

Il settore agro-alimentare: i dati del Research Department di Intesa Sanpaolo

L'evoluzione dell'economia italiana nell'anno in corso varierà in funzione della durata del **blocco dello Stretto di Hormuz**, nonché dei **danni alle infrastrutture energetiche**. Al momento, il nostro scenario centrale assume la chiusura dello stretto di Hormuz fino a metà maggio, seguita da una graduale normalizzazione dei flussi di produzione e trasporto di petrolio e gas nella seconda parte del 2026, con un progressivo rientro dei prezzi energetici. In questo scenario **nel 2026** le previsioni di **crescita del PIL** si attestano a **+0,9% per l'Eurozona e +0,4% per l'Italia**. L'atteso ridimensionamento del reddito reale delle famiglie si tradurrà in un minor vigore dei consumi, sia pur limitato da una temporanea riduzione del tasso di risparmio. Anche gli investimenti saranno condizionati dal nuovo contesto; pur se in crescita, saranno spinti dall'iper-ammortamento ma frenati da incertezza, peggioramento delle condizioni della domanda, parziale restrizione delle condizioni finanziarie.

Gli effetti del conflitto sulle filiere produttive varieranno in funzione della presenza di attività di export nei Paesi del Medio Oriente, dell'intensità energetica settoriale, delle tensioni lungo le catene di approvvigionamento e dell'evoluzione delle condizioni di domanda. L'**esposizione commerciale** verso i mercati coinvolti nel conflitto è **mediamente bassa per il settore agro-alimentare**, per il quale il peso dell'export verso queste destinazioni commerciali è pari al **1,8%**, un dato inferiore alla media italiana (3,4%). Alcune filiere sono però relativamente più esposte, in particolare la **pasta e prodotti da forno**, che esporta in questi mercati il 3,6% del totale (282 milioni di euro), i **pasti e piatti pronti**, con il 3,8% del totale (101 milioni), i **mangimi e il pet food**, con il 3,4%, sebbene su importi più contenuti (45 milioni).

Il **2025** è stato inoltre un anno di **forte discontinuità** nelle politiche commerciali internazionali ma, nonostante ciò, l'**agroalimentare italiano è cresciuto sui mercati esteri** (+5,2%), andando a **intercettare opportunità** sia in mercati tradizionali come Germania (+5,6%), Francia (+6,1%), Regno Unito (+2,8%), Spagna (+13%), ma anche in economie emergenti, come Polonia (+17,7%) e Romania (+10,2%) o destinazioni lontane, come il Canada (+4,5%). Di fatto, sono stati compensati i minori flussi verso gli Stati Uniti (-4,5%) dove comunque abbiamo **guadagnato quote di mercato in alcuni comparti**, come pasta, acque minerali, salumi, tè e caffè.

La **diversificazione** è la miglior strategia per minimizzare i rischi, anche geopolitici, che possono riguardare alcuni mercati, e questo è vero anche per le catene di approvvigionamento. In base ai risultati di una survey interna di Intesa Sanpaolo presso le filiali specializzate nell'Agribusiness, la necessità di ricercare nuovi paesi di destinazione è **ben compresa dalle imprese più grandi, ma anche le micro e le piccole si stanno muovendo in questo senso**. Gli **investimenti in autoproduzione di energia** erano già in testa alle direttrici di investimento che i colleghi indicavano a dicembre 2025, ed hanno guadagnato ulteriore consenso in un'indagine rapida svolta ad aprile 2026, anche come conseguenza della crisi energetica scaturita con lo scoppio delle ostilità. Gli investimenti in altri importanti tecnologie come **intelligenza artificiale, cybersecurity, e-commerce** restano direttive imprescindibili per il nostro sistema agro-industriale, mentre per quanto riguarda **impianti, macchinari e software gestionali**, c'è sicuramente maggior attenzione da parte delle imprese più grandi, e necessità di un maggior supporto per le micro e piccole.

Le **analisi di bilancio** mostrano come le imprese agroalimentari che hanno investito in **qualità, innovazione, internazionalizzazione**, siano riuscite ad ottenere migliori risultati in termini di marginalità nel recente passato. L'attuale contesto può sicuramente mettere sotto pressione i margini, in questa crisi forse ci sarà meno possibilità di traslare a valle i rincari dei costi, ma tra i fattori che possono favorire una maggior tenuta della marginalità per le imprese agroalimentari italiane, oltre alla minore esposizione commerciale verso i Paesi coinvolti nel conflitto, c'è anche l'aver **attivato reti di fornitura a corto raggio, e offrire prodotti a elevata qualità**, soprattutto per le imprese più piccole e specializzate su **produzioni di nicchia o fortemente legate al territorio**.