

ANDAMENTO DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE TEDESCA

Secondo il rapporto annuale pubblicato dall'associazione tedesca di categoria (BVE – Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie), l'industria alimentare nazionale ha continuato a ricoprire anche nel 2013 un ruolo centrale nell'economia della Germania. Con 555.300 occupati in circa 6000 aziende ed un volume di affari annuale di oltre 175 miliardi di Euro, essa costituisce infatti il quarto principale settore produttivo del Paese (dopo automobilistico, macchinari e chimico-farmaceutico).

Nell'anno appena trascorso, gli introiti hanno sperimentato una crescita del 3,5% (nel 2012 era stata del 3,6%), trainata in buona parte dall'aumento delle esportazioni (+4,8%) che hanno raggiunto la cifra record di 53,6 miliardi di Euro. Tale cifra configura la Germania quale terzo principale esportatore mondiale di prodotti alimentari (sul fronte opposto, con 74,6 miliardi di Euro, si colloca come secondo principale importatore) e conferma l'ampia internazionalizzazione maturata dal comparto (l'export pesa per il 31% sul fatturato complessivo dell'agroalimentare tedesco).

Circa l'80% delle esportazioni tedesche del settore sono destinate al mercato interno dell'Unione Europea, dove l'incremento nel 2013 è stato del 6%. In tale area i principali mercati di sbocco sono stati rappresentati da Paesi Bassi (7,1 miliardi di Euro), Italia (4,9 miliardi di Euro), Francia (4,9 miliardi di Euro), Regno Unito (3,8 miliardi di Euro) ed Austria (3,5 miliardi di Euro). Ben più modesta la performance nei Paesi terzi, con un aumento dello 0,3%. Nel quadro extra UE, i partner principali dell'industria tedesca di settore sono stati, nell'ordine, Russia, Stati Uniti, Svizzera e Cina.

Le aspettative per l'anno in corso sono animate da un moderato ottimismo: ci si attende infatti una crescita del volume di affari pari a circa il 4%. Le principali rivendicazioni che la BVE, nel summenzionato documento, ha rivolto alla politica riguardano soprattutto il contenimento dei costi dell'energia per le aziende; una semplificazione della normativa e delle procedure di produzione e commercializzazione (giudicate eccessivamente onerose rispetto alle disposizioni del diritto comunitario); sostegno agli investimenti in ricerca e sviluppo.

Quanto alla tipologia di prodotti maggiormente venduti al di fuori dei confini nazionali, la quota principale è spettata a carni ed insaccati (20,3%), seguiti da latte e derivati (17,3%), dolciumi (12,7%), precotti (8,1%), olii e grassi (6,8%) e bevande alcoliche (6,7%).

All'interno di questo quadro, molto intensi sono i rapporti bilaterali con il nostro Paese. Nel 2013 l'Italia è stata, insieme alla Francia, il secondo principale mercato di sbocco degli alimentari tedeschi (quasi 5 miliardi di Euro, +6,5% rispetto al 2012. Fonte DESTATIS), mentre la Germania è stata il principale acquirente mondiale di prodotti italiani (4,36 miliardi di Euro, +5% rispetto al 2012. Fonte Federalimentare). E questo, pur a fronte di difficoltà che le nostre aziende - soprattutto di piccole dimensioni - incontrano nella fase di penetrazione del mercato tedesco, dove poche catene di grande distribuzione (gruppi Edeka, Rewe, Schwarz, Aldi e Metro) da sole fatturano circa il 73% del totale.