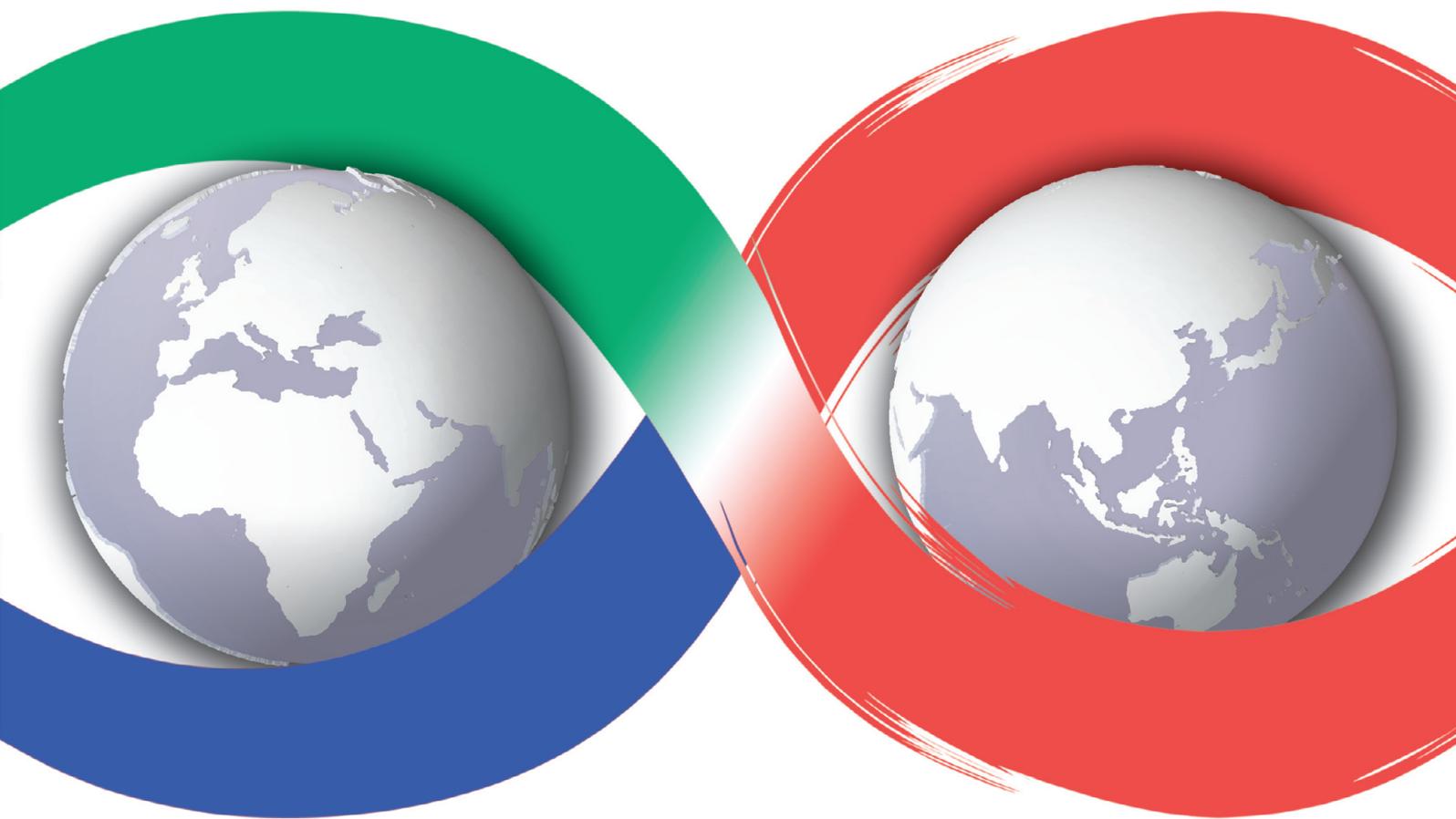




The European House

Ambrosetti

**L'internazionalizzazione  
della filiera agroalimentare italiana:  
le Filippine  
come partner e mercato di riferimento**



Ambasciata d'Italia  
Manila



Ambasciata d'Italia  
Manila

# L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA FILIERA AGROALIMENTARE ITALIANA

## LE FILIPPINE COME *PARTNER* E MERCATO DI RIFERIMENTO

---

*Position Paper 2022*

*Rapporto realizzato da The European House – Ambrosetti  
in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia a Manila*

---

Il futuro, oggi



The European House  
Ambrosetti

*Rapporto realizzato da The European House – Ambrosetti per l'Ambasciata d'Italia a Manila.*

*I contenuti del presente rapporto sono di esclusiva responsabilità di The European House - Ambrosetti.*

*© 2022 The European House - Ambrosetti S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Il presente documento è di proprietà di The European House - Ambrosetti S.p.A. Nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta senza l'autorizzazione scritta di The European House - Ambrosetti S.p.A.*

## **INDICE**

<b>I MESSAGGI CHIAVE DEL <i>POSITION PAPER</i></b>	<b>1</b>
<b>GLI OBIETTIVI DEL <i>POSITION PAPER</i></b>	<b>7</b>
<b>PARTE 1. I NUMERI CHIAVE DEI PAESI ASEAN E IL RUOLO CHIAVE DELLE FILIPPINE PER L'ACCESSO ALL'AREA</b>	<b>9</b>
<b>PARTE 2. L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA FILIERA AGROALIMENTARE ITALIANA</b>	<b>14</b>
<b>PARTE 3. LE FILIPPINE COME <i>PARTNER</i> E MERCATO DI RIFERIMENTO PER LA FILIERA AGROALIMENTARE ITALIANA</b>	<b>21</b>
<b>PARTE 4. LE LINEE D'AZIONE PER UNA <i>PARTNERSHIP</i> DURATURA TRA LA FILIERA AGROALIMENTARE ITALIANA E FILIPPINA</b>	<b>34</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>40</b>

## I MESSAGGI CHIAVE DEL *POSITION PAPER*

### **1. Considerata nel suo insieme, la Regione ASEAN è una superpotenza mondiale e al suo interno le Filippine rappresentano il 2° mercato e la 3ª economia, con un peso dei consumi sul PIL pari al 75%, il valore più alto dell'area**

- La Regione ASEAN comprende 10 Paesi del Sud-est asiatico (Brunei, Cambogia, Filippine, Indonesia, Laos, Malesia, Myanmar, Singapore, Thailandia e Vietnam). Considerata in aggregato, la Regione genera **3.059 miliardi di Dollari** di PIL nel 2021, un valore in crescita del **+24,8%** rispetto al 2015, che la posiziona come **3ª economia in Asia e 5ª economia nel mondo**. La sua estensione, con 674 milioni di abitanti, rende l'ASEAN il **3° mercato più vasto del mondo**. La sua attrattività è confermata dalla ricezione di 142 miliardi di Dollari di investimenti diretti esteri nel 2020, il 13,6% del totale globale.
- In questo contesto, le Filippine rappresentano il **2° mercato per estensione**, con **111 milioni** di abitanti e consumatori nel 2021 (solo dietro all'Indonesia con una popolazione di 276 milioni di abitanti), un valore in crescita del **+8,7%** negli ultimi 5 anni (rispetto al +6,4% della media ASEAN). Le Filippine sono anche la **3ª potenza economica della Regione**: con un Prodotto Interno Lordo di circa **382 miliardi di Dollari** nel 2021, in crescita del **+25%** rispetto al 2015, si posizionano solo dietro all'Indonesia (1.098 miliardi di Dollari) e alla Thailandia (510 miliardi di Dollari nel 2021).
- La struttura economica del Paese è caratterizzata da attività di *retail*, ristorazione e turismo (19,9%, rispetto alla media ASEA di 18,3%), mentre la manifattura occupa una quota del 17,7% sul PIL, un valore inferiore alla media ASEAN del 21,4%. Sono le spese delle famiglie a sostenere la produzione nazionale che, con un valore di **272 miliardi di Dollari** nel 2020, incidono per il **75,1%** sul PIL nazionale (**1° Paese in ASEAN per incidenza dei consumi sul PIL**).

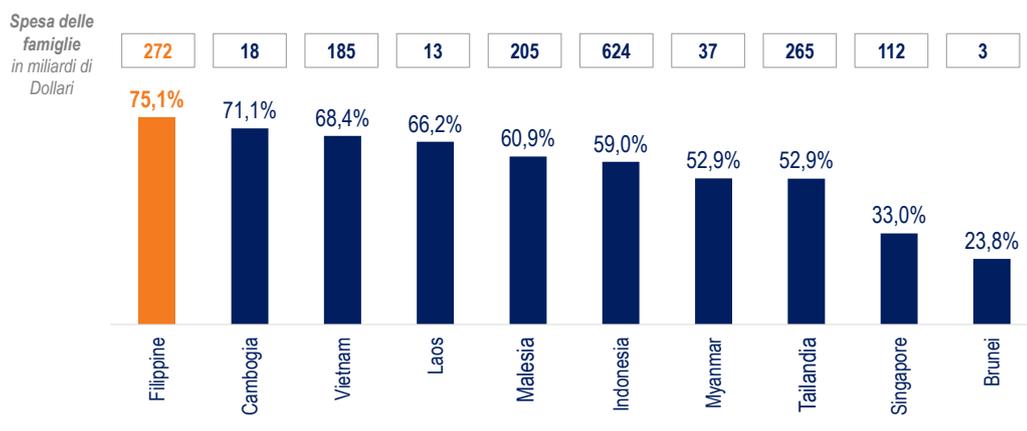


Figura I. Incidenza della spesa delle famiglie sul PIL nei Paesi ASEAN (valori % e miliardi di Dollari), 2020.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD, 2022.

**2. Sebbene la filiera agroalimentare italiana si confermi un asset strategico per la competitività del Paese, con un valore record delle esportazioni di 50,1 miliardi di Euro nel 2021, l'Italia può fare di più nel contesto internazionale: è solo il 5° Paese europeo per esportazioni agroalimentari, un valore pari al 65% dell'export tedesco e al 72% di quello francese**

- Anche nel 2021, la filiera agroalimentare estesa italiana si è confermata un asset strategico per il Paese e il riconoscimento del *Made in Italy* nel mondo. Nel 2021, l'agroalimentare italiano ha generato un Valore Aggiunto di **65,0 miliardi di Euro**, dimostrandosi **1°** in Italia per contributo al PIL nazionale tra i principali settori del *Made in Italy*.
- La filiera agroalimentare italiana dimostra una crescente propensione per l'internazionalizzazione e nel 2021 ha raggiunto il **valore record** di **50,1 miliardi di Euro** di esportazioni, registrando una crescita del **+10,8%** rispetto al 2020, **la migliore performance di crescita del decennio**. Il settore registra anche un continuo consolidamento della bilancia commerciale, che rimane positiva per il terzo anno consecutivo (**3,3 miliardi di Euro** nel 2021) e ricopre una quota di mercato rilevante nell'esportazione di alcuni prodotti tipici della dieta mediterranea (**78%** del mercato internazionale dei pomodori pelati, **47%** della pasta, **26%** della passata di pomodoro e **21%** del vino).

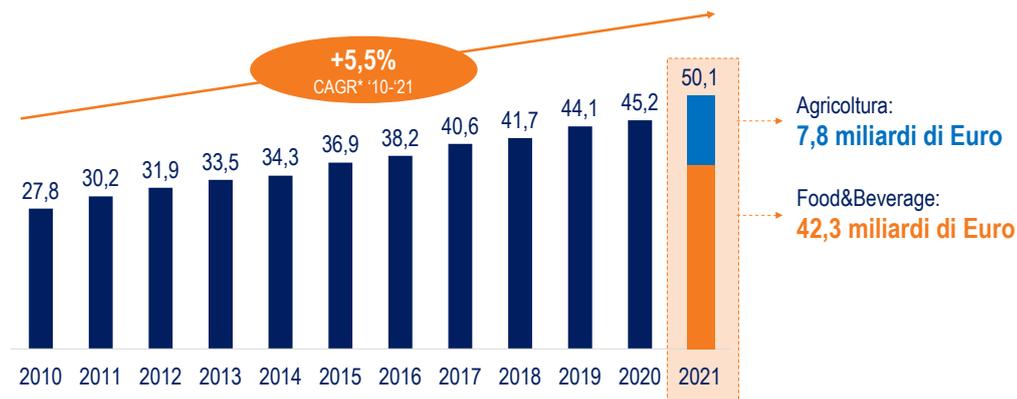


Figura II. Esportazioni totali della filiera agroalimentare italiana (miliardi di Euro e CAGR\*), 2010-2021. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2022. (\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

- Ciononostante, c'è ancora potenziale per la proiezione internazionale della filiera agroalimentare italiana. L'Italia è solo il 5° Paese europeo per esportazioni agroalimentari, un valore pari alla metà dell'*export* dei Paesi Bassi (104,2 miliardi di Euro nel 2021, 1° esportatore agroalimentare in UE-27+UK), al 65% di quello tedesco (77,1 miliardi di Euro nel 2021) e al 72% di quello francese (69,7 miliardi di Euro nel 2021).

### 3. La necessità di rafforzare la proiezione internazionale della filiera agroalimentare emerge anche analizzando il mercato filippino: l'Italia è il 20° Partner commerciale per il Paese per i prodotti agroalimentari e incide solamente per lo 0,9% del totale delle importazioni agroalimentari

- La necessità di rafforzare la proiezione internazionale della filiera agroalimentare, causata anche dalla frammentazione dimensionale del settore (92,8% le piccole imprese<sup>1</sup>, rispetto all'80,5% in Francia, al 70,3% in Spagna e al 56,0% in Germania), è confermata dalla limitata presenza di prodotti *Made in Italy* nei Paesi ASEAN e nelle Filippine nello specifico.
- Le Filippine sono importatrici nette di beni e riportano una bilancia commerciale di **-49,8 miliardi di Dollari** nel 2021. Di questa, le importazioni agroalimentari valgono **16,6 miliardi di Dollari** nel 2021, il **13,4%** delle importazioni totali e generano un saldo commerciale di settore di **-7,7 miliardi di Dollari** nell'ultimo anno.
- In un contesto di forte dipendenza dall'estero delle Filippine, l'Italia esporta solamente **890 milioni di Dollari** nel Paese considerando tutti i prodotti dell'industria manifatturiera, con una quota dello **0,7%** sul totale delle importazioni manifatturiere e posizionandosi come **19° Partner commerciale**

<sup>1</sup> Per piccola impresa si intende un'azienda con un fatturato < 10 milioni di Euro, una media impresa ha un fatturato tra 10-50 milioni di Euro e una grande impresa > 50 milioni di Euro.

per il Paese. Considerando i soli prodotti agroalimentari, per i quali le Filippine dipendono in maniera rilevante dall'estero, l'Italia si posiziona come **20° Partner di importazione** ricoprendo lo **0,9%** del totale filippino con un valore di circa **0,1 miliardi di Dollari**. Anche se il Paese si rifornisce prevalentemente da Stati Uniti (3,5 miliardi di Dollari nel 2021 e 1° Partner di importazione agroalimentare) e da Paesi limitrofi, si posizionano sopra l'Italia sia la **Spagna (12° posto)** sia la **Francia (17° posto)**.

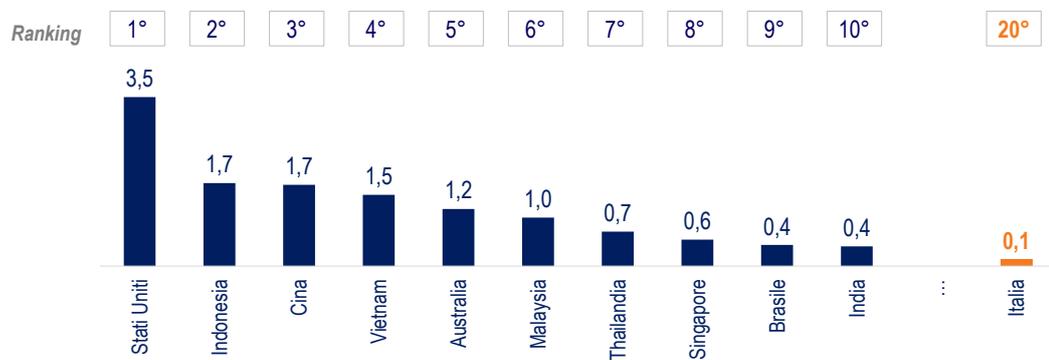


Figura III. Primi 10 Partner per importazioni agroalimentari delle Filippine e posizionamento dell'Italia (miliardi di Dollari e ranking), 2021. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Comtrade, 2022.

#### 4. Ci sono almeno 5 motivi per i quali le Filippine possono rappresentare un Partner e un mercato di riferimento per le aziende agroalimentari italiane: economia in rapida crescita, posizionamento strategico quale «porta di accesso» al mercato ASEAN, popolazione giovane, propensione al consumo, elevate importazioni di prodotti alimentari

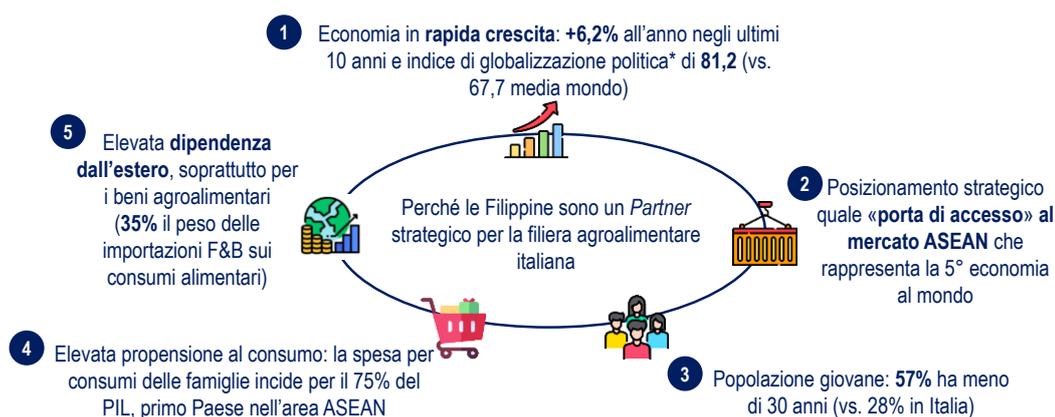


Figura IV. I 5 motivi per i quali le Filippine sono un Partner strategico per le aziende agroalimentari italiane. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD, Fondo Monetario Internazionale e Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale del Governo Italiano, 2022. (\*) Monitora il numero di ambasciate e high commission presenti sul territorio nazionale, il numero di organizzazioni internazionali di cui il Paese è membro, il numero di missioni di pace a cui ha partecipato e il numero di trattati internazionali firmati. È utilizzato come proxy della proiezione internazionale di un Governo.

- Le Filippine possono rappresentare un **importante Partner commerciale** per la filiera agroalimentare italiana per almeno 5 motivi che coinvolgono l'intero sistema economico del Paese:
  - l'economia delle Filippine **continua a crescere** ad un tasso medio annuo del **+6,2%** all'anno negli ultimi 10 anni e il governo del Paese è caratterizzato da un'apertura internazionale superiore alla media del mondo (**81,2** l'indice di globalizzazione politica<sup>2</sup> delle Filippine, rispetto alla media del mondo di 67,7);
  - grazie ad una potenza di carico merci dei porti del Paese di **7,5 milioni di TEU<sup>3</sup>** (**25°** Paese al mondo), rappresenta una "**porta di accesso**" alle Regioni ASEAN e al resto dell'Asia con cui ha un'intensa relazione commerciale;
  - la struttura sociale del Paese è prevalentemente **giovane**, il **57%** della popolazione ha meno di 30 anni. Un dato che si differenzia dal *trend* di invecchiamento caratterizzante dell'Italia, dove solo il 28% della popolazione ha meno di 30 anni nel 2021;
  - elevata propensione al consumo: i consumi delle famiglie incidono per oltre il **75%** del PIL nazionale;
  - le Filippine registrano un'**elevata dipendenza dall'estero**, con una bilancia commerciale negativa di circa -50 miliardi di Dollari.

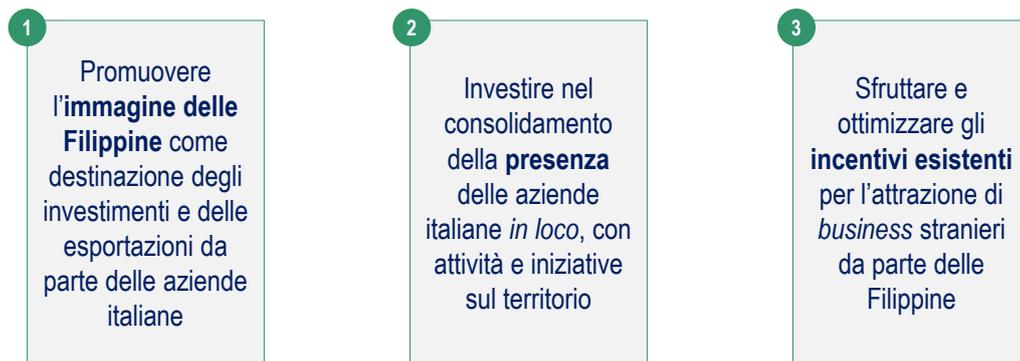
## **5. The European House - Ambrosetti ha identificato tre assi strategici sui cui focalizzare la strategia di rafforzamento delle relazioni tra Italia e Filippine: promuovere l'immagine delle Filippine come destinazione degli investimenti e delle esportazioni da parte delle aziende italiane, investire nel consolidamento della presenza delle aziende italiane *in loco* e ottimizzare gli incentivi esistenti per l'attrazione di *business* stranieri da parte delle Filippine**

- Sono state identificate **tre linee strategiche** sulle quali focalizzare la strategia di rafforzamento delle relazioni tra Italia e Filippine: promuovere l'immagine delle Filippine come **destinazione degli investimenti e delle esportazioni** da parte delle aziende italiane, investire nel **consolidamento della presenza delle aziende italiane *in loco*** e ottimizzare gli **incentivi esistenti** per l'attrazione di *business* stranieri da parte delle Filippine.

---

<sup>2</sup> Basato sul numero di ambasciate e *high commissions* presenti sul territorio nazionale, sul numero di organizzazioni internazionali di cui il Paese è membro, il numero di missioni di pace a cui ha partecipato e il numero di trattati internazionali firmati; rappresenta la propensione internazionale di un Governo.

<sup>3</sup> Unità di misura del potenziale di carico dei porti commerciali (Twenty-Foot Equivalent Unit).



**Figura V.** I tre assi strategici sui cui focalizzare la strategia di rafforzamento delle relazioni tra Italia e Filippine.  
 Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2022.

- Sebbene le Filippine offrano un rilevante potenziale di ritorno sugli investimenti, grazie ad un'economia solida e in forte crescita, gli investimenti italiani nel Paese sono ancora limitati (**63°** Paese per ricezione di investimenti diretti italiani, con un valore di 739 milioni di Euro nel 2020). Risulta quindi necessario promuovere l'immagine delle Filippine come destinazione degli investimenti italiani, facendo leva sul **potenziale di spesa** dei cittadini locali e sulla **costruzione di strutture di investimento aziendali**.
- Nel 2021, sono soltanto **18** le aziende italiane presenti sul territorio filippino, 6° Paese per presenza aziendale italiana nella Regione ASEAN. L'obiettivo ambizioso di intensificare la presenza delle aziende italiane nel Paese può essere indirizzato attraverso **attività, iniziative ed eventi sul territorio**, sfruttando anche la capillare **rete di ristoranti** italiani sul territorio che possono posizionarsi come **ambasciatori dell'italianità**.
- Il Governo e le Istituzioni di riferimento sia italiane che asiatiche mettono a disposizione **incentivi** per favorire l'internazionalizzazione delle aziende e attrarre *business* stranieri verso l'Asia. Il potenziale delle detrazioni fiscali e dei *bonus* per investimenti sul territorio asiatico è ad oggi ancora poco conosciuto e necessita di essere maggiormente comunicato.

## Indice

---

- I messaggi chiave del *Position Paper*
- **Gli obiettivi del *Position Paper***
- I numeri chiave dei Paesi ASEAN e il ruolo chiave delle Filippine per l'accesso all'area
- L'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana
- Le Filippine come *Partner* e mercato di riferimento per la filiera agroalimentare italiana
- Le linee d'azione per una *partnership* duratura tra la filiera agroalimentare italiana e filippina
- Bibliografia



## Gli obiettivi del *Position Paper*

---

- Analizzare l'**apertura all'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana**, anche a confronto con i principali Paesi europei di riferimento
- Indagare l'**opportunità delle Filippine quale partner e mercato di riferimento** per le imprese della filiera agroalimentare italiana
- **Supportare il posizionamento dell'Italia** e del suo sistema economico-imprenditoriale e tecnologico (con riferimento al settore agroalimentare) come interlocutore di riferimento e *partner* per la filiera agroalimentare delle Filippine



## Si ringrazia il Gruppo di Lavoro dell'Ambasciata Italiana a Manila per la preziosa collaborazione

---

- **Marco Clemente**  
(Ambasciatore d'Italia a Manila, Ambasciata italiana a Manila, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale)
- **Eugeniu Rotaru**  
(Primo Segretario, Ufficio degli Affari Politici ed Economici, Ambasciata italiana a Manila, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale)
- **Luigi Bianchini**  
(Vice Commissario Amministrazione Contabile, Ambasciata italiana a Manila, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale)
- **Sergio Boero**  
(Presidente, Camera di Commercio Italiana nelle Filippine)
- **Elisabetta Valentini**  
(Membro dell'ufficio commerciale, Ambasciata italiana a Manila, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale)



## Il Gruppo di Lavoro di The European House - Ambrosetti

---

- **Lorenzo Tavazzi**  
(Partner e Responsabile Area Scenari & Intelligence e Sviluppo Internazionale)
- **Benedetta Brioschi**  
(Responsabile Scenario Food&Retail&Sustainability, Project Leader)
- **Arianna Landi**  
(Consultant, Area Scenari & Intelligence e Sviluppo Internazionale)
- **Alberto Maria Gilardi**  
(Analyst, Area Scenari & Intelligence)
- **Alessandra Bracchi**  
(Analyst, Area Scenari & Intelligence)
- **Fabiola Gnocchi**  
(Responsabile comunicazione)
- **Paola Gandolfo**  
(Assistant)



## Indice

- I messaggi chiave del *Position Paper*
- Gli obiettivi del *Position Paper*
- **I numeri chiave dei Paesi ASEAN e il ruolo chiave delle Filippine per l'accesso all'area**
- L'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana
- Le Filippine come *Partner* e mercato di riferimento per la filiera agroalimentare italiana
- Le linee d'azione per una *partnership* duratura tra la filiera agroalimentare italiana e filippina
- Bibliografia

## Se fosse un'unica economia, l'area ASEAN sarebbe la 3<sup>a</sup> più grande dell'Asia e la 5<sup>a</sup> nel mondo



**US \$3.095 miliardi** il PIL

(2021) **+24,8% vs 2015**

3<sup>a</sup> economia in Asia

5<sup>a</sup> economia nel mondo



**674 milioni** di abitanti di cui la metà in aree urbane

(2021) **+6,4% vs 2015**

3<sup>o</sup> mercato nel mondo



**US \$1.470 miliardi** di *export*\*

(2021) **+25,3% vs 2015**

4<sup>o</sup> mercato nel mondo



**US \$1.349 miliardi** di *import*\*

(2021) **+22,6% vs 2015**



**US \$142 miliardi** di FDI

(2020) **+19,8% vs 2015**

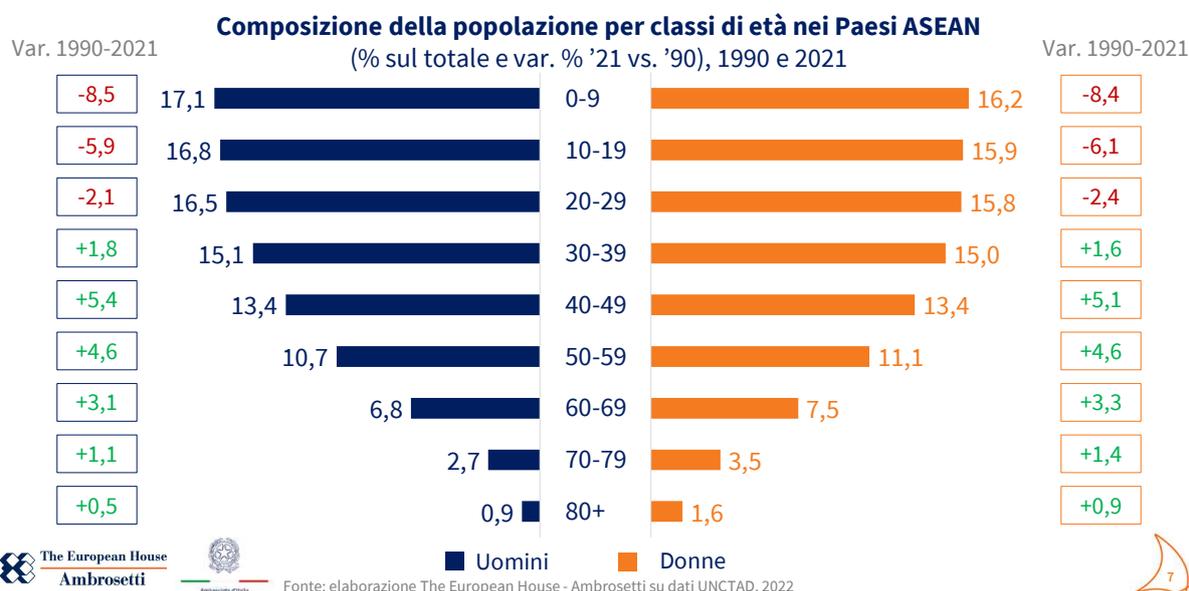
13,6% del mondo



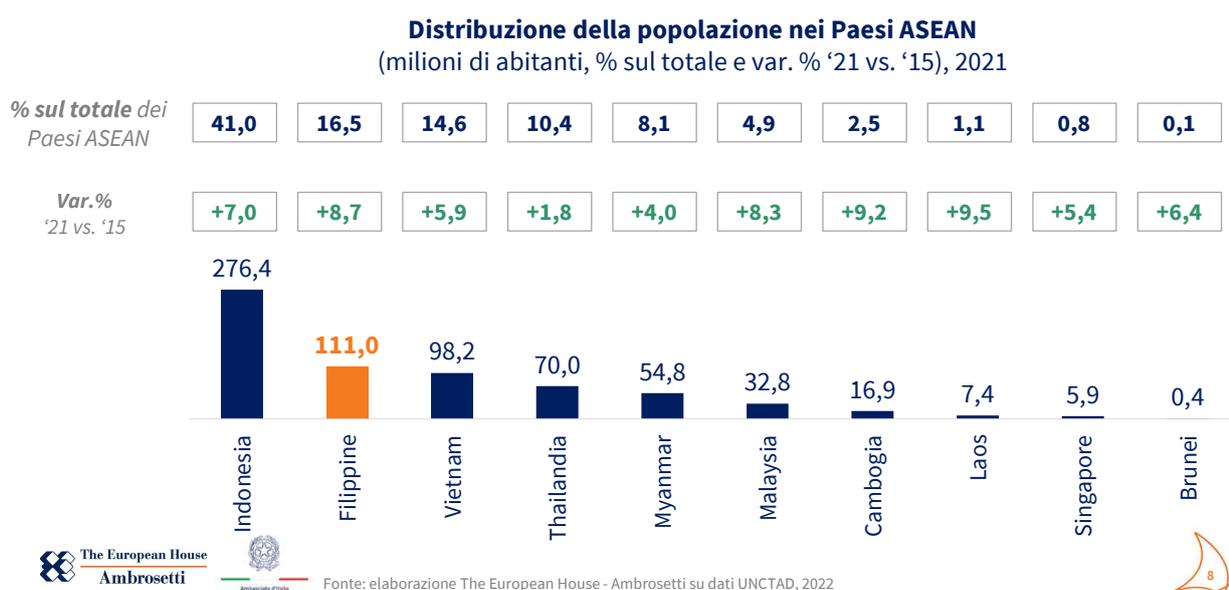
**21,4%** il Valore Aggiunto della manifattura sul totale

(2021) Rispetto a 16,7% del mondo

## La popolazione dei Paesi ASEAN è giovane, anche se un progressivo processo di invecchiamento è già visibile rispetto al 1990

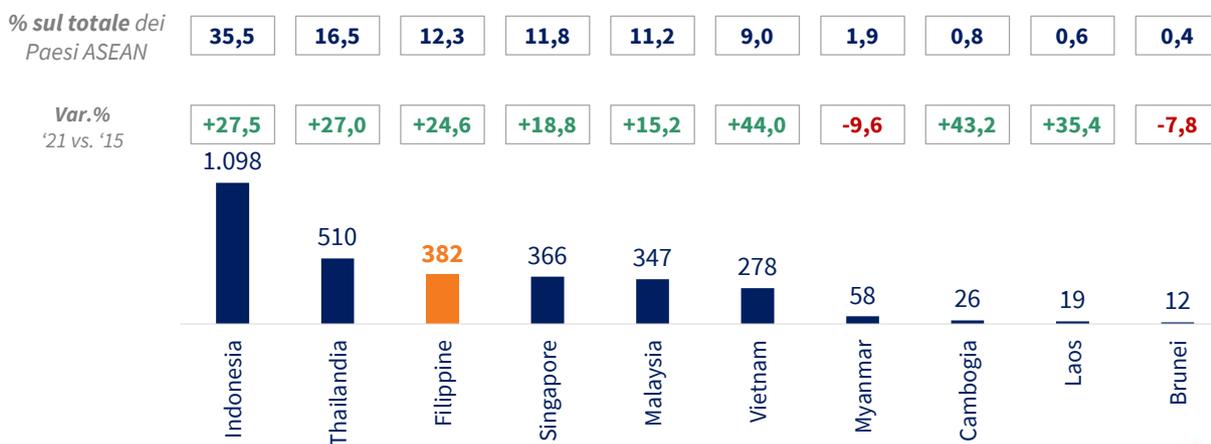


## Le Filippine rappresentano il 2° mercato per popolazione nei Paesi ASEAN, caratterizzate dalla 3ª crescita più accelerata dal 2015



## Le Filippine sono la 3<sup>a</sup> economia della Regione ASEAN, con un PIL in crescita a doppia cifra

**Distribuzione del PIL nei Paesi ASEAN**  
(miliardi di Dollari, % sul totale e var. % '21 vs. '15), 2021



The European House  
Ambrosetti

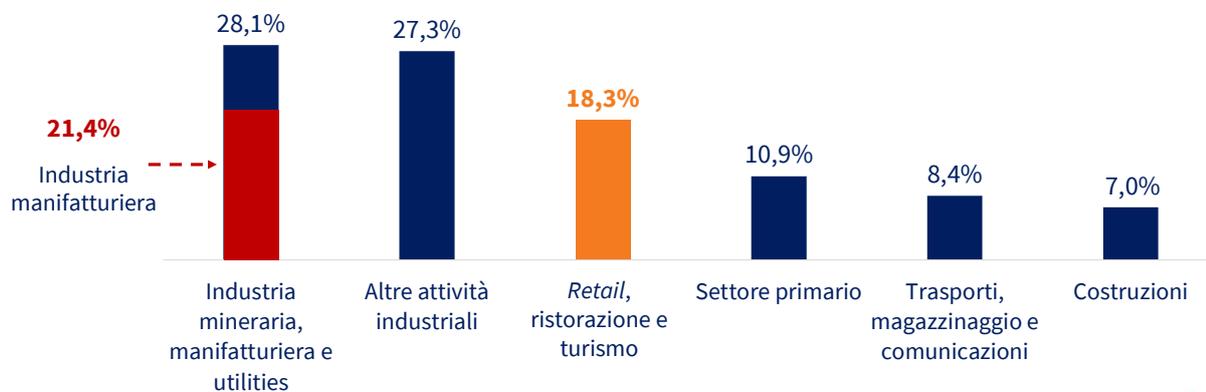


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD, 2022



## I Paesi ASEAN in media dedicano quasi 1/5 della composizione del proprio PIL ad attività di retail, ristorazione e turismo

**Composizione del PIL per la media dei Paesi ASEAN**  
(% sul totale), 2021



The European House  
Ambrosetti

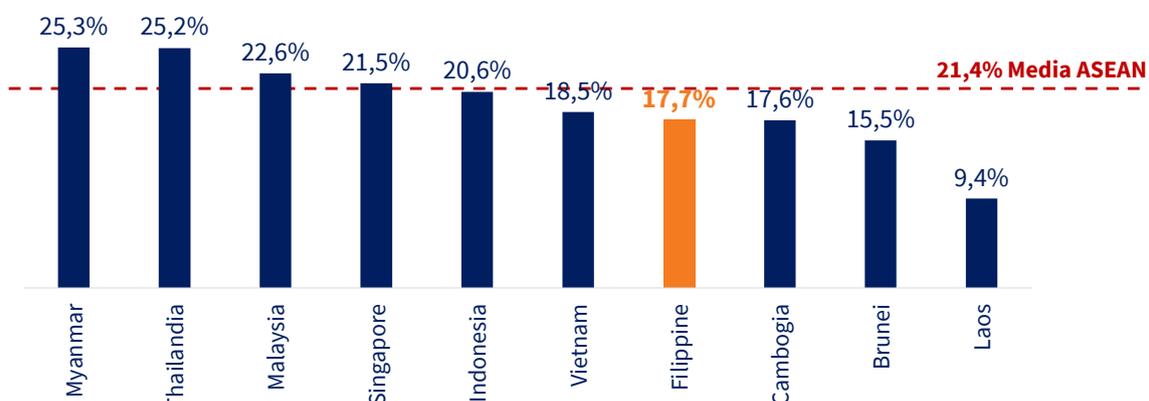


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD, 2022



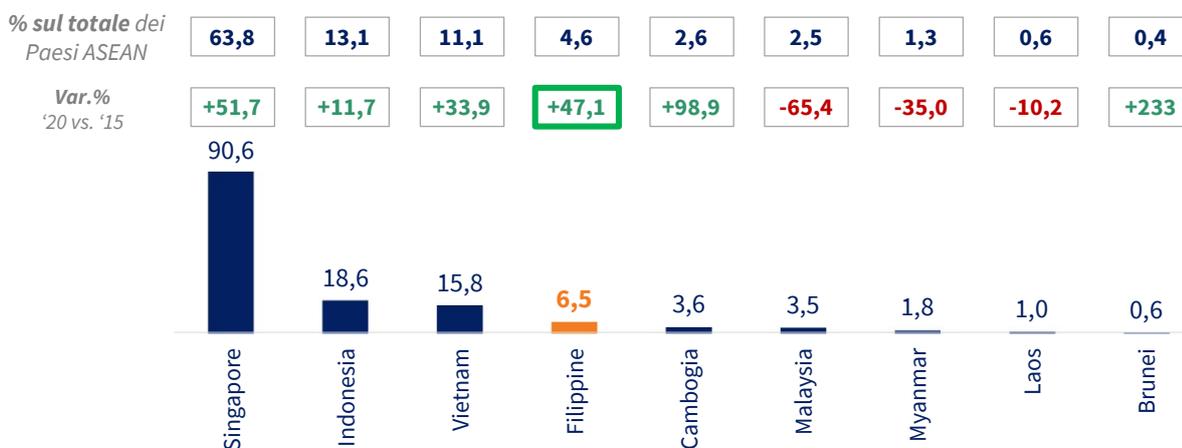
## Le Filippine sono caratterizzate da una struttura economica meno industriale (17,7%) rispetto alla media dei Paesi ASEAN (21,4%)

Rapporto tra il Valore Aggiunto generato dalla manifattura e il Valore Aggiunto totale nei Paesi ASEAN (valori %), 2021



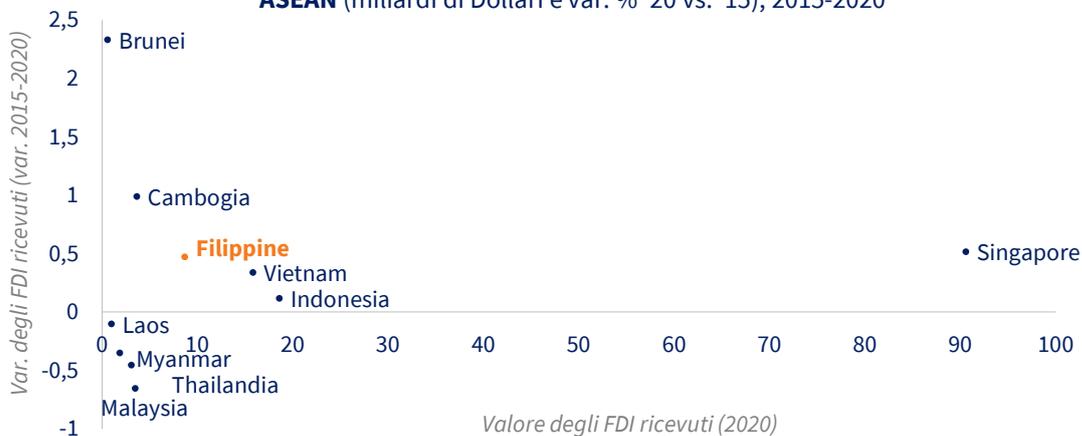
## A fronte di un'alta eterogeneità degli FDI nei diversi Paesi ASEAN, le Filippine ricevono una fiducia crescente dal resto del mondo (+47% vs. 2015)

Distribuzione degli Investimenti Diretti Esteri (FDI) nei Paesi ASEAN (miliardi di Dollari, % sul totale e var. % '20 vs. '15), 2020



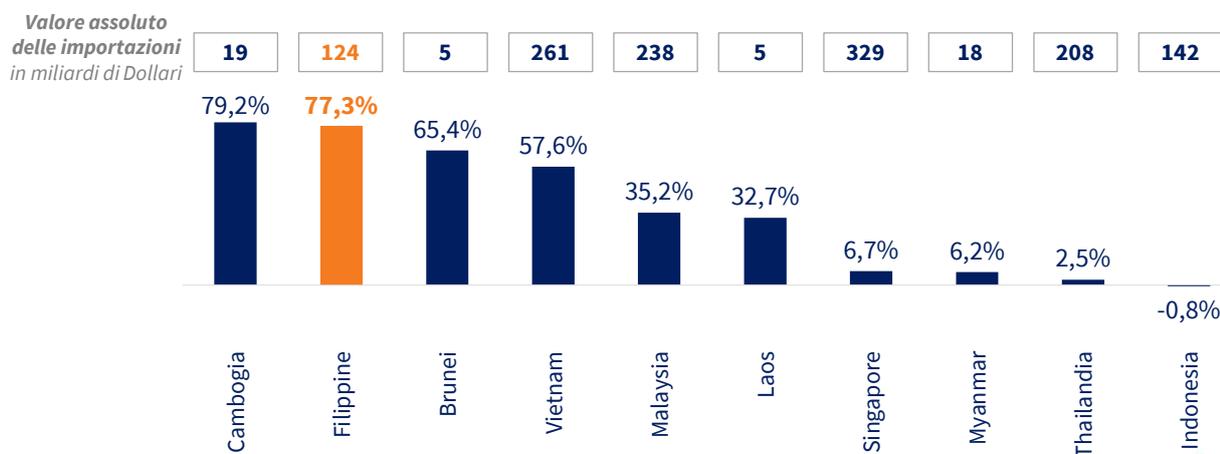
## Le Filippine sono tra i Paesi ASEAN che ricevono maggiori FDI dall'estero e tra quelli per cui l'interesse è cresciuto maggiormente negli ultimi 5 anni

**Correlazione tra crescita e valore assoluto degli Investimenti Diretti Esteri (FDI) nei Paesi ASEAN (miliardi di Dollari e var. % '20 vs. '15), 2015-2020**

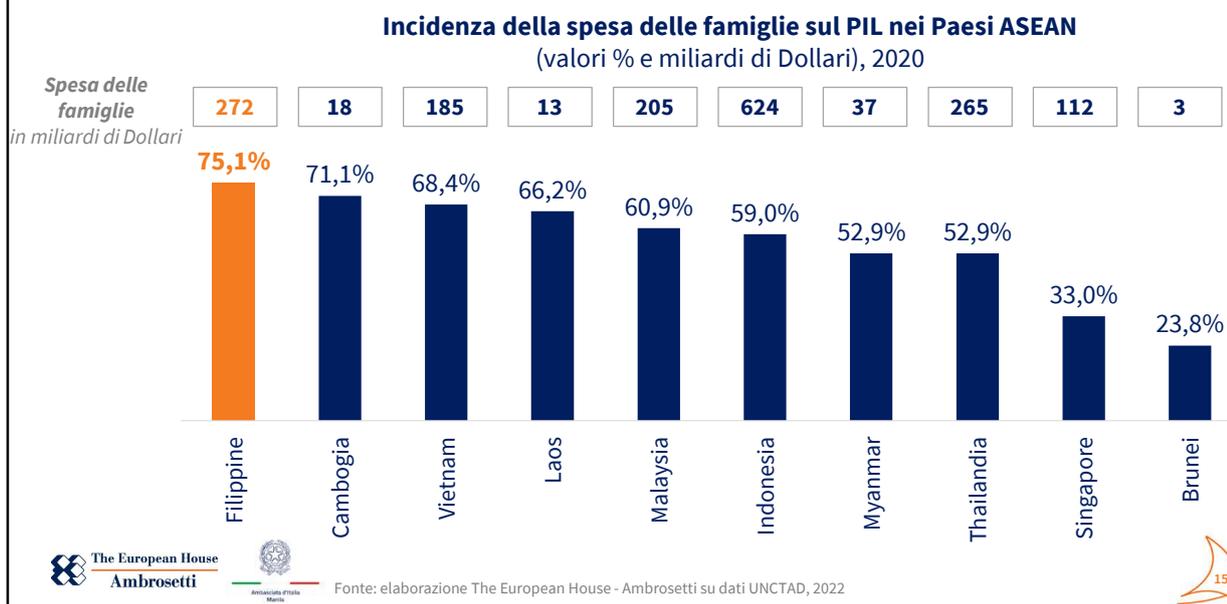


## Le Filippine sono il Paese con il 2° più alto tasso di crescita delle importazioni

**Crescita delle importazioni nei Paesi ASEAN (var. % '21 vs. '15 e miliardi di Dollari), 2015-2021**



## Le Filippine sono il 1° Paese ASEAN per incidenza della spesa delle famiglie sul PIL e il 2° per capacità di spesa



## Indice

- I messaggi chiave del *Position Paper*
- Gli obiettivi del *Position Paper*
- I numeri chiave dei Paesi ASEAN e il ruolo chiave delle Filippine per l'accesso all'area
- **L'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana**
- Le Filippine come *Partner* e mercato di riferimento per la filiera agroalimentare italiana
- Le linee d'azione per una *partnership* duratura tra la filiera agroalimentare italiana e filippina
- Bibliografia

## La filiera agroalimentare italiana si conferma un *asset* strategico per la competitività del Paese e in crescita dal 2015



**€204,5 mld** di fatturato, di cui **€143,8 mld** di F&B e **€60,7 mld** del comparto agricolo  
(2020) **+3,8% vs 2015**



**€50,1 mld** *export*, di cui **€42,3 mld** del F&B e **€7,8 mld** del comparto agricolo  
(2021) **+36,0% vs 2015**



**1,4 mln** di occupati, di cui **483.000** F&B e **925.400** del comparto agricolo  
(2021) **+3,2% vs 2015**



**1,2 mln** imprese, di cui **55.048** F&B e **1,1 milioni** aziende agricole  
(2020) **-5,2% vs 2015**



**€224 mld** consumi alimentari e bevande\*  
(2021) **-3,3% vs 2015**



**€65,0 mld** Valore Aggiunto agroalimentare, di cui **€30,2 mld** del F&B e **€34,8 mld** del comparto agricolo  
(2021) **+6,2% vs 2015**



(\* Includa la ristorazione)

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e Crea, 2022



## La filiera agroalimentare è una delle più rappresentative del *Made in Italy*: i 10 punti di forza



**65 miliardi di Euro** di Valore Aggiunto agroalimentare, **2,5 volte** l'*automotive* di Francia e Spagna e **più del doppio** della somma dell'aerospazio di Francia, Germania e UK



**1° Paese al mondo** per produzione di **vino**, pari al 19,9% del totale, e **2° Paese al mondo** per esportazioni di vino (21,2%), dopo la Francia (29,3%)



**2° Paese in Europa** per **quota del settore agroalimentare sul PIL (3,9%)**, preceduto solo dalla Spagna (4,7%) e più alta di quella che si registra in Francia (3,6%) e Germania (2,1%)



**1° esportatore nel mondo** di pomodori pelati (78,4%), con un valore di 1,3 miliardi di Euro e **2° esportatore nel mondo** di mele (12,7%) per 1 miliardo di Euro



**294 miliardi di Euro** il Valore Aggiunto della filiera agroalimentare estesa italiana, che, attivando **oltre 20 macro-settori** da monte e a valle, contribuisce alla generazione del **16,5%** del PIL nazionale



**4° Paese nell'Unione Europea** in dirittura d'arrivo per raggiungere gli obiettivi della strategia europea «**Farm to Fork**» al 2030



**50,1 miliardi di Euro** di esportazioni agroalimentari nel 2021 (**anno record** e **+10,8%** vs. 2020, più importante *performance* di crescita annua del decennio)



**1° Paese al mondo** per presenza di **ristoranti nazionali** nelle principali metropoli mondiali (Hong Kong, Tokyo, New York, Los Angeles, Pechino, Melbourne, Buenos Aires, e Manila)



**1° produttore ed esportatore** mondiale di pasta (25% della pasta consumata al mondo è *Made in Italy*)



**1° destinazione enogastronomica** al mondo. **14%** dei turisti stranieri è dovuto a motivi enogastronomici



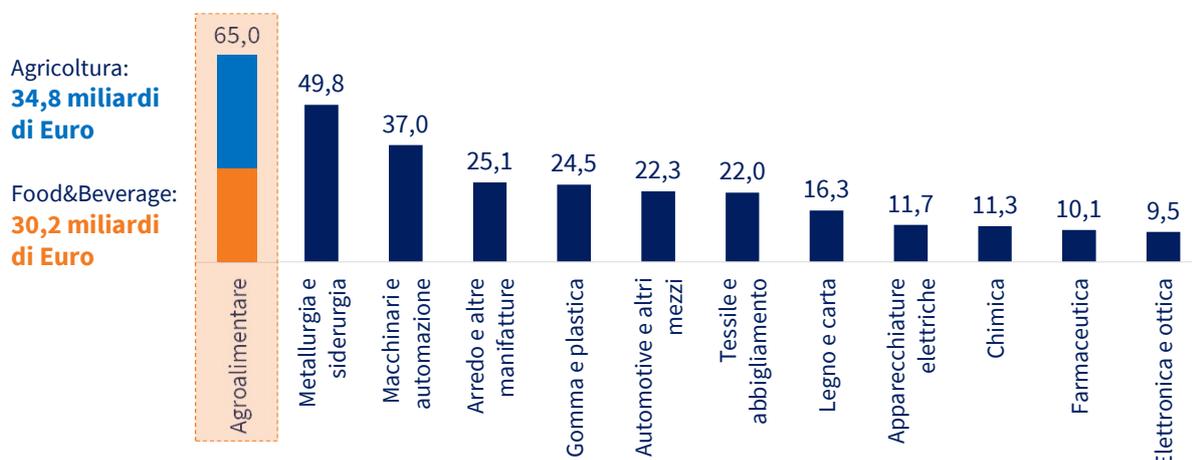
N.B. Dati riferiti al 2021 o ultimo disponibile

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su fonti varie, 2022



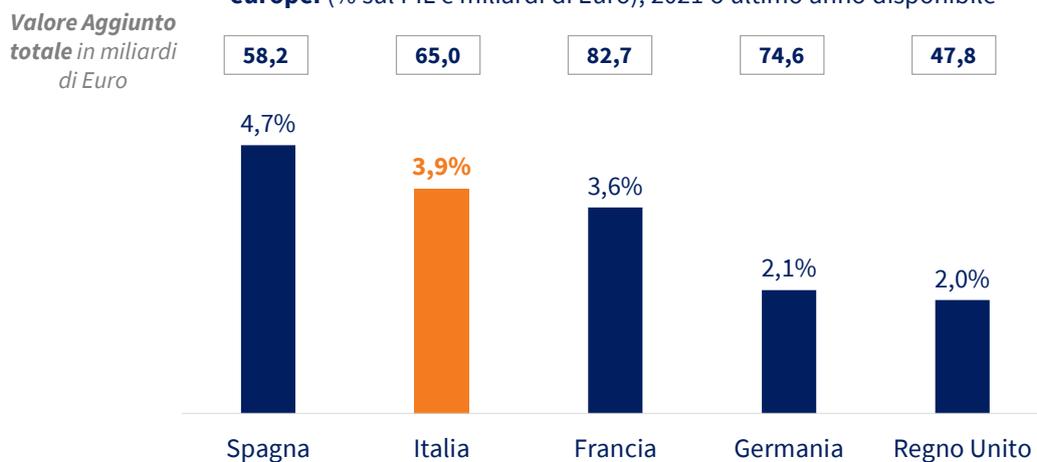
## La filiera agroalimentare è 1<sup>a</sup> in Italia per Valore Aggiunto generato tra i principali settori del *Made in Italy*

Valore Aggiunto delle principali filiere in Italia (miliardi di Euro), 2021



## L'Italia è il 2<sup>o</sup> Paese tra i principali competitor europei per incidenza del Valore Aggiunto agroalimentare sul PIL

Incidenza del Valore Aggiunto agroalimentare sul PIL in Italia e confronto con i principali peers europei (% sul PIL e miliardi di Euro), 2021 o ultimo anno disponibile



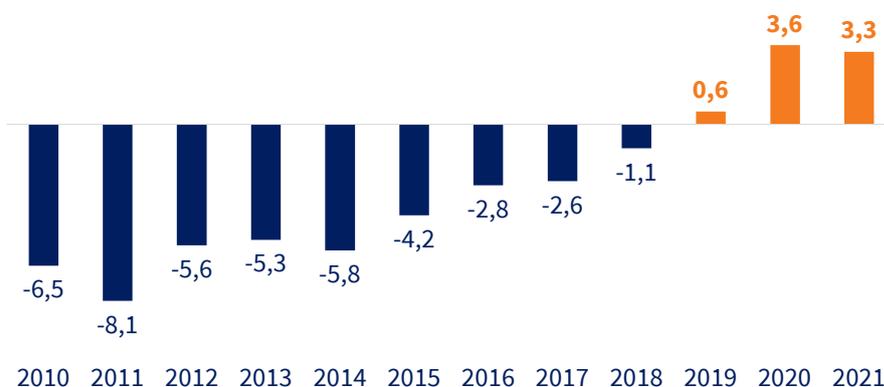
## Le esportazioni agroalimentari italiane hanno raggiunto il valore *record* di 50,1 miliardi di Euro nel 2021, con la più alta crescita annua del decennio

**Esportazioni totali della filiera agroalimentare italiana**  
(miliardi di Euro), 2010-2021



## La bilancia commerciale della filiera agroalimentare italiana riporta un *surplus* positivo per il terzo anno di seguito (3,3 miliardi di Euro)

**Bilancia commerciale della filiera agroalimentare italiana**  
(miliardi di Euro), 2010-2021



La bilancia commerciale agroalimentare è **positiva** dal 2019 al 2021 per i **primi 3 anni della storia**

## Germania, USA, Francia e Regno Unito si confermano i principali Paesi destinatari delle esportazioni agroalimentari italiane (>60% del totale)

### Principali Paesi destinatari delle esportazioni della filiera agroalimentare italiana (miliardi di Euro, % sul totale e var.% '21 vs. '20, 2021)



The European House  
Ambrosetti

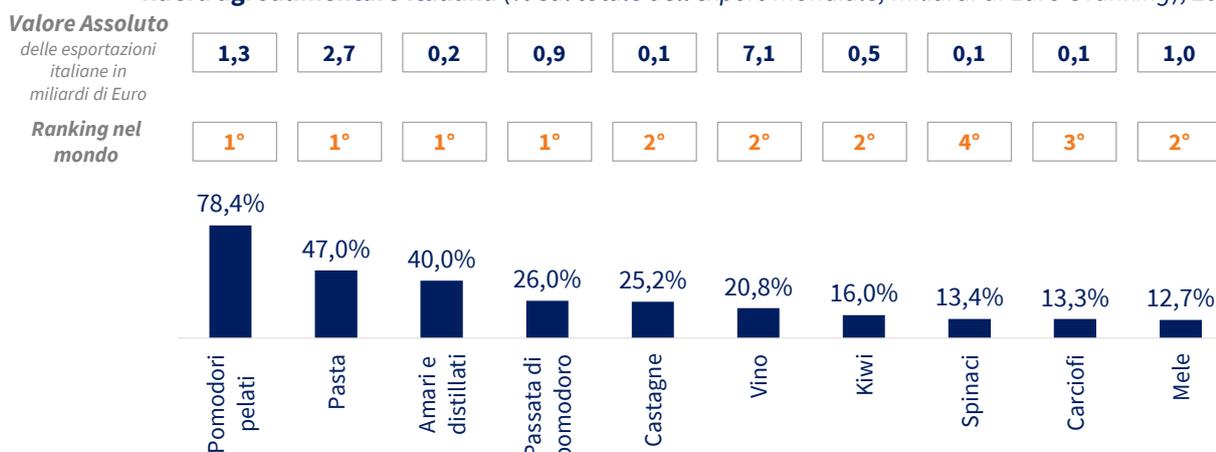


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2022



## L'Italia ha una quota di mercato rilevante nell'esportazione di alcuni prodotti tipici della dieta mediterranea

### Quota di mercato mondiale delle esportazioni delle prime 10 categorie di prodotto della filiera agroalimentare italiana (% sul totale dell'export mondiale, miliardi di Euro e ranking), 2021



The European House  
Ambrosetti



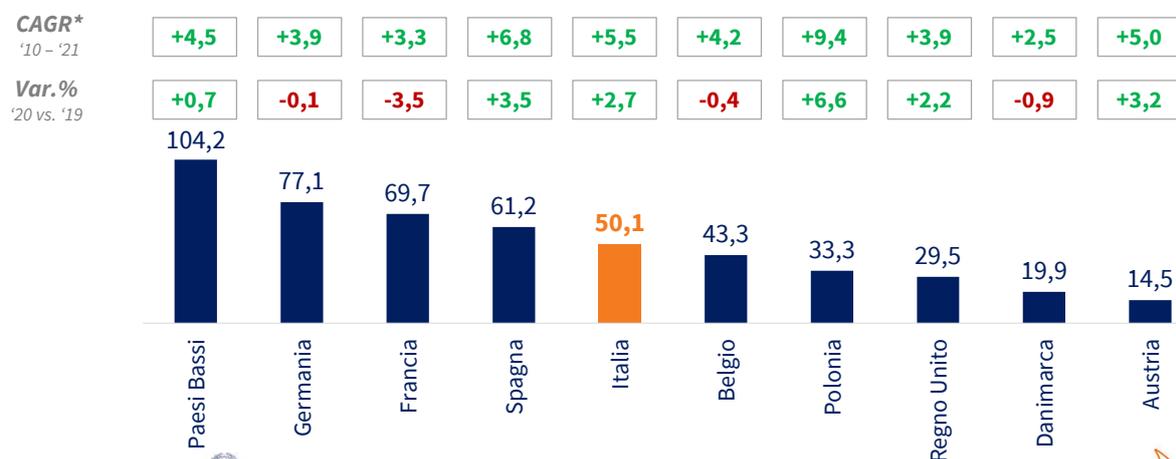
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati FAOSTAT, 2022



## L'Italia è solo il 5° Paese europeo per esportazioni agroalimentari, un valore pari al 65% dell'export tedesco e al 72% di quello francese

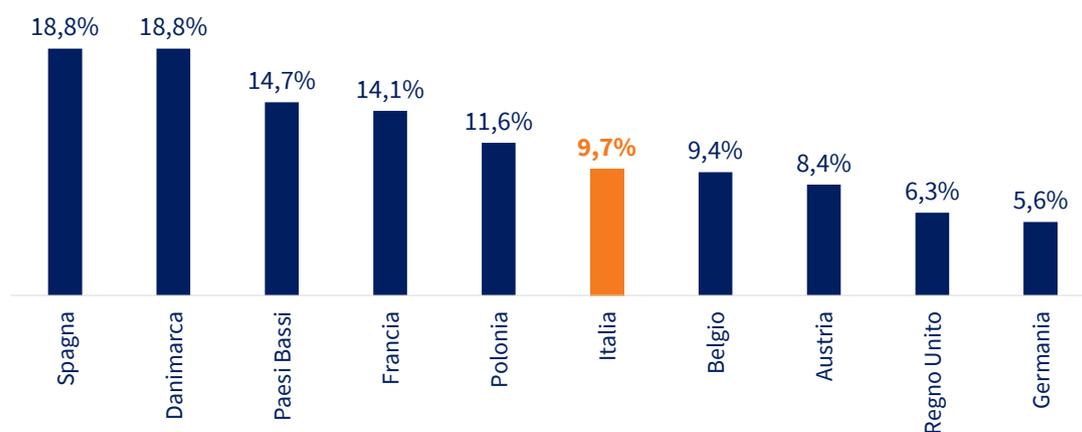
### Primi 10 Paesi UE27+UK per esportazioni agroalimentari

(miliardi di Euro, var.% '20 vs. '19 e CAGR\* '10-'21), 2021



## La performance del Paese non migliora guardando all'incidenza dell'export agrifood sul totale, metà della quota spagnola e il 70% di quella francese

### Incidenza delle esportazioni agroalimentari sul totale dell'export per i 10 Paesi UE27+UK top-exporter nella filiera agroalimentare (% sul totale), 2021



## La bilancia commerciale positiva è frutto di un consolidamento del settore F&B, mentre il deficit agricolo continua ad espandersi...

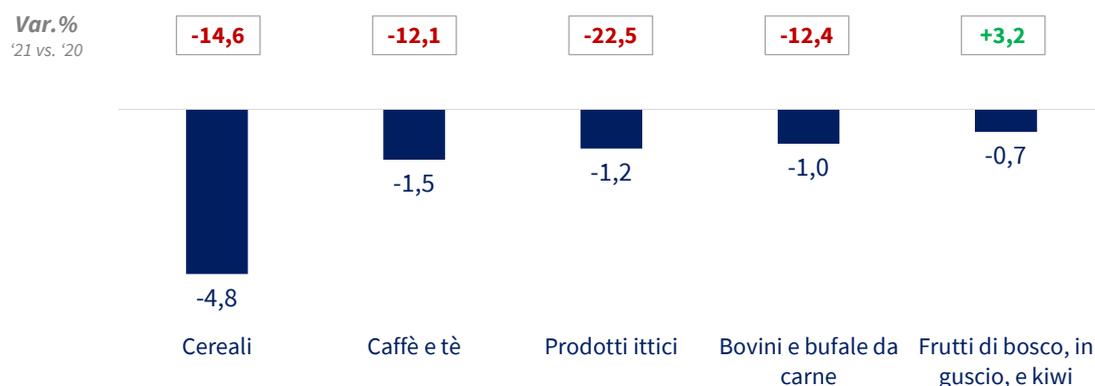
### Bilancia commerciale dell'industria Food&Beverage e del settore agricolo in Italia (miliardi di Euro), 2010-2021



Nel periodo 2010-2021 il **deficit commerciale agricolo** si è costantemente ampliato, raggiungendo il **picco proprio nel 2021**. A causa di questa dipendenza dall'estero, **il Paese ha «perso» 85,8 miliardi di Euro di PIL** nel periodo

## ...in particolare nella filiera dei cereali, dove il Paese ha un deficit di quasi 5 miliardi di Euro e in forte peggioramento (-14,6% vs. 2020)

### Bilancia commerciale del settore agricolo in Italia per categorie di prodotto: prime 5 categorie per deficit (miliardi di Euro e var. % '21 vs. '20), 2021



## Indice

- I messaggi chiave del *Position Paper*
- Gli obiettivi del *Position Paper*
- I numeri chiave dei Paesi ASEAN e il ruolo chiave delle Filippine per l'accesso all'area
- L'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana
- **Le Filippine come *Partner* e mercato di riferimento per la filiera agroalimentare italiana**
- Le linee d'azione per una *partnership* duratura tra la filiera agroalimentare italiana e filippina
- Bibliografia

## L'economia delle Filippine è cresciuta del 25% negli ultimi 5 anni e la sua rilevanza è attestata dalla crescita degli investimenti esteri (+47% vs 2015)

 **US \$382 miliardi** il PIL  
(2021) **+24,6% vs 2015**  
12% del PIL ASEAN

 **111 milioni** di abitanti di cui  
47,7% in zone urbane  
(2021) **+8,7% vs 2015**  
17% della popolazione ASEAN

 **US \$75 miliardi** di *export*\*  
(2021) **+27,2% vs 2015**

 **US \$124 miliardi** di *import*\*  
(2021) **+77,3% vs 2015**

 **US \$7 miliardi** di FDI  
(2020) **+47,1% vs 2015**  
27,3 p,p, superiore alla media dei  
Paesi ASEAN

 **17,7%** il Valore Aggiunto della  
manifattura sul totale  
(2021) Rispetto a 21,4% dei Paesi ASEAN

## L'ampiezza del mercato e la posizione strategica delle Filippine offrono una rilevante opportunità di sviluppo internazionale per le aziende F&B italiane



**299.764 Km<sup>2</sup>** la superficie totale, con **oltre 7.000** isole



**6** i maggiori porti commerciali: **4,8 milioni** di TEU\* il potenziale del Porto di Manila (il doppio del Porto di Gioia Tauro in Italia)



**+6,5%** il tasso di crescita annuo del PIL per il 2022 (vs. +5,3% per i Paesi ASEAN)



**Accordi di libero scambio** firmati con Paesi ASEAN, Cina, Giappone, Corea del Sud, India, Australia e Nuova Zelanda negli ultimi 30 anni



**57%** della popolazione filippina ha meno di 30 anni



**75%** del PIL è generato dalla spesa delle famiglie



**Basso costo** di manodopera **qualificata** (costi medi inferiori alla Cina, nonostante una consolidata formazione universitaria)

Le Filippine sono sia un Paese in **forte crescita** sia un **punto di accesso a tutta l'Asia** grazie all'infrastruttura logistica di cui dispongono e alla crescente liberalizzazione degli scambi

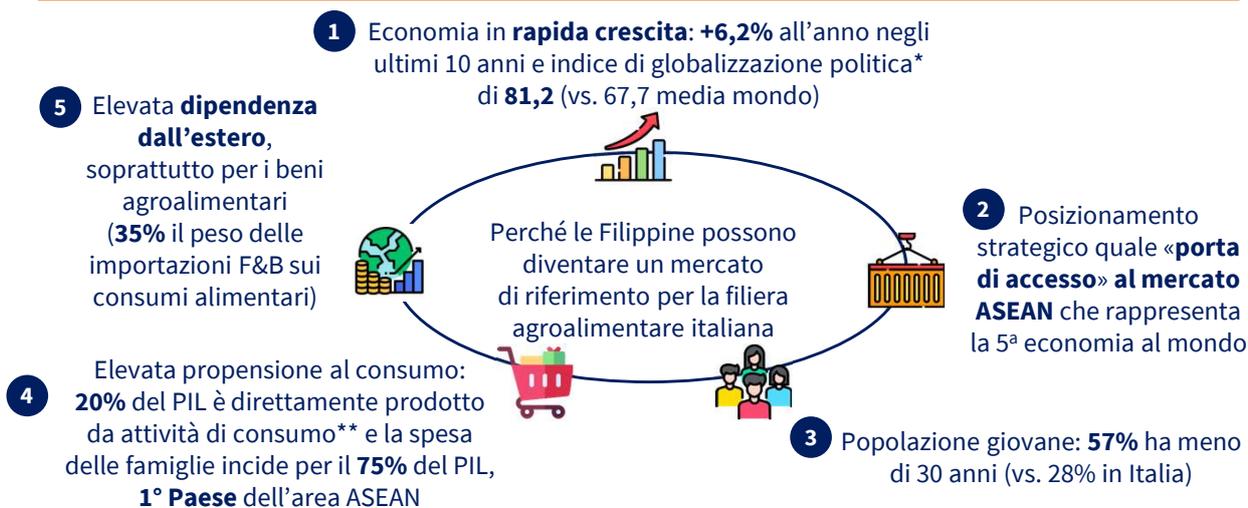


(\* Unità di misura del potenziale di carico dei porti commerciali (Twenty-Foot Equivalent Unit).

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD, IMF, e Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale del Governo Italiano, 2022



## Ci sono almeno 5 motivi per i quali le Filippine possono rappresentare un partner e un mercato di riferimento per le aziende agroalimentari italiane



(\* Basato sul numero di ambasciate e *high commission* presenti sul territorio nazionale, sul numero di organizzazioni internazionali di cui il Paese è membro, il numero di missioni di pace a cui ha partecipato e il numero di trattati internazionali firmati, rappresenta la propensione internazionale di un Governo. (\*\*) *Retail*, ristorazione e turismo.

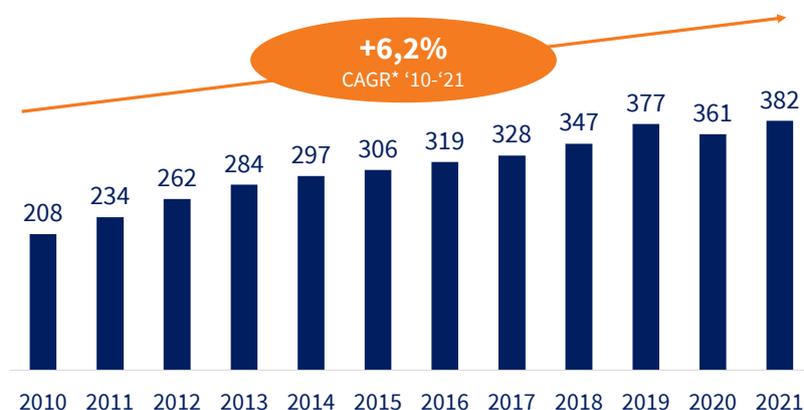
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD, IMF, e Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale del Governo Italiano, 2022



## Il PIL delle Filippine registra una forte crescita nell'ultimo decennio (+6,2% all'anno), rallentata dalla pandemia COVID-19

1

**Andamento del PIL delle Filippine**  
(miliardi di Dollari e CAGR\*), 2010-2021

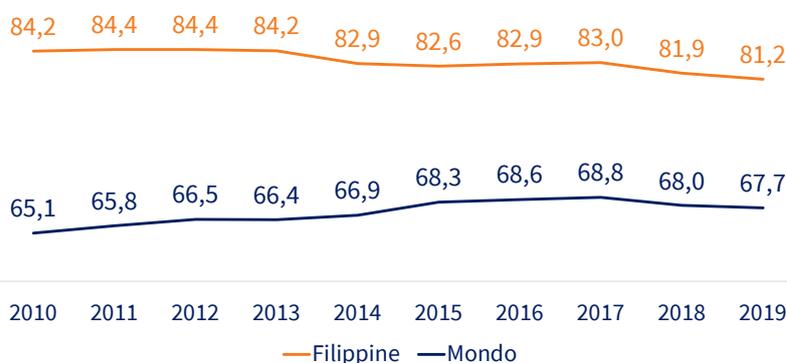


- Le Filippine (3<sup>a</sup> economia tra i Paesi ASEAN) sono caratterizzati da un'economia in forte crescita con un tasso medio annuo del **+6,2%** nell'ultimo decennio
- Nonostante il calo del **-4,1%** nel 2020 (vs. 2019) a causa della pandemia COVID-19, l'economia è tornata a crescere nel 2021 con un aumento del **+5,6%** rispetto al 2020

## Il tasso di globalizzazione politica delle Filippine è superiore del 20% circa rispetto alla media del Mondo

1

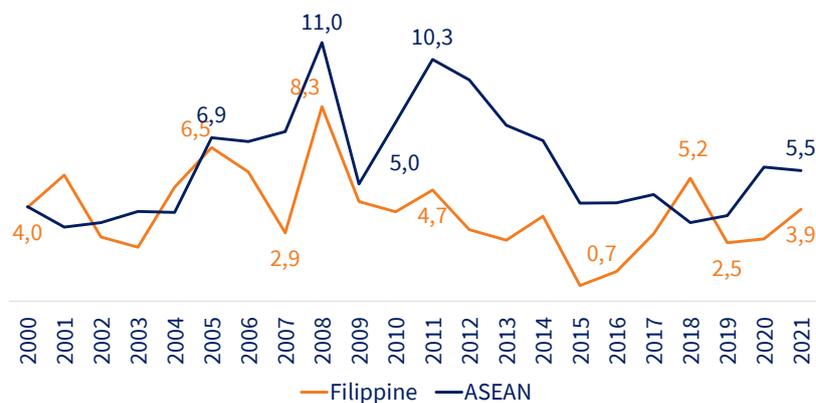
**Andamento del tasso di globalizzazione politica\* delle Filippine rispetto alla media del Mondo**  
(indice 0-100), 2010-2019



- Il tasso di globalizzazione politica delle Filippine posiziona il Paese **53°** nel mondo
- Nonostante il leggero calo medio annuo del **-0,3%** nell'ultimo decennio, le Filippine riportano un indice del **19,9%** più alto della media del Mondo

## 1 La stabilità monetaria è anche attestata da un'inflazione relativamente costante nel tempo

### Andamento del tasso di inflazione nelle Filippine e nei Paesi ASEAN negli ultimi 20 anni (valori %), 2000-2021



- La fiducia nel governo e nell'economia delle Filippine è attestata da una *performance* di inflazione relativamente **stabile** che oscilla tra l'**1%** e il **5%** nell'ultimo decennio, nonostante la forte crescita economica dello stesso periodo
- Le Filippine inoltre sono caratterizzate da un'inflazione **sotto la media dei Paesi ASEAN**

## 2 Il traffico commerciale dei porti delle Filippine cresce del +3,0% all'anno nell'ultimo decennio, in rallentamento causa COVID-19 (-14,9% nel 2020)

### Andamento del carico annuale transitante dai porti commerciali delle Filippine (milioni di TEU\* e CAGR\*\*), 2010-2020

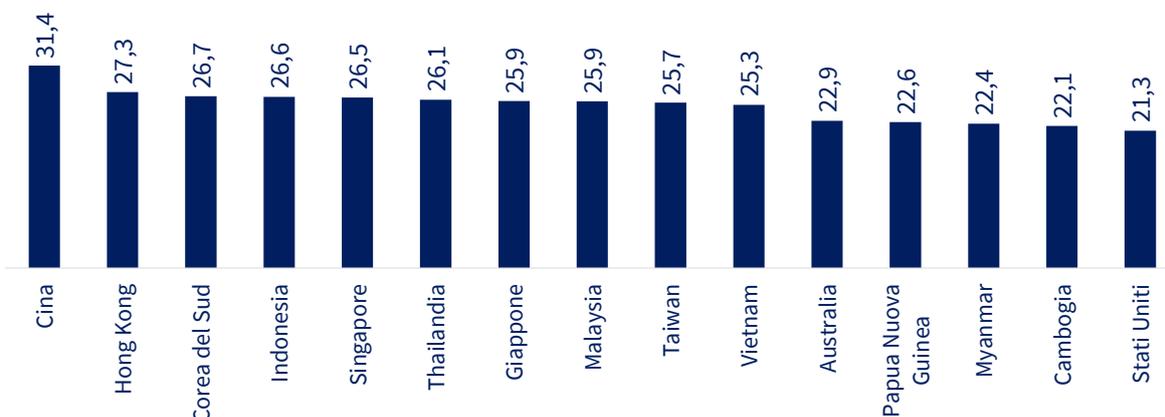


- Il potenziale di carico dei porti commerciali delle Filippine, simbolo di **integrazione nel mercato globale**, è cresciuto nel tempo ad un tasso medio annuo di **+3,0%** nell'ultimo decennio, raggiungendo **7,5 milioni di TEU\*** nel 2021, **25°** al mondo
- L'arresto degli scambi commerciali dovuti alla **pandemia COVID-19** ha indebolito l'integrazione internazionale delle Filippine, che hanno registrato un calo nel potenziale di carico di **-14,9%** dal 2019 al 2020

## Le Filippine sono una porta di accesso alle economie asiatiche, la Cina prima fra tutte

2

**Indice di intensità di connessione degli scambi bilaterali commerciali marittimi per le Filippine**  
(indice 0-100, primi 15 Paesi per intensità di scambi commerciali marittimi), 2020



## La crescita dell'intensità degli scambi commerciali è stata favorita da un intenso percorso di accordi commerciali, in particolare in Asia

2

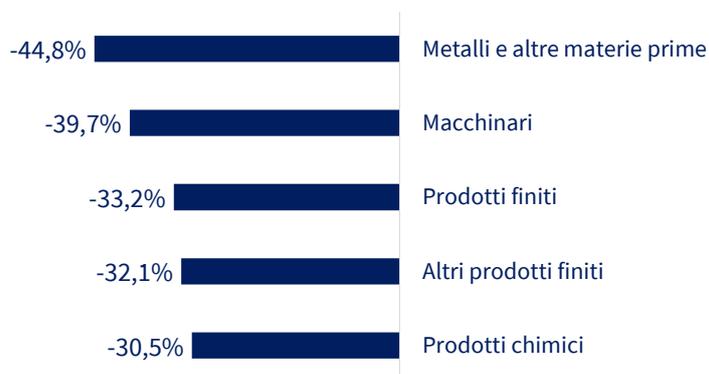
**Mapa degli accordi commerciali firmati dalle Filippine e dai Paesi ASEAN nel Mondo, 1989-2022**



## La crescente integrazione commerciale e gli accordi bilaterali siglati negli ultimi anni hanno facilitato la riduzione delle barriere tariffarie

2

### Riduzioni tariffarie negli scambi commerciali per macro-categorie di prodotti nelle Filippine (var. % '10 vs. '20), 2020 vs. 2010

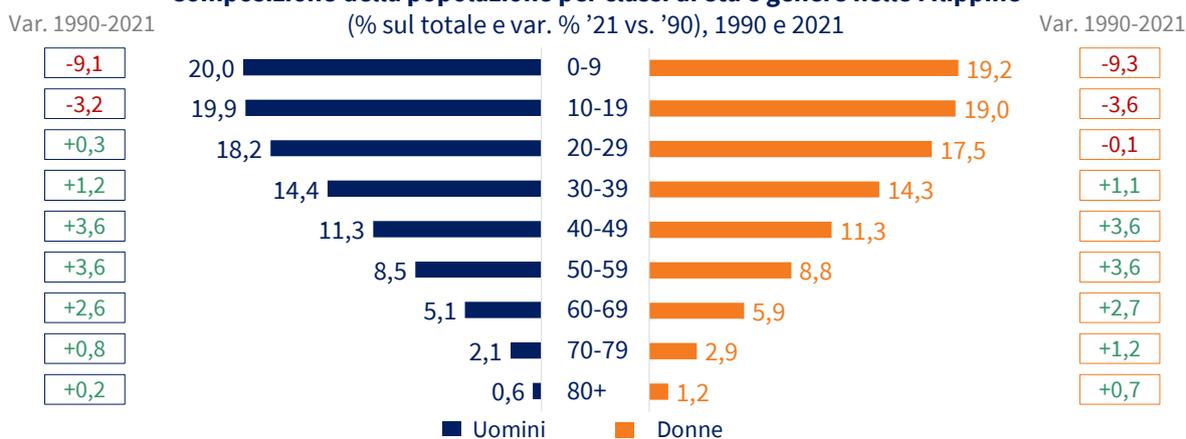


Gli accordi bilaterali di libero scambio e di tutela del commercio hanno permesso la **riduzione delle barriere tariffarie e dei dazi** con oscillazioni tra **-30,5%** delle tassazioni sui prodotti chimici e **-44,8%** sui metalli

## La popolazione delle Filippine è giovane e la fascia dai 10 ai 19 anni rimane più stabile della media ASEAN negli ultimi 30 anni...

3

### Composizione della popolazione per classi di età e genere nelle Filippine

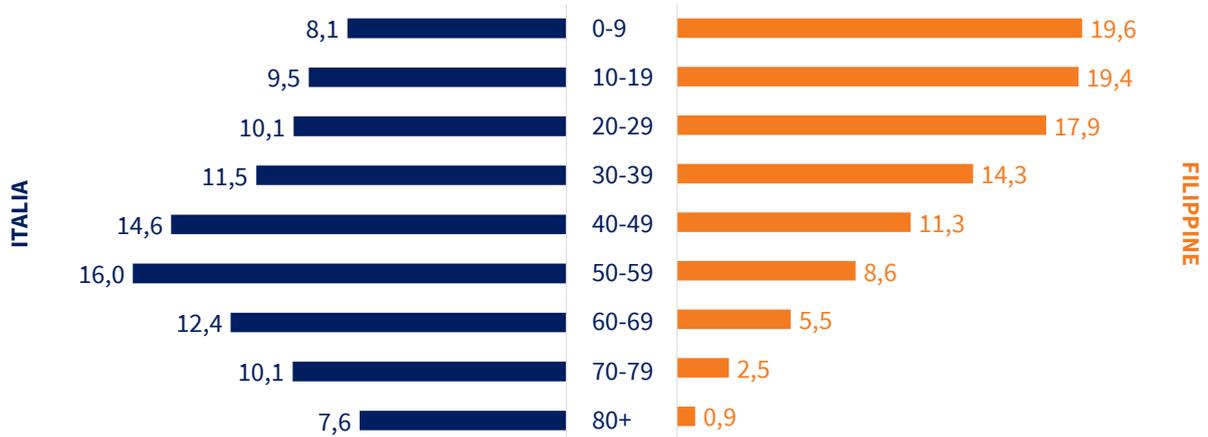


Negli ultimi 30 anni la fascia dai 10 ai 19 anni diminuisce del **-3,2%** per gli uomini e del **-3,6%** per le donne, rispetto a **-5,9%** e **-6,1%** nella media ASEAN rispettivamente

### ... con una piramide demografica invertita rispetto a quella italiana

3

**Composizione della popolazione per classi di età in Italia e nelle Filippine**  
(% sul totale), 2021



The European House  
Ambrosetti



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD, 2022



### L'economia delle Filippine si compone per il 20% di retail, ristorazione e turismo e la spesa delle famiglie genera il 75% del PIL

4

**Composizione del PIL delle Filippine per macro-aggregati** (valori %), 2021



The European House  
Ambrosetti



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNCTAD e Philippines Statistics Authority, 2022



## Rispetto ai consumi della popolazione, la spesa per alimenti e cibo è aumentata di 0,8 p.p. negli ultimi 5 anni

4

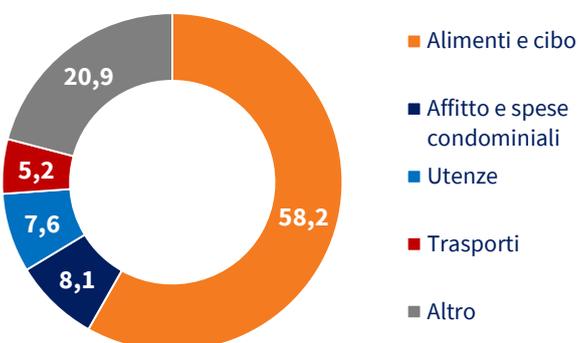
### Composizione della spesa mensile delle famiglie per la popolazione delle Filippine (valori %), 2015 e 2019



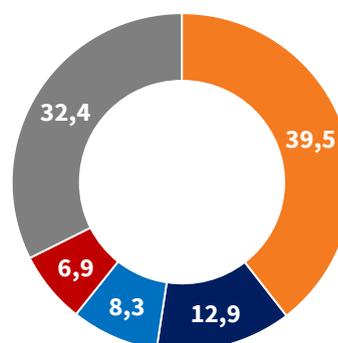
## La spesa mensile per alimenti supera il 58% del budget per le famiglie più povere, ma rimane la prima voce di spesa anche per le famiglie più ricche

4

### Spesa mensile delle famiglie filippine negli ultimi 3 decili di classe di guadagno mensile *pro-capite* (valori %), 2019



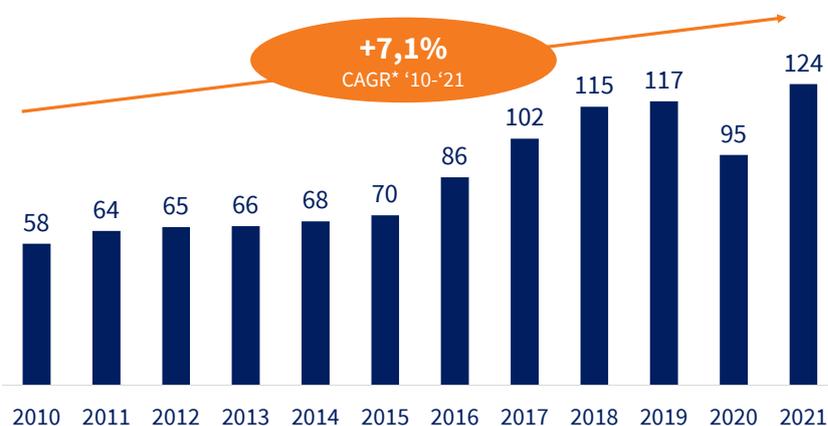
### Spesa mensile delle famiglie filippine nei primi 3 decili di classe di guadagno mensile *pro-capite* (valori %), 2019



## Le Filippine importano per 124,4 miliardi di Dollari dal resto del mondo, un valore in crescita del +31% nell'ultimo anno e +7,1% annui nel decennio

5

### Importazioni manifatturiere e agricole delle Filippine dal resto del mondo (miliardi di Dollari e CAGR\* '10-'21), 2010-2021



- Le Filippine importano la maggior parte dei prodotti consumati per un valore di **124,4 miliardi di Dollari** nel 2021, *record storico*
- Nonostante uno *stop* delle importazioni nel 2020 a causa della crisi COVID-19, il mercato dell'*import* è cresciuto del **+31%** nell'ultimo anno

The European House  
Ambrosetti



(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

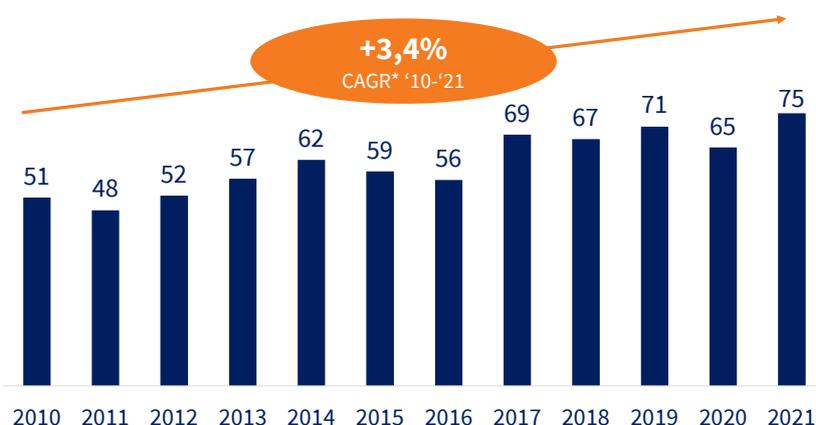
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Comtrade, 2022



## Sebbene anche le esportazioni dalle Filippine siano cresciute nell'ultimo decennio del +3,4% annuo...

5

### Esportazioni manifatturiere e agricole delle Filippine verso il resto del mondo (miliardi di Dollari e CAGR\* '10-'21), 2010-2021



- Le esportazioni delle Filippine continuano a crescere nel decennio ad un tasso di **+3,4%** annuo e **+14,4%** nell'ultimo anno
- Sebbene l'*export* sia in crescita, le Filippine registrano un *deficit* commerciale di **-49,8 miliardi di Dollari** nel 2021

The European House  
Ambrosetti



(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

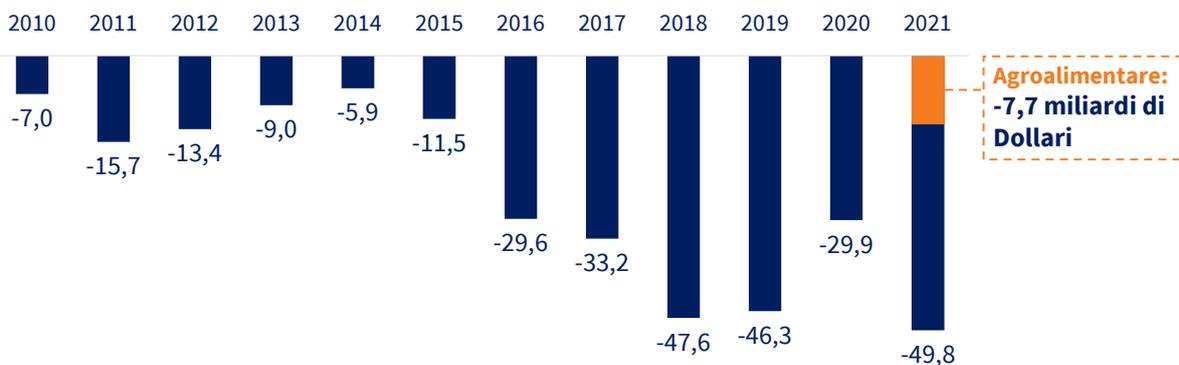
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Comtrade, 2022



## ...le Filippine rimangono un importatore netto con un deficit commerciale di circa -50 miliardi di Dollari

5

**Bilancia commerciale manifatturiera e agricola delle Filippine**  
(miliardi di Dollari), 2010-2021



## Le importazioni delle Filippine derivano per l'83% da Paesi asiatici e dagli Stati Uniti

5

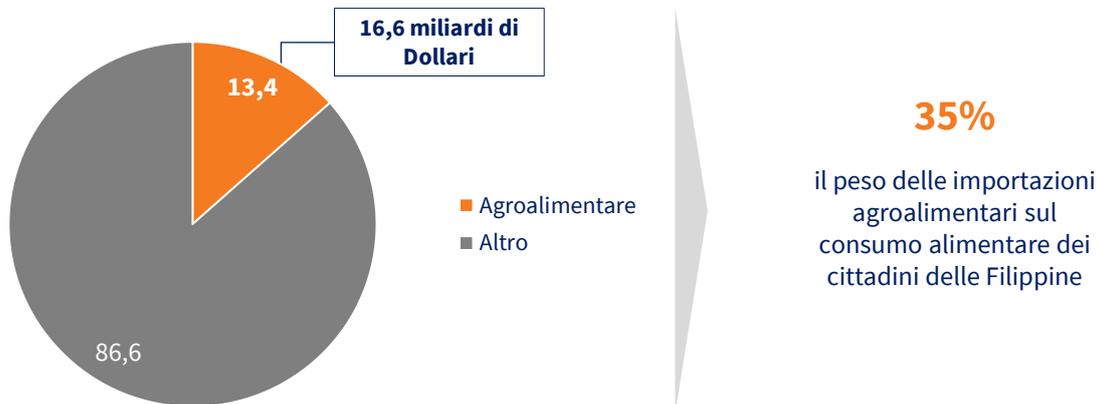
**Primi 10 Partner per importazioni manifatturiere e agricole delle Filippine e Posizionamento dell'Italia** (miliardi di Dollari e ranking), 2021



- I primi 10 Partner contano per l'**83%** delle importazioni totali delle Filippine e sono molto concentrati in Asia
- L'Italia è il **19° Partner** per le Filippine e incide per lo **0,7%** del totale (**890 milioni di Dollari**)

**5 I prodotti agroalimentari pesano per il 13,4% del totale delle importazioni delle Filippine, per un valore di 16,6 miliardi di Euro**

**Quota delle importazioni agroalimentari sul totale**  
(valori % e miliardi di Dollari), 2021



**5 Rispetto alle importazioni agroalimentari, Stati Uniti, Oceania e i Paesi limitrofi sono i principali Partner, ma l'Italia non compare tra i primi 10**

**Primi 10 Partner per importazioni agroalimentari delle Filippine e posizionamento dell'Italia**  
(miliardi di Dollari e ranking), 2021

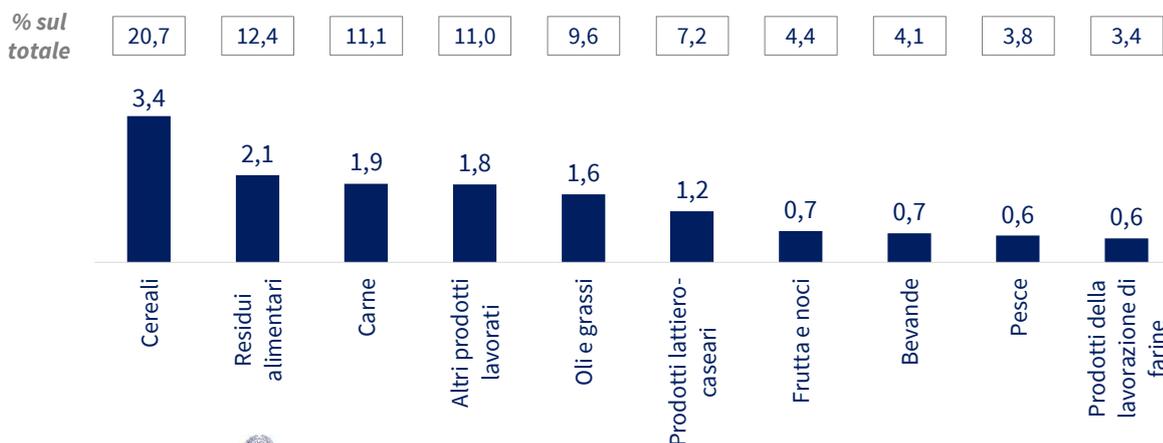


## Nelle prime 10 categorie per importazione rientrano prodotti della dieta mediterranea sui quali le aziende italiane hanno una competenza distintiva

5

### Prime 10 categorie di prodotti agroalimentari importati dalle Filippine

(miliardi di Dollari e valori %), 2021



The European House  
Ambrosetti



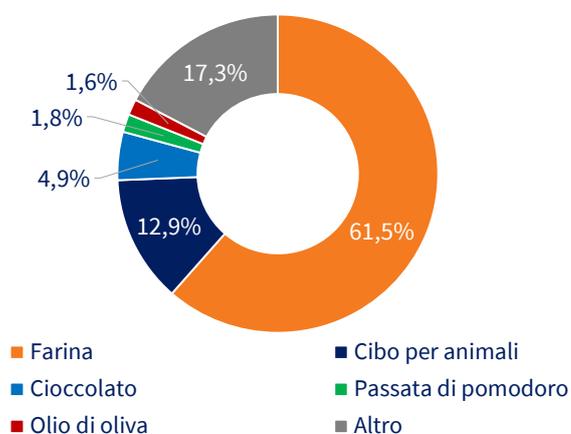
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Comtrade, 2022



## L'Italia non è ancora riuscita a posizionare le proprie produzioni di eccellenza nelle Filippine

5

### Prime 5 categorie di prodotto della filiera agroalimentare italiana esportate nelle Filippine (valori %), 2021



The European House  
Ambrosetti



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Comtrade, 2022

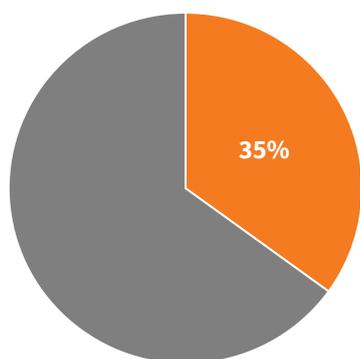


- La farina vale per oltre il **60%** delle esportazioni italiane nelle Filippine
- Nonostante i primati italiani nelle esportazioni di alcuni prodotti tipici della dieta mediterranea, il vino compare solo al **9°** posto (1,2%) e la pasta all'**11°** (1,0%) delle esportazioni agroalimentari italiane nel Paese

## All'interno dell'agroalimentare, le importazioni di prodotti lattiero-caseari incidono per il 35% dei consumi...

Focus

**Incidenza delle importazioni sui consumi delle famiglie filippine per il settore lattiero-caseario (valori %), 2021**



- Un settore che merita particolare attenzione è quello dei **prodotti lattiero-caseari**:
  - Le Filippine importano prodotti lattiero-caseari per un valore di **1,2 miliardi di Euro** nel 2021
  - La spesa delle famiglie per prodotti lattiero-caseari corrisponde a **3,4 miliardi di Euro** nel 2021
- Le importazioni rispetto al settore pesano per il **35%** sui consumi, aprendo una rilevante opportunità di esportazione per l'Italia

## ...ma l'Italia è solo al 24° posto tra i Partner commerciali per il settore lattiero-caseario, dopo Belgio (3°), Germania (5°) e Francia (7°)

5

Focus

**Primi 10 Partner per le importazioni del settore lattiero-caseario delle Filippine (milioni di Dollari e ranking), 2021**



## Indice

---

- I messaggi chiave del *Position Paper*
- Gli obiettivi del *Position Paper*
- I numeri chiave dei Paesi ASEAN e il ruolo chiave delle Filippine per l'accesso all'area
- L'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana
- Le Filippine come *Partner* e mercato di riferimento per la filiera agroalimentare italiana
- **Le linee d'azione per una *partnership* duratura tra la filiera agroalimentare italiana e filippina**
- Bibliografia

## Il rafforzamento delle relazioni tra l'Italia e le Filippine si basa su tre assi strategici

---

1

Promuovere  
l'**immagine delle  
Filippine** come  
destinazione degli  
investimenti e  
delle esportazioni  
da parte delle  
aziende italiane

2

Investire nel  
consolidamento  
della **presenza**  
delle aziende  
italiane *in loco*, con  
attività e iniziative  
sul territorio

3

Sfruttare e  
ottimizzare gli  
**incentivi esistenti**  
per l'attrazione di  
*business* stranieri  
da parte delle  
Filippine

## Il legame ancora debole tra i due Paesi è testimoniato da investimenti diretti (FDI) italiani ancora limitati

IMMAGINE

### Investimenti diretti all'estero italiani in stock per Paese (miliardi di Euro e ranking), 2020

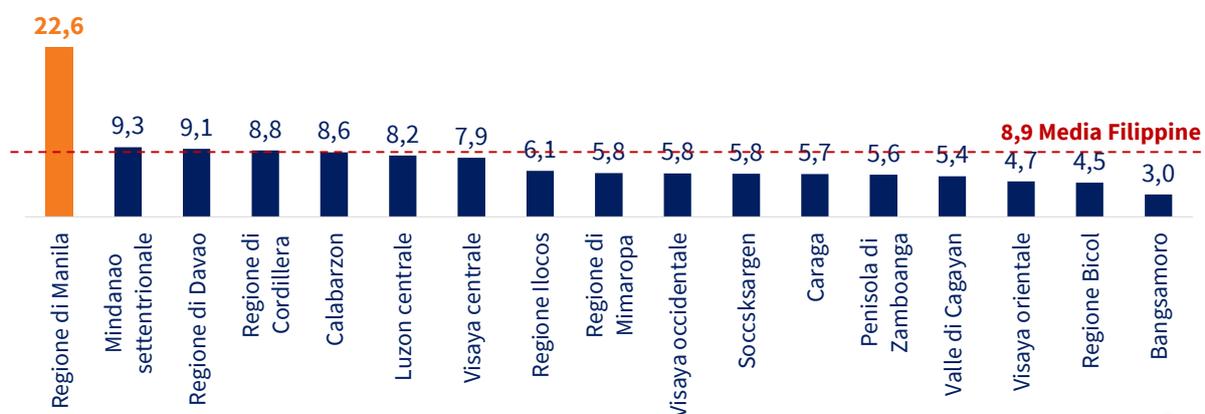
1°	STATI UNITI	38 miliardi di Euro
2°	SPAGNA	36 miliardi di Euro
3°	PAESI BASSI	35 miliardi di Euro
...		
35°	MALAYSIA	2 miliardi di Euro
60°	VIETNAM	0,9 miliardi di Euro
62°	INDONESIA	0,8 miliardi di Euro
63°	FILIPPINE	0,7 miliardi di Euro

x50

## Le Filippine sono ancora percepite come un Paese a basso reddito, nonostante poli industriali ad alto reddito e capacità di spesa

IMMAGINE

### Distribuzione del reddito medio reale per Regione nelle Filippine (migliaia di Dollari), 2021



## Lo sviluppo di consapevolezza sul potenziale delle Filippine si può tradurre in maggiori investimenti diretti nel Paese

IMMAGINE

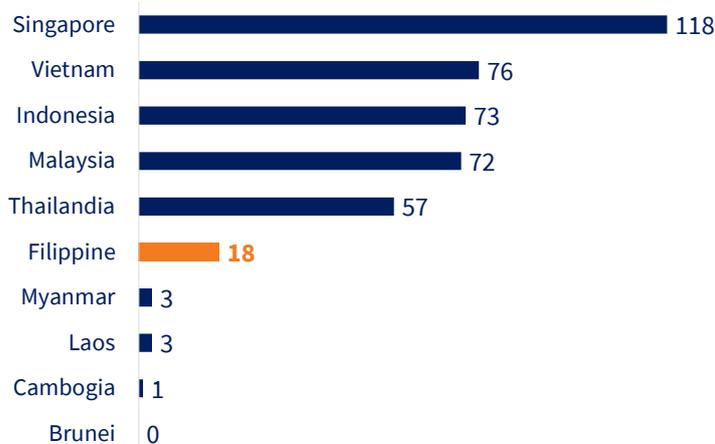
- Sebbene le Filippine offrano un rilevante potenziale di **ritorno sugli investimenti**, grazie ad un'economia solida e in forte crescita, l'Italia **non percepisce** il Paese come una destinazione di attenzione. Risulta necessario:
  - Sviluppare **consapevolezza sui punti di forza** dell'economia delle Filippine in termini di crescita, resilienza agli *shock* e credibilità della moneta
  - Comunicare come il **potenziale di spesa** e il reddito medio siano estremamente differenziati sul territorio con la Capitale che raggiunge una ricchezza comparabile a quella occidentale
  - Promuovere un **meccanismo di investimenti privati** che possa raggiungere il Paese in forma aggregata, sviluppando relazioni dirette e durature sul territorio, anche incentivati, per il settore agroalimentare, dallo sviluppo del **1° draft storico** a difesa della denominazione di origine dei prodotti alimentari nel 2022

## Il business delle aziende italiane è indebolito nell'area ASEAN a causa di una limitata presenza *in loco*...

PRESENZA

### Presenza diretta delle aziende italiane nei Paesi ASEAN

(valori assoluti), 2020

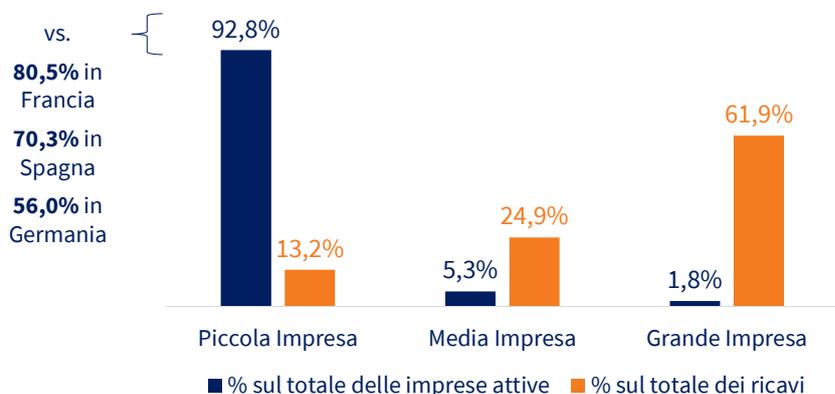


- La presenza di aziende italiane con stabilimenti *in loco* nei Paesi ASEAN è ancora **limitata**
- Delle **421** aziende sul territorio, solo il **4,3%** si trova nelle Filippine (18 aziende)

## ...causata anche dalla frammentazione del settore F&B italiano

PRESENZA

### Numero di imprese e contribuzione ai ricavi del settore per classe di fatturato\* del settore Food&Beverage (valori %), 2020



- Il sistema aziendale del settore Food&Beverage italiano risulta ancora molto frammentato, il **92,8%** del totale sono piccole aziende che producono solo il **13,2%** del fatturato
- Un dato che scende a **80,5%** in Francia, a **70,3%** in Spagna e a **56,0%** in Germania

N.B. sono stati considerati i bilanci delle **27.242 società di capitali** attive nel settore alimentare e delle bevande (codici Ateco 10 e 11) nel 2020, classificate all'interno del database Aida Bureau Van Dijk. (\*) Per piccola impresa si intende un'azienda con un fatturato < 10 milioni di Euro, una media impresa ha un fatturato tra 10-50 milioni di Euro e una grande impresa > 50 milioni di Euro.

## La rete di ristoranti sul territorio può fare da «ambasciatrice» delle eccellenze delle aziende agroalimentari italiane

PRESENZA

### Ristoranti italiani, francesi e spagnoli presenti in alcune città extra-europee (numero e % sul totale), 2022



## Possano essere realizzate attività e iniziative mirate sul territorio

PRESENZA

Alcune proposte non esaustive per promuovere una maggiore presenza italiana sul territorio:

- **Ricreare in ASEAN l'esperienza del Grand Tour d'Italia** tramite eventi che coniughino stile di vita, cultura ed enogastronomia italiana (es. Maggio francese a Hong Kong e LeFrench GourMay)
- Realizzare **iniziative** in ASEAN e nelle Filippine che coinvolgano diversi **esponenti della cultura italiana** per permettere ai consumatori di immergersi a 360° nell'esperienza dell'«essere italiano», ad esempio:
  - Realizzare concerti di musica classica e/o lirica o spettacoli teatrali nei teatri di quartiere delle città filippine, ai quali affiancare momenti di degustazione del F&B italiano
  - Realizzare dimostrazioni di alta cucina italiana nelle Filippine con *chef* italiani stellati e riconosciuti, facendo leva sulla fitta rete di ristoranti tipici
  - Sfruttare la rete degli Istituti italiani di cultura o degli Istituti Dante Alighieri per realizzare momenti di condivisione della cultura italiana (es. mostre fotografiche o artistiche) in cui far conoscere e degustare il vino italiano
- Partecipare alle **fiere internazionali** in rappresentanza del «brand Italia» e non come singoli produttori

## Case study: il French May Arts Fest per portare la Francia a Hong Kong

PRESENZA

- Nato nel 1993 **per celebrare il mondo francese**, è uno dei più importanti eventi culturali di Hong Kong
- Ogni anno, nell'arco di due mesi, vengono realizzate **~150 iniziative** che chiamano a raccolta **~350 artisti** francesi e **>1 milione di visitatori**
- Gli eventi, diffusi su tutto il territorio, **coinvolgono la cultura francese a 360°**: arte, *design*, musica, teatro, cinema, enogastronomia
- Tra le iniziative è presente il **French GourMay**, finalizzato a far conoscere specifiche aree della Francia dal punto di vista enogastronomico (tramite promozioni, degustazioni, *workshop*, ecc.), coinvolgendo il mondo della ristorazione, la Distribuzione e gli importatori
- Il *festival* è **inclusivo**, sia di tutti i *brand* francesi coinvolti sia della comunità locale a cui si rivolge



## Le aziende italiane hanno a disposizione diversi pacchetti di incentivi sia da parte delle Istituzioni italiane...

INCENTIVI

### MISE\*

- Finanziamento agevolato per progetti di **Ricerca e Sviluppo** per l'Economia Circolare in *partnership* estera

### Competenza regionale

- Contributo a fondo perduto per progetti di **sviluppo internazionale**
- Contributi per la partecipazione a **Fiere internazionali** per la costruzione di relazioni dirette oltre oceano
- Contributi per la **creazione di materiale** per lo sviluppo estero

### Simest\*\* e Sace\*\*\*

- Contributo agevolato per lettere di credito sulle esportazioni per la **minimizzazione del tasso di interesse** applicato
- Contributo a fondo perduto su **leasing all'esportazione**
- Finanziamenti a tasso agevolato per la **partecipazioni a Fiere Internazionali**, mostre e missioni di Sistema; per la **realizzazione di uffici e negozi all'estero**; per **studi di fattibilità** di internazionalizzazione



(\*) Ministero Italiano dello Sviluppo Economico. (\*\*) Società Italiana per le Imprese all'Estero. (\*\*\*) Servizi Assicurativi del Commercio Estero.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati MISE, Regioni italiane, Simest e Sace, 2022



## ...sia delle Istituzioni filippine

INCENTIVI

- Nelle Filippine, la **Legge CREATE** (Corporate Recovery and Tax Incentives for Enterprises), firmata il 26 marzo 2021, prevede una **riduzione delle aliquote d'imposta sul reddito delle società nazionali e delle società estere residenti** sul territorio dal 30% al 25%. Tra le riforme degli **incentivi fiscali** previste dalla Legge CREATE spiccano l'**esenzione doganale sull'importazione** di beni strumentali, materie prime, pezzi di ricambio o accessori e l'**esenzione IVA\*** sull'importazione e IVA zero sull'acquisto locale
- Le Filippine offrono inoltre l'**aumento dell'indennità** di capitale o deprezzamento fiscale alle aziende estere che entrano nel Paese: per ogni dollaro speso nell'economia locale, se ne ricevono \$1,5 aggiuntivi
- Le spese di Ricerca e Sviluppo nel Paese da parte di aziende estere sono agevolate da **detrazioni fiscali fino al 200%**
- Il **Green Jobs Act** delle Filippine offre una detrazione fiscale aggiuntiva per le aziende che investono in formazione e R&S in ottica di sostenibilità



(\*) Imposta sul Valore Aggiunto.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Governo delle Filippine, 2022



## Indice

---

- I messaggi chiave del *Position Paper*
- Gli obiettivi del *Position Paper*
- I numeri chiave dei Paesi ASEAN e il ruolo chiave delle Filippine per l'accesso all'area
- L'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana
- Le Filippine come *Partner* e mercato di riferimento per la filiera agroalimentare italiana
- Le linee d'azione per una *partnership* duratura tra la filiera agroalimentare italiana e filippina
- **Bibliografia**

## Per l'elaborazione del *Position Paper* sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (1/4)

---

- Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, “*Tutela del Made in Italy - Opportunità e agevolazioni*”, 2021
- ANCC-Coop, “*Rapporto Coop 2021. Economia, consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani*”, 2021
- Asia Development Bank, “*Trust Funds Report 2020*”, 2021
- Commissione Europea, “*The new common agricultural policy: 2023-27*”, 2021
- Commissione Europea, “*Farm to Fork Strategy: for a fair, healthy and environmentally-friendly food system*”, 2020
- Comtrade, “*Trade statistics*”, 2022
- Confagricoltura, “*AGRIcoltura100 – rapporto 2020*”, 2020
- Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria (CREA), “*Banche dati agricoltura e ambiente*”, 2021

## Per l'elaborazione del *Position Paper* sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (2/4)

- Consiglio per la Ricerca in agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria (CREA), “*Commercio con l'estero dei prodotti agroalimentare 2020*”, 2021
- Dezan Shira & Associates, “*Philippines Food&Beverage Sector Guide*”, 2022
- FAOSTAT, “*Production and Food Balances*”, 2022
- Governo Filipino, “*Republic Act (RA) n. 11534, Corporate Recovery and Tax Incentives for Enterprises (CREATE) Act*”, 2021
- Governo Italiano, “*Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza*”, 2021
- Governo Italiano, “*Relazione 2021 sul piano strategico della PAC*”, 2021
- GS1 Italy e Nielsen, “*Osservatorio Immagino*”, 2020
- GS1 Italy e Nielsen, “*Osservatorio Immagino*”, 2019
- Ismea, “*Competitività delle imprese*”, 2021

## Per l'elaborazione del *Position Paper* sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (3/4)

- Ismea, “*Impatto dell'inflazione sui consumi degli italiani*”, 2022
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “*Competitività delle imprese*”, 2021
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “*Conti e aggregati economici nazionali*”, 2021
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “*Conti e aggregati economici territoriali*”, 2021
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “*Risultati economici e struttura delle aziende agricole*”, 2021
- Lifegate, “*7° Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile*”, 2022
- Ministero del Turismo delle Filippine, “*Visitor arrivals to the Philippines by Country of residence*”, 2021
- Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale italiano, “*Osservatorio Economico Filippine*”, 2022
- Ministero dello Sviluppo Economico, Italian Trade Agency (ITA) e Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane (ICE), “*Le imprese italiane nei paesi ASEAN*”, 2015

## Per l'elaborazione del *Position Paper* sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (4/4)

---

- Philippines Statistics Authority (PSA), “2020 Annual Report”, 2021
- Philippines Statistics Authority (PSA), “Family Income and Expenditure Survey”, 2019
- The European House - Ambrosetti, “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”, 2021
- The European House - Ambrosetti, “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”, 2020
- The European House - Ambrosetti, “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”, 2019
- UNCTADstat, 2022
- Waste Watcher, “International Observatory on food and sustainability”, 2021
- World Bank, “DataBank Population estimates and projections”, 2022