

IL POSIZIONAMENTO DEL MADE IN ITALY AGROALIMENTARE ALL'ESTERO

Dicembre 2005

Pubblicazione
Gratuita

PRESENTAZIONE

Il posizionamento del made in Italy agroalimentare all'estero

Il rapporto, realizzato da Ismea, si propone di rappresentare uno strumento conoscitivo per le imprese italiane proiettate verso l'internalizzazione. Nello studio vengono illustrati i risultati di un'indagine svolta in collaborazione con Cogea-Databank relativamente al posizionamento all'estero di sei produzioni caratteristiche del made in Italy agro alimentare: vino, olio di oliva, pasta, formaggi, salumi e ortofrutta. L'indagine in questione è stata condotta con riferimento ai mercati di Germania, Regno Unito, Stati Uniti, Giappone e Russia, che hanno un peso fondamentale sull'export agroalimentare italiano, e si è articolata in due fasi: la prima consistente in un'analisi desk dei mercati di riferimento, la seconda che ha previsto la realizzazione di un'indagine presso 10 soggetti del sistema distributivo e commerciale di ciascun paese.

A completare i contenuti del rapporto, nell'appendice vengono riportate le schede informative relative ai singoli strumenti nazionali di finanziamento per l'internazionalizzazione, che possono

Essere utilizzati dalle Piccole e medie Imprese dell'agroalimentare, con l'elenco degli sportelli regionali dove approfondire la tematica in questione.

INDICE

Introduzione

1. L'INDAGINE: SINTESI DEI RISULTATI

- 1.1. Le importazioni dei prodotti agroalimentari italiani in Germania, Giappone, Regno Unito, Russia e Stati Uniti
- 1.2. Il posizionamento del Made in Italy: tendenze e fenomeni significativi
 - 1.2.1. Vino
 - 1.2.2. Olio d'oliva
 - 1.2.3. Pasta
 - 1.2.4. Formaggi
 - 1.2.5. Salumi
 - 1.2.6. Ortofrutta
- 1.3. I risultati dell'indagine
 - 1.3.1. La posizione di leadership dei prodotti italiani
 - 1.3.2. I punti di forza e di debolezza dei prodotti italiani
 - 1.3.3. Il posizionamento dei prodotti italiani e la crescita rispetto ai concorrenti
 - 1.3.4. I prodotti biologici
 - 1.3.5. I prodotti DOP/IGP

2. IL MERCATO TEDESCO

- 2.1. I prodotti del Made in Italy in Germania
 - 2.1.1. Vino
 - 2.1.2. Olio d'oliva
 - 2.1.3. Pasta
 - 2.1.4. Formaggi
 - 2.1.5. Salumi

- 2.1.6. Ortofrutta
- 2.2. Il sistema distributivo tedesco
 - 2.2.1. Il campione dell'indagine
- 2.3. I risultati dell'indagine in Germania
 - 2.3.1. Il Made in Italy
 - 2.3.2. I prodotti biologici
 - 2.3.3. I prodotti DOP/IGP

3 IL MERCATO GIAPPONESE

- 3.1. I prodotti del Made in Italy in Giappone
 - 3.1.1. Vino
 - 3.1.2. Olio d'oliva
 - 3.1.3. Pasta
 - 3.1.4. Formaggi

 - 3.1.5. Salumi

 - 3.1.6. Ortofrutta
- 3.2. Il sistema distributivo nipponico
 - 3.2.1. Il campione dell'indagine
- 3.3. I risultati dell'indagine in Giappone
 - 3.3.1. Il Made in Italy
 - 3.3.2. I prodotti biologici
 - 3.3.3. I prodotti DOP/IGP

4 IL MERCATO BRITANNICO

- 4.1. I prodotti del Made in Italy nel Regno Unito
 - 4.1.1. Vino
 - 4.1.2. Olio d'oliva
 - 4.1.3. Pasta
 - 4.1.4. Formaggi

 - 4.1.5. Salumi

 - 4.1.6. Ortofrutta
- 4.2. Il sistema distributivo britannico
 - 4.2.1. Il campione dell'indagine
- 4.3. I risultati dell'indagine nel Regno Unito
 - 4.3.1. Il Made in Italy
 - 4.3.2. I prodotti biologici
 - 4.3.3. I prodotti DOP/IGP

5 IL MERCATO RUSSO

- 5.1. I prodotti del Made in Italy in Russia
 - 5.1.1. Vino
 - 5.1.2. Olio d'oliva
 - 5.1.3. Pasta
 - 5.1.4. Formaggi

 - 5.1.5. Salumi

 - 5.1.6. Ortofrutta
- 5.2. Il sistema distributivo russo
 - 5.2.1. Il campione dell'indagine
- 5.3. I risultati dell'indagine in Russia
 - 5.3.1. Il Made in Italy
 - 5.3.2. I prodotti biologici
 - 5.3.3. I prodotti DOP/IGP

6 IL MERCATO STATUNITENSE

- 6.1. I prodotti del Made in Italy negli Stati Uniti
 - 6.1.1. Vino
 - 6.1.2. Olio d'oliva
 - 6.1.3. Pasta

6.1.4. Formaggi

6.1.5. Salumi

6.1.6. Ortofrutta

6.2. Il sistema distributivo statunitense

6.2.1. Il campione dell'indagine

6.3. I risultati dell'indagine in Russia

6.3.1. Il Made in Italy

6.3.2. I prodotti biologici

6.3.3. I prodotti DOP/IGP

APPENDICE

- Gli strumenti nazionali per l'internazionalizzazione delle imprese italiane
- Sportelli regionali per l'internazionalizzazione