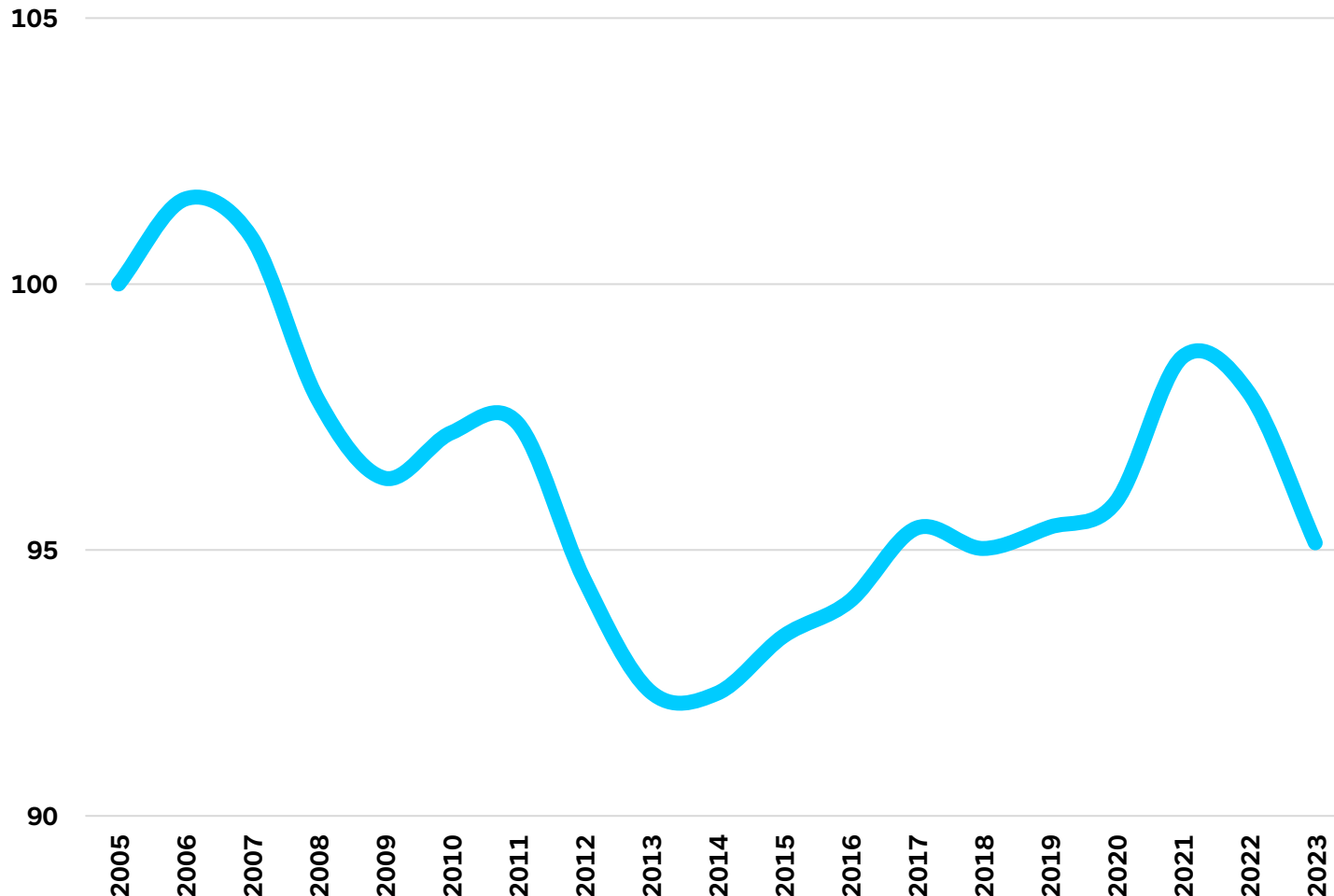
Somma % dei voti ai valori 4-5 in E-R



# Scenari futuri: i cambiamenti demografici impatteranno sui consumi

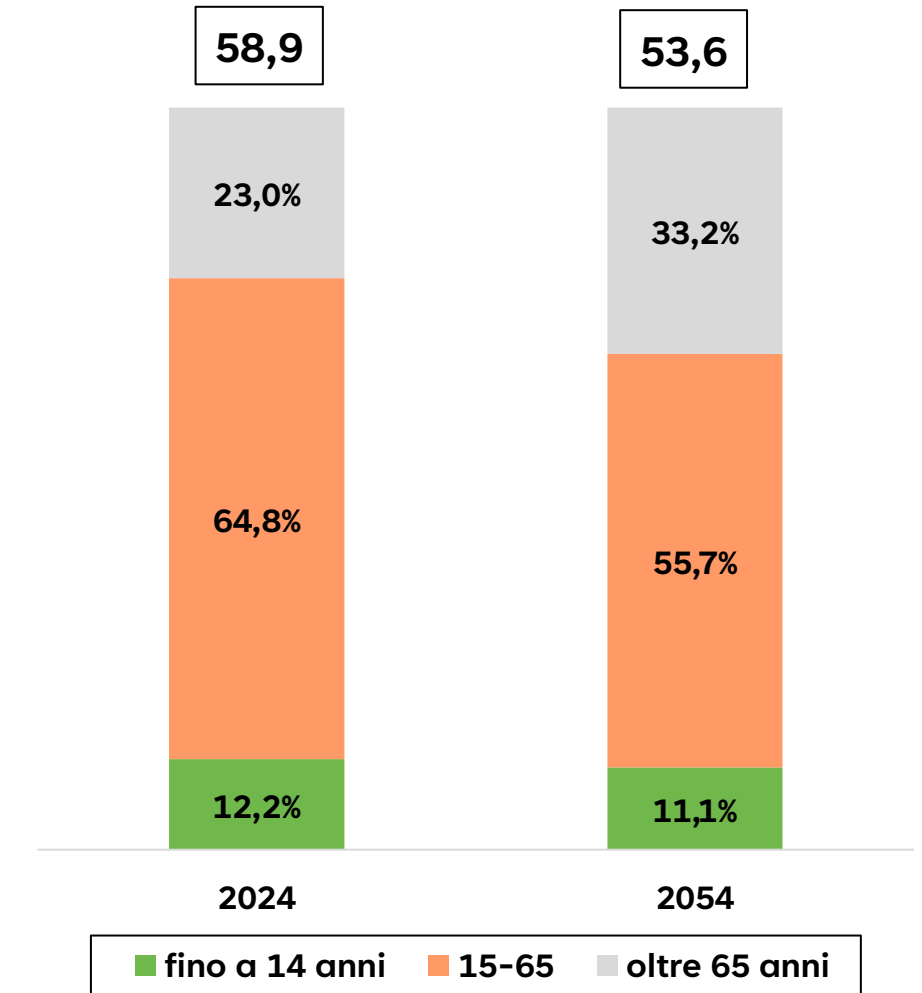
## Italia: consumi domestici di prodotti di largo consumo

Valori costanti, 2005=100



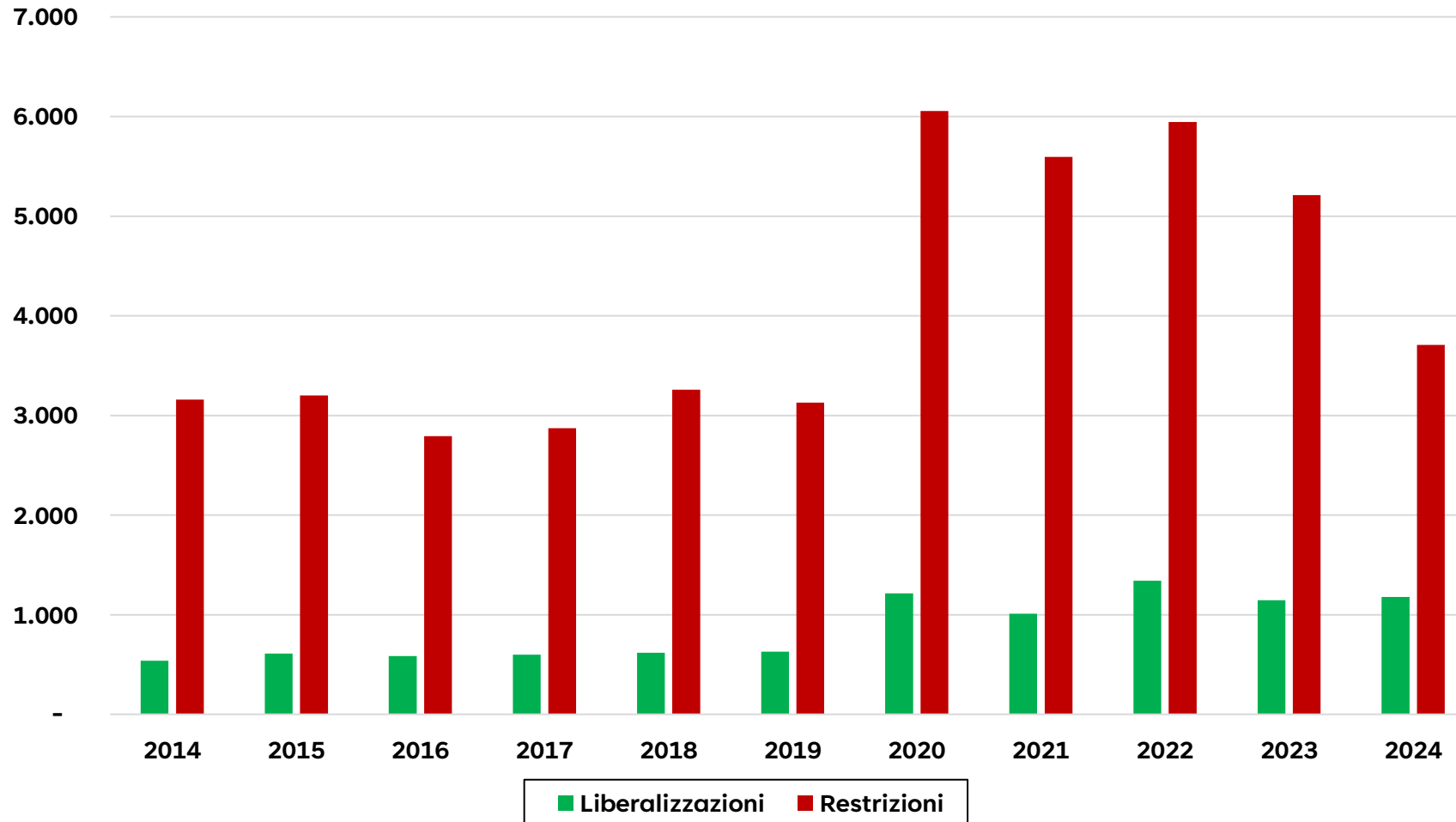
## Italia: popolazione residente per fascia di età

Milioni di abitanti e % per fascia



# ...obbligando le imprese a guardare sempre di più all'export, in un contesto geopolitico instabile e protezionista

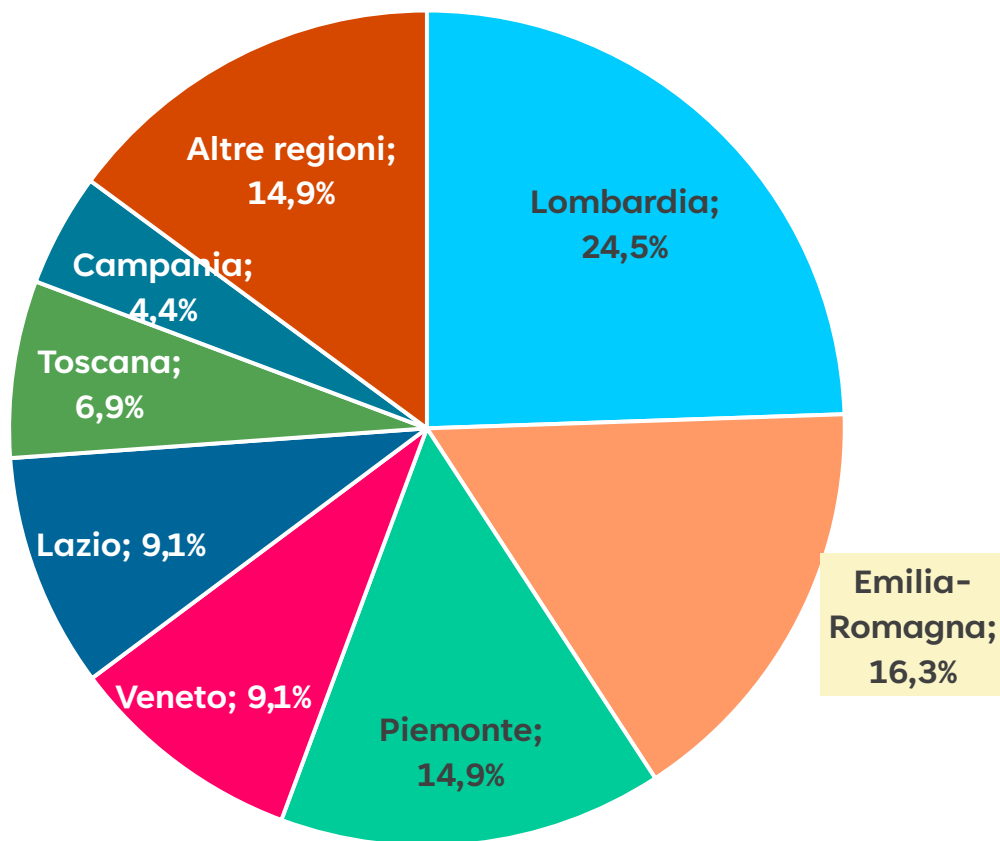
## Misure di politica commerciale restrittive vs liberalizzazioni degli scambi a livello mondiale (numero/anno)



# Senza dimenticare la sfida (opportunità) dell'innovazione digitale

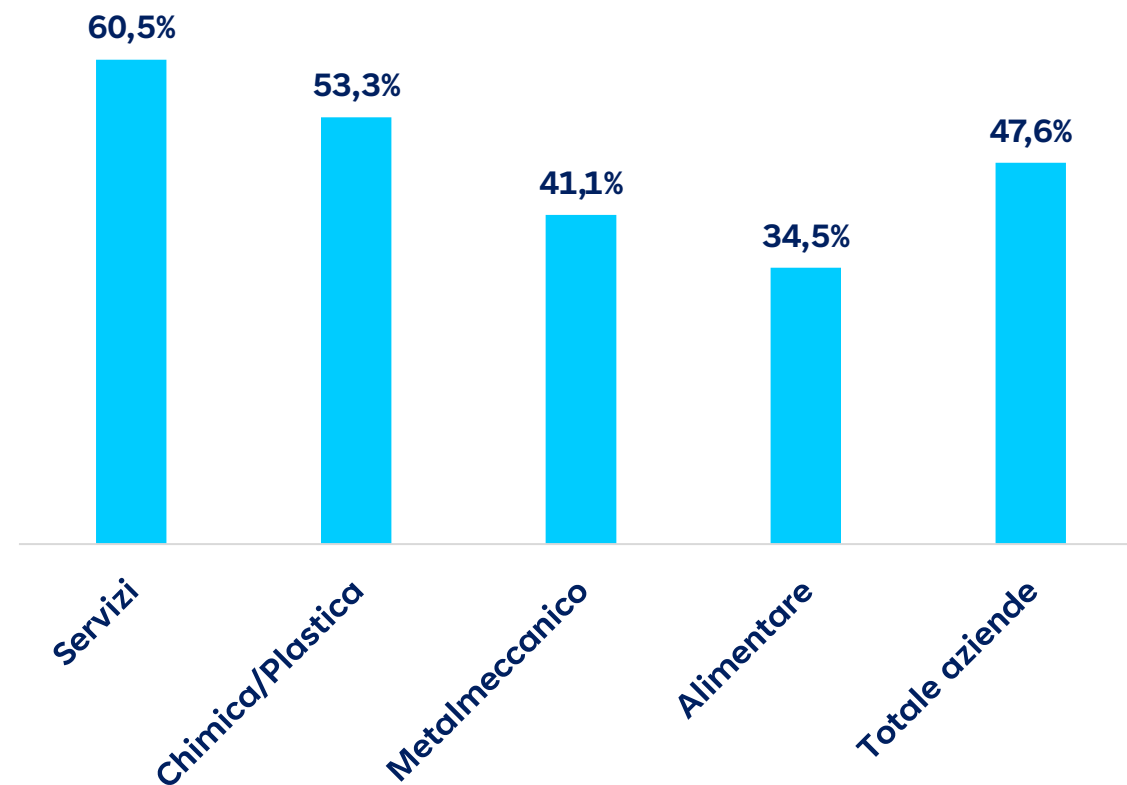
## Spesa per ricerca e sviluppo in Italia, Totale settori economici

Suddivisione regionale, valori 2022



## Emilia-Romagna: aziende con competenze interne specifiche per la digitalizzazione

2024, % aziende\*



*Nomisma*

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Indirizzo | Strada Maggiore 44 – 40125, Bologna

E-mail | [info@nomisma.it](mailto:info@nomisma.it)

Websites | [www.nomisma.it](http://www.nomisma.it)



**Denis Pantini**  
**Head of Agrifood**

T. 348 4532416

[denis.pantini@nomisma.it](mailto:denis.pantini@nomisma.it)