

## Les perspectives du secteur agro-alimentaire italien

### **Paolo De Castro**

*Professeur titulaire d'Economie à l'Université de Bologne  
Ancien Ministre de l'Agriculture  
Vice-Président de la Commission Agriculture du Sénat de la République italienne  
Italie*

### **Felice Adinolfi**

*Chercheur et Professeur d'Economie Agricole  
Université de Bologne  
Italie*

---

Les changements profonds qui ont accompagné l'évolution des marchés agro-alimentaires, surtout au cours de ces dernières décennies, ont alimenté un débat vif sur la compétitivité future de notre système d'offre nationale. En particulier, les nouvelles formules qui règlent l'intervention publique en agriculture et l'organisation des marchés ont favorisé une plus forte compétitivité tant au niveau national qu'international. L'importance croissante de nouveaux acteurs au niveau mondial, les changements de mode de vie de centaines de millions d'habitants de la planète, le rôle joué par la grande distribution organisée dans la composition des filières de production, ont fait de la nourriture l'un des phénomènes les plus globalisants en absolu et, en même temps, l'un des domaines de consommations à plus forte contenu hédoniste. Ce sont des phénomènes complexes et des dynamiques rapides qui semblent dessiner un scénario complètement inédit par rapport au passé récent.

Une situation nouvelle dans laquelle les pressions induites par la concurrence poussent d'une part vers la réalisation d'économies d'échelle et de champ, de l'autre vers des processus de haute différenciation qui réagissent à une forte segmentation des marchés qui, pour certains produits en particulier, donne une bonne marge aux productions de niche. La situation paraît également inédite, en raison d'une plus grande attention de la part du consommateur au contenu des services - matériels et immatériels - qui accompagnent le produit. Les thèmes de la qualité et de la sécurité alimentaire ont désormais franchi les frontières de l'Europe et font l'objet d'une attention croissante à l'échelle internationale. Une pluralité de facteurs qui imposent une réflexion sur le futur de l'offre agro-alimentaire européenne et italienne. A la lumière de ces dynamiques il est possible d'identifier les faiblesses et les forces du système agro-alimentaire italien, caractérisé par des particularités qui peuvent jouer un rôle important, positif ou négatif, pour l'avenir du secteur.

Dans cet exercice il est important de tenir compte des différences profondes qui caractérisent la phase primaire, d'une part, et la phase de la transformation de l'autre. En effet, au-delà des conditions structurelles associées à ces deux phases, il faut prendre en compte les transformations profondes que l'intervention publique a connues et qu'elle connaît toujours dans le secteur agricole. D'un paradigme fondé sur l'appui à la productivité du secteur agricole et sur la régulation du marché agricole européen, qui mettait les opérateurs à l'abri des risques de marché, on est en train de passer, encore plus rapidement ces dernières années, à une perspective d'intervention qui rapproche les agriculteurs aux marchés et promeut l'utilisation moins intensive des terres agricoles.

Une évolution complexe qui accompagne, en parallèle, le processus de libéralisation des échanges agricoles internationaux. L'agriculteur européen, donc, opère aujourd'hui dans un milieu très compétitif, qui présente plus de risques mais aussi de meilleures opportunités liées à la croissance de la demande mondiale de spécialités, dont l'agro-alimentaire européen détient le leadership incontesté.

## **Le rôle du *Made in Italy***

Le système agro-alimentaire italien paie le prix d'une traditionnelle faiblesse structurelle due à la forte volatilité qui caractérise la phase primaire et la petite dimension des entreprises de transformation.

La structure productive du secteur primaire est focalisée, principalement, sur les petites exploitations. Sur les 1 729 000 exploitations agricoles italiennes, seules 2,2 % ont une superficie supérieure à 50 hectares, et plus de 85 % présente une taille inférieure à 10 hectares. Par rapport aux autres partenaires européens, et aux pays continentaux et à l'Espagne en particulier, notre agriculture est plus fragmentée et moins projetée vers les productions d'économies d'échelle. Ce déficit se manifeste tant au point de vue structurel qu'organisationnel. En effet, surtout dans certaines régions du Sud de l'Italie, par rapport au grand nombre d'activités agricoles, la capacité de concentration de la production est extrêmement limitée et pénalise la capacité de relation avec les marchés et l'aptitude à réaliser des économies de champ. Malgré ces faiblesses structurelles, l'Italie se classe à la cinquième place en Europe en termes de rentabilité par hectare et, avec une valeur ajoutée par personne employée située à 18.000 euros environ, elle se situe bien au-dessus de la moyenne européenne qui atteint elle 11 000 euros. Il s'agit, toutefois, de performances inférieures à celles d'autres agricultures européennes (comme celles aux Pays-Bas, au Danemark et en France).

En aval, l'industrie alimentaire est elle aussi caractérisée par de petites-moyennes entreprises : environ 78.000 unités locales pour un chiffre d'affaires de 107 milliards d'euros. A titre comparatif, il faut savoir que l'industrie alimentaire du Royaume Uni génère le même chiffre d'affaires avec un nombre d'entreprises dix fois inférieur. Si d'une part ceci limite la réalisation d'économies d'échelle, de l'autre cela renforce la liaison, en Italie, entre la phase primaire et l'industrie de transformation, garantissant ainsi une plus forte différenciation des produits agro-alimentaires *made in Italy*. Ces derniers possèdent une image marketing très performante pour les consommateurs du monde entier. L'exceptionnel patrimoine agro-alimentaire du pays et la capacité de certains systèmes locaux d'exalter ce *made in Italy* aussi sur le plan productif et organisationnel, ont permis et permettent encore aujourd'hui de réaliser des résultats forts significatifs au niveau de l'offre alimentaire nationale.

Cette richesse est témoignée aussi par le nombre exceptionnel de produits reconnus avec les appellations européennes de qualité. L'Italie détient la primauté en Europe sur ce terrain, même si ces reconnaissances ne sont pas nécessairement associées à des dynamiques significatives en termes de valeurs et de mise en marché. En effet, les difficultés organisationnelles et structurelles du secteur primaire, conditionnent souvent la capacité de production et de concentration de gros volumes de produits. Plus de 85 % du chiffre d'affaires relatif aux produits AOC (appellations d'origines contrôlées) et IGP (Indications Géographiques Protégées) italiens est l'apanage de 10 produits seulement.

Des performances bien plus importantes sont associées, au contraire, au concept plus vaste du *made in Italy*. Un grand nombre des produits alimentaires qui constituent le panier de l'offre nationale représentent des piliers, non seulement en termes d'attractivité mais aussi de valeur économique du *made in Italy*. Des études récentes (ICE 2007, ISMEA 2005 et 2007, Nomisma 2008) ont mis en évidence que cette connexion est d'ailleurs très forte, à tel point qu'en de nombreuses régions du monde les produits alimentaires représentent la première catégorie commerciale de produits qui rappellent le concept du *made in Italy*. Cette forte identification est favorisée non seulement par la haute singularité des produits agro-alimentaires nationaux, mais aussi par la forte capacité de pénétration des marchés qui caractérise nos produits et, notamment, les produits à prix unitaire bas qui, en plusieurs zones du monde, se caractérisent par une haute fréquence d'achat et intéressent des parts importantes de la population (en certains cas supérieure à 50 %).

Les valeurs des exportations pour l'agrégat *made in Italy* confirment l'importance de son rôle sur les marchés internationaux. Un rôle primaire qui pour certains produits, telle l'huile d'olive qui représente un tiers des exportations mondiales, devient extrêmement significatif. Pour d'autres produits aussi, tels les produits à base de céréales (pâtes et douceurs), les boissons, les glaces, les quotas sur les exportations mondiales sont véritablement remarquables.

Tableau 1  
**Part des produits (*made in Italy*) sur les exportations mondiales agricoles –  
 année 2006**  
 (en %)

---

Huile d'olive
Préparations à base de céréales
Glaces
Boissons et vinaigres
Préparations de fruits et légumes
Agrumes et fruits
Riz transformé
Sauces
Café, thé et épices
Lait et dérivés
Cacao et préparations à base de cacao
Fruits et légumes
Soupes et bouillons

---

Source: Elaborations sur données UN COMTRADE

Le panier agro-alimentaire *made in Italy* a enregistré une forte croissance des exportations au cours de ces dernières années. Le panier correspondant à cette définition représente environ 90 % des exportations agro-alimentaires nationales, et la croissance des exportations de l'agrégat, dans la période 2002 - 2006, a été supérieure, en valeur, à 18 % par rapport à une croissance plus limitée de l'agro-alimentaire dans son ensemble (+ 14,6 %). Les progressions majeures sont enregistrées pour les soupes et les bouillons, le cacao et le café et l'huile d'olive, avec des croissances supérieures à 50 %. Significatifs mais constants sont les accroissements d'autres produits et, en particulier, des boissons (+15,6 %), des fruits (+ 9,6 %), des produits laitiers et de la pâte.

L'Europe reste le principal marché de la production italienne, même si l'on assiste à une pénétration croissante des marchés émergents. En effet, les nouvelles opportunités commerciales offertes dans les pays asiatiques a produit une augmentation de 28 % des valeurs exportées de l'Italie vers cette région au cours de ces cinq dernières années. Dans cette période, sur le marché chinois seulement, les flux d'entrée de produits alimentaires italiens ont été multipliés par vingt ! Le marché russe aussi a enregistré, ces dernières années, des accroissements importants de l'importation d'aliments *made in Italy*. L'avantage comparatif associé à notre *made in Italy* alimentaire fait que l'Italie détient des positions de leadership dans certaines gammes de produits.

Malgré ces bons résultats, liés aussi à l'ouverture générale des échanges commerciaux, le potentiel agro-alimentaire italien est encore sous-utilisé. Nos performances demeurent moindres en termes relatifs par rapport aux concurrents traditionnels, en particulier la France et l'Espagne, qui opèrent sur les mêmes produits et avec une différenciation de haut niveau pour leurs produits. Même si le tableau actuel indique que l'offre alimentaire italienne a réussi à conquérir de nouvelles parts de marché, il faut remarquer qu'on assiste à une plus grande capacité desdits *competitors* à pénétrer les nouveaux marchés, grâce à une moins grande fragmentation des structures productive et commerciale qui caractérise les filières de production de ces pays.

## Quelles perspectives ?

L'offre agro-alimentaire garde encore un potentiel élevé qui s'est accru et renforcé au fil des années malgré les faiblesses structurelles et organisationnelles qu'on vient d'évoquer. Aujourd'hui, les nouvelles dynamiques qui caractérisent les marchés et le nouveau rôle joué par les grands opérateurs privés de la distribution, produisent, quand même, des modifications substantielles dans le scénario de référence, avec des implications qui auront un impact profond sur le système agro-alimentaire national. Le nouveau scénario présente certes des risques, mais aussi de nouvelles opportunités liées à l'affirmation de styles de vie et de consommation plus attentifs à la qualité, à la sécurité sanitaire et à l'origine des produits alimentaires.

Cela se traduit par la conquête commerciale du made in Italy agroalimentaire au sein des grands espaces de marché émergents (même dans la situation actuelle de crise internationale, les économies émergentes ont continué leur croissance bien qu'à un rythme moins soutenu) mais cette situation pose aussi un défi important sur le plan organisationnel. C'est justement sur ce terrain que se joue l'avenir des entreprises agro-alimentaires italiennes. Les attentes des consommateurs, enclins à privilégier la consommation de produits italiens, doivent se conjuguer avec la capacité de la production nationale de dialoguer avec des marchés complexes et avec des acteurs qui, dans les phases à l'aval, sont extrêmement concentrés. A ce niveau, il faut que le tissu productif national fasse un grand pas en avant afin de capter et de satisfaire les attentes des consommateurs.

Quant à la phase primaire, il devient essentiel d'élargir la taille des entreprises et, parallèlement, d'avoir des formes de participation et de concentration de l'offre permettant d'atteindre des parts significatives de produits, capables d'alimenter et de soutenir des rapports stables avec les phases en aval et la grande distribution internationale. Pour la phase de transformation aussi, l'aspect organisationnel devient crucial. Même si cela paraît moins prégnant que pour la production agricole, l'industrie de transformation doit adapter son profil structurel afin de pouvoir dialoguer plus efficacement avec la distribution moderne, ayant su adopter des formules gagnantes pour s'affranchir, au moins en partie, des marques industrielles. La concurrence se joue, donc, non seulement sur la qualité, le prix et la perception du consommateur, mais aussi sur la possibilité d'assurer des fournitures stables et des volumes adéquats, suivant les standards fixés par les distributeurs.

En conclusion, le système agro-alimentaire italien vu dans son ensemble, est caractérisé par un potentiel énorme, capable d'étendre sa présence surtout dans les marchés plus riches et pour les produits à plus haute valeur ajoutée. Ce potentiel nécessite quand-même des politiques publiques et privées qui soient orientées, tant dans la phase primaire que dans la phase de transformation, vers l'amélioration des aspects organisationnels avec l'objectif de combler le *gap* d'efficacité qui nous sépare des principaux *competitors* et qui se manifeste à plusieurs niveaux. Aux politiques publiques revient donc la tâche de soutenir les processus d'intégration et de réorganisation, tout en développant de manière appropriée la logistique.

## Références bibliographiques

- Adinolfi F., Russo C. e Sabbatini M. (2007), *L'evoluzione strutturale delle aziende agricole negli anni '90: un'analisi alla luce dei dati censuari*, In *Economia e Diritto Agroalimentare*, n. , pp 55-74
- Adinolfi F., De Castro P. (2006), *Verso un nuovo paradigma della politica agricola europea: tra nuovi bisogni collettivi, nuove dinamiche competitive e nuove sensibilità globali*, *Rivista di Politica Agricola Internazionale*, n.3
- Commissione Europea, Direzione Generale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale. *Prospects for agricultural markets and income in the European union 2007 - 2014*, Marzo 2008 <http://ec.europa.eu/agriculture>
- International Food Policy Research Institute food policy report, *The World Food Situation: New Driving Forces and Required Actions*, Dicembre 2007. <http://www.ifpri.org/pubs/fpr/pr18.pdf>
- Ismea (2005), *La competitività dell'agroalimentare italiano*, Roma
- Ismea (2007), *Il posizionamento del Made in Italy agroalimentare*, Roma
- Istituto per il Commercio estero (ICE), *L'Italia nell'Economia Internazionale*, Rapporto Annuale, Roma
- Nomisma (2008), *XI Rapporto sull'Agricoltura Italiana*, Edagricole, Milano



Le CIHEAM a été créé, à l'initiative conjointe de l'OCDE et du Conseil de l'Europe, le 21 mai 1962.

C'est une organisation intergouvernementale qui réunit aujourd'hui treize Etats membres du bassin méditerranéen (Albanie, Algérie, Egypte, Espagne, France, Grèce, Italie, Liban, Malte, Maroc, Portugal, Tunisie et Turquie).

Le CIHEAM se structure autour d'un secrétariat général situé à Paris et de quatre Instituts agronomiques méditerranéens (Bari, Chania, Montpellier et Saragosse).

Avec au cœur de son activité trois missions fondamentales (formation, recherche, coopération), le CIHEAM s'est progressivement imposé comme une référence dans ses domaines d'activité : l'agriculture, l'alimentation et le développement des territoires ruraux en Méditerranée.

### **A propos de l'Observatoire du CIHEAM**

L'Observatoire méditerranéen du CIHEAM est un instrument d'analyse et de débat sur l'agriculture, le monde rural et l'alimentation en Méditerranée.

Les propos tenus dans les notes d'alerte et les notes d'analyse qui y sont publiées engagent la responsabilité de leurs auteurs, et en aucun cas celle du CIHEAM.

**[www.ciheam.org](http://www.ciheam.org)**