



L'agro-industria piemontese: i risultati di un'indagine ad hoc

*Romina Galleri – Rosa Maria Vitulano
Research Department Intesa Sanpaolo*

9 Luglio 2025

1 La rilevanza dell'agro-alimentare in Piemonte

2 I risultati dell'indagine sull'agro-industria piemontese

I numeri dell'agroalimentare in Piemonte

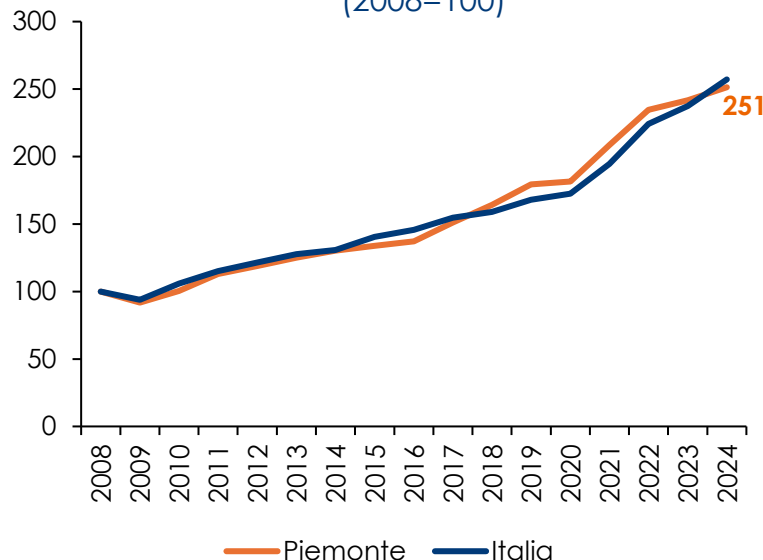
- In Piemonte il settore agro-alimentare realizza un valore aggiunto superiore a 5 miliardi di euro e occupa **circa 90 mila addetti** (4,2% del valore aggiunto e il 4,8% degli addetti rispetto al totale regionale). Il Piemonte è la quarta regione italiana per valore aggiunto dell'agro-alimentare (con un peso sul totale nazionale dell'8%) e la settima regione per addetti (con un peso sul totale nazionale del 6,3%).
- Il peso del Piemonte su base nazionale aumenta notevolmente considerando la sola industria di trasformazione alimentare e delle bevande: **11,2% sul valore aggiunto** (circa 3,8 miliardi) e **8,6% degli occupati** (41 mila occupati).
- L'industria alimentare piemontese risulta specializzata in: **dolciumi/cioccolateria, riso, caffè, vino e cibo per animali**. Il Piemonte ha una percentuale di addetti quasi 4 volte superiore alla media italiana nella **produzione di cacao, cioccolato e caramelle** (concentrata in particolare nelle province di **Torino, Cuneo e Alessandria**) e 2 volte superiore alla media nazionale nella produzione di **riso e farine** (in particolare a **Vercelli, Alessandria e Cuneo**). La produzione di **caffè** è concentrata a **Torino** ed è riconosciuta la specializzazione nei **vini** di **Cuneo, Asti e Alessandria**. Per **mangimi e pet food** si mette in evidenza **Cuneo**.
- In Piemonte si contano **88 produzioni DOP/IGP**, di cui 24 Cibi, 60 Vini e 4 Spirits. **È la regione italiana con il maggior numero di produzioni DOP/IGP nei Vini** (seguono Toscana e Veneto). In Piemonte **il valore della produzione certificata nel 2023 è stato di 1,6 miliardi di euro** (393 milioni per i Cibi e 1,3 miliardi per i Vini): quarta regione per impatto economico dietro Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia e davanti alla Toscana. **La prima provincia per impatto economico dei prodotti DOP/IGP è Cuneo** (974 mln €), **seguita da Asti** (285 mln €) e **Alessandria** (229 mln €). La filiera che apporta il contributo maggiore in termini economici è il vino (76%), seguita dai formaggi (21%)

Export agro-alimentare piemontese in forte crescita

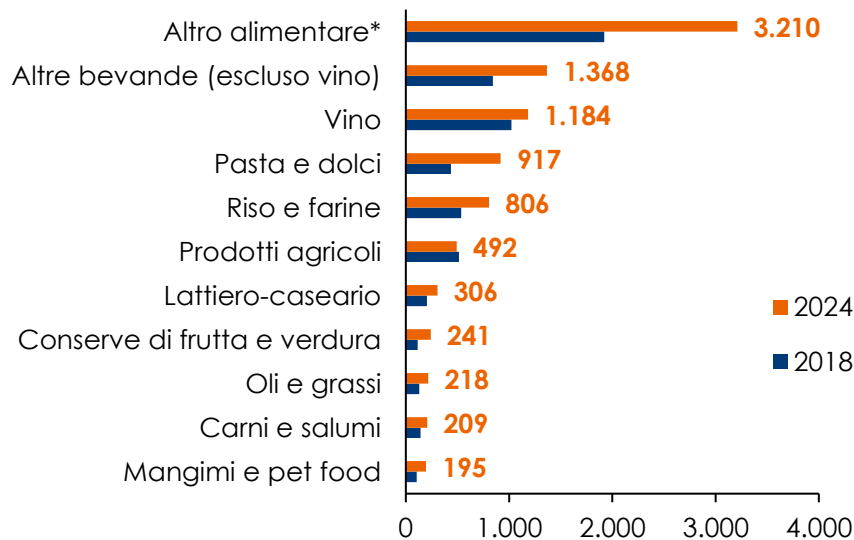
- Le **esportazioni agro-alimentari** del Piemonte sono passate da **3,6 miliardi di euro nel 2008 a quasi 9,2 miliardi nel 2024**.
- Dal 2018 il settore **«altro alimentare»** (che in regione comprende aziende del comparto cioccolateria e caffè*) è cresciuto del 67% , il **vino** del 16%, le **altre bevande** +62%

Esportazioni agro-alimentari italiane e piemontesi a confronto

(2008=100)



Piemonte: esportazioni per filiera agro-alimentare
(milioni di euro)

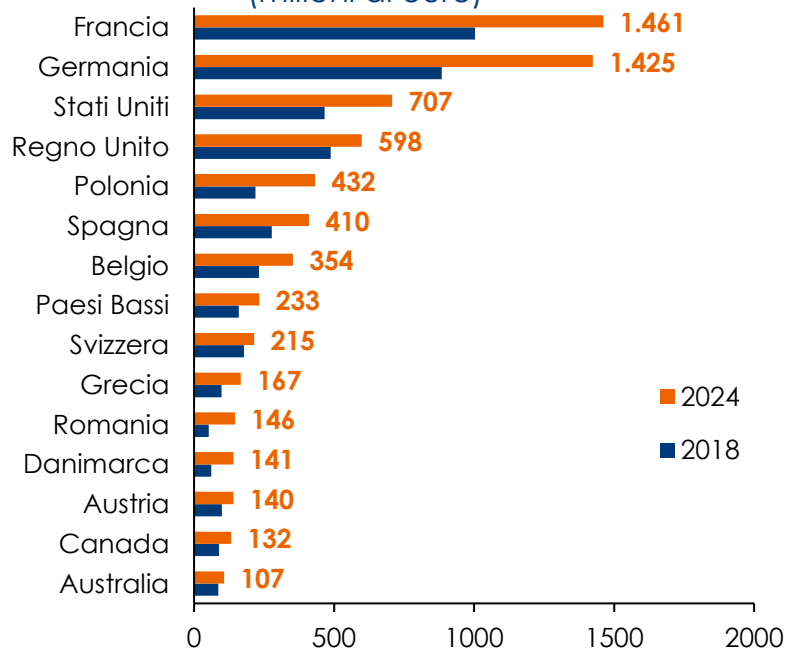


*Nota: in Piemonte nel settore «Altro alimentare» sono occupati 10.675 addetti, di cui 6.063 nel comparto «cacao, cioccolato, caramelle e confetterie», e 2.328 nel comparto «lavorazione del tè e del caffè». Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat.

Francia e Germania le principali destinazioni commerciali, seguite dagli Stati Uniti⁴

Piemonte: esportazioni agro-alimentari nei principali Paesi di destinazione

(milioni di euro)



■ Le **esportazioni agro-alimentari piemontesi** sono destinate principalmente a Paesi europei, in primis **Francia** (quasi 1,5 miliardi nel 2024, +46% dal 2018) e **Germania** (1,4 miliardi, +61% dal 2018). Al terzo posto gli **Stati Uniti**, con 707 milioni nel 2024(+52% dal 2018), seguono poi altre destinazioni europee: **Regno Unito** (598 milioni, +23%), **Polonia** (432 milioni, +97%), **Spagna** (410 milioni, +48%), e **Belgio** (354 milioni, +52%).

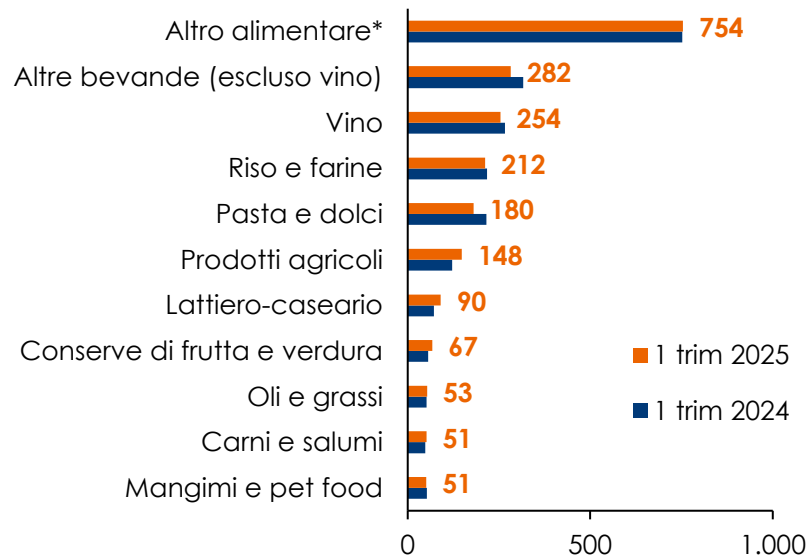
Nota: **sul totale dell'export agro-alimentare piemontese 2024, gli Stati Uniti pesano il 7,7%** (sul totale dell'export italiano agro-alimentare 2024 gli Stati Uniti pesano l'11,6%). Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat.

Stazionari i primi tre mesi del 2025

■ **Nei primi tre mesi del 2025** le esportazioni di prodotti agro-alimentari piemontesi hanno registrato un **lieve calo dell'1,2%** a prezzi correnti rispetto allo stesso periodo del 2024, frenate dalla dinamica delle **altre bevande** (-10,8% tendenziale) e dal **vino** (-4,6%). In crescita invece i flussi del **lattiero-caseario** (+26%) **prodotti agricoli** (+22%) e **conserven vegetali** (+19%). Bene le vendite verso **Germania** (+8,6%) e **Polonia** (+32%), in ripiegamento **Francia** (-0,7%), **Stati Uniti** (-5,5%) e **Regno Unito** (-14%).

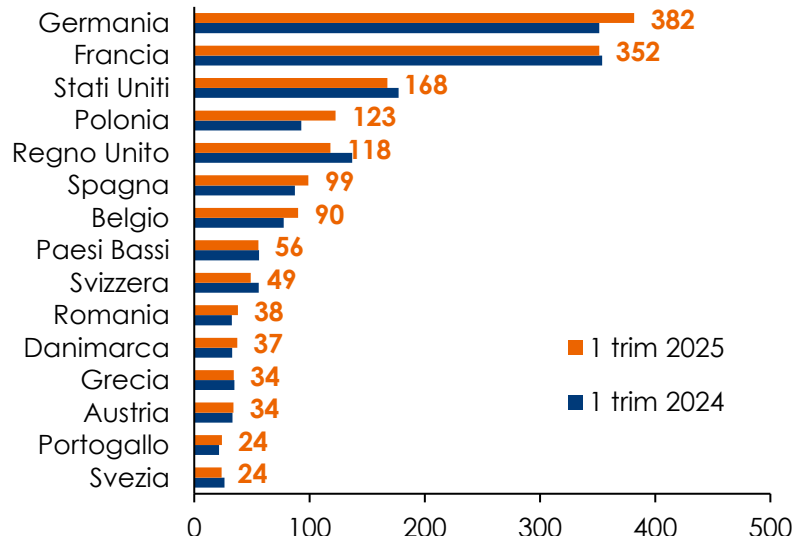
Esportazioni piemontesi per filiera

(milioni di euro)



Esportazioni piemontesi per Paese

(milioni di euro)



*Nota: in Piemonte nel settore «Altro alimentare» sono occupati 10.675 addetti, di cui 6.063 nel comparto «cacao, cioccolato, caramelle e confetterie», e 2.328 nel comparto «lavorazione del tè e del caffè». Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat.

Agenda

1 La rilevanza dell'agro-alimentare in Piemonte

2 I risultati dell'indagine sull'agro-industria piemontese

Quali prospettive per l'agro-industria piemontese?

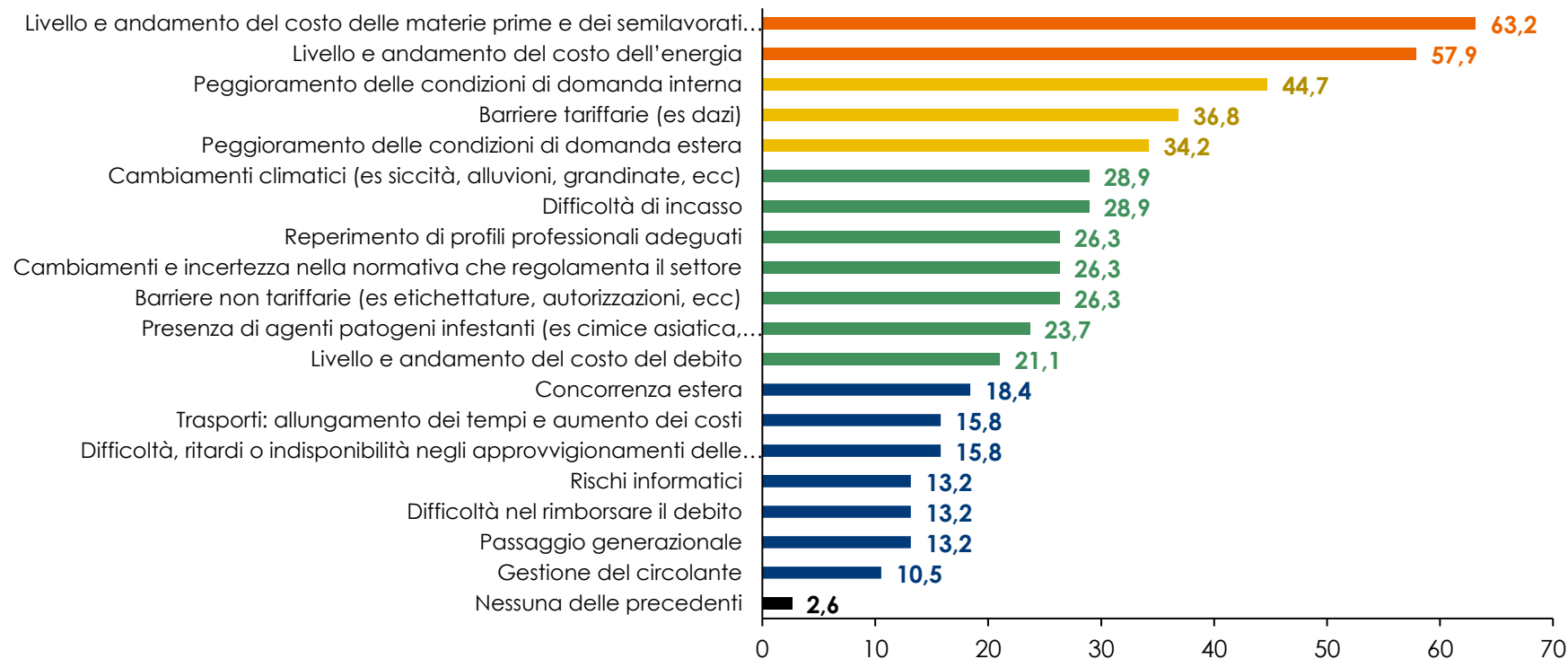
I risultati di un'indagine ad hoc

- Tra **maggio e giugno 2025** è stata condotta **un'indagine congiunta** dal **Research Department** di **Intesa Sanpaolo** e da **Confindustria Piemonte**, rivolta alle oltre 300 imprese piemontesi **del settore agro-industria** iscritte a Confindustria, **che ha visto il coinvolgimento di imprese che complessivamente occupano 2.800 addetti**.
- L'obiettivo dell'analisi consiste nell'approfondire alcuni aspetti rilevanti nell'attuale contesto, tra cui gli investimenti in **innovazione**, la **doppia transizione green e digitale**, l'**internazionalizzazione**, le **prospettive** e le **strategie**.
- **Descrizione del campione:**
 - Quasi un terzo delle aziende partecipanti ha sede a **Cuneo**, segue **Biella** con circa il 20%, **Novara** con il 18%, **Torino** con il 13% e **Asti** con l'11%. Le province di **Alessandria** e **Vercelli** si fermano a un 3%.
 - Le filiere più rappresentate sono **lattiero-caseario** (16% delle risposte) e **vino** (13%); seguono **carni e salumi**, **pasta e prodotti da forno** e **riso e farine**, tutte con una percentuale dell'11%.
 - Il 42% delle imprese appartiene a un **gruppo**, prevalentemente **italiano** (37%). Il 47% è associata a un Consorzio di tutela **DOP/IGP**, e il 18% si dichiara "**società benefit**". *
 - Il **58% delle imprese sono medio-grandi**, con un **fatturato superiore a 10 milioni di euro** (equamente distribuite tra "medie", tra 10 e 50 milioni, e "grandi", oltre i 50 milioni). Il restante 42% sono **micro-piccole imprese**, con una prevalenza delle piccole (con fatturato tra 2 e 10 milioni), il 34%, mentre le micro (sotto i due milioni di euro di fatturato) sono l'8%.
 - Il **63% del campione è un'impresa "storica"**, ossia costituita prima del 1980. Solo il 13% ha una data di costituzione successiva al 2010.

* Una **Società Benefit** è un'impresa che, oltre agli obiettivi di profitto, persegue anche finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile e trasparente verso persone, ambiente e comunità. In Italia, è una **forma giuridica che integra nel proprio statuto l'impegno a generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente**, bilanciando profitto e sostenibilità. Fonte: indagine congiunta Intesa Sanpaolo e Confindustria Piemonte sulle imprese dell'industria alimentare piemontese – maggio-giugno 2025

Contesto complesso: difficoltà sul fronte dei costi e della domanda

Quali sono le principali difficoltà che la Sua impresa sta affrontando?
(%, possibili più risposte)



Le imprese reagiscono con diversificazione, investimenti in capitale umano e tecnologia

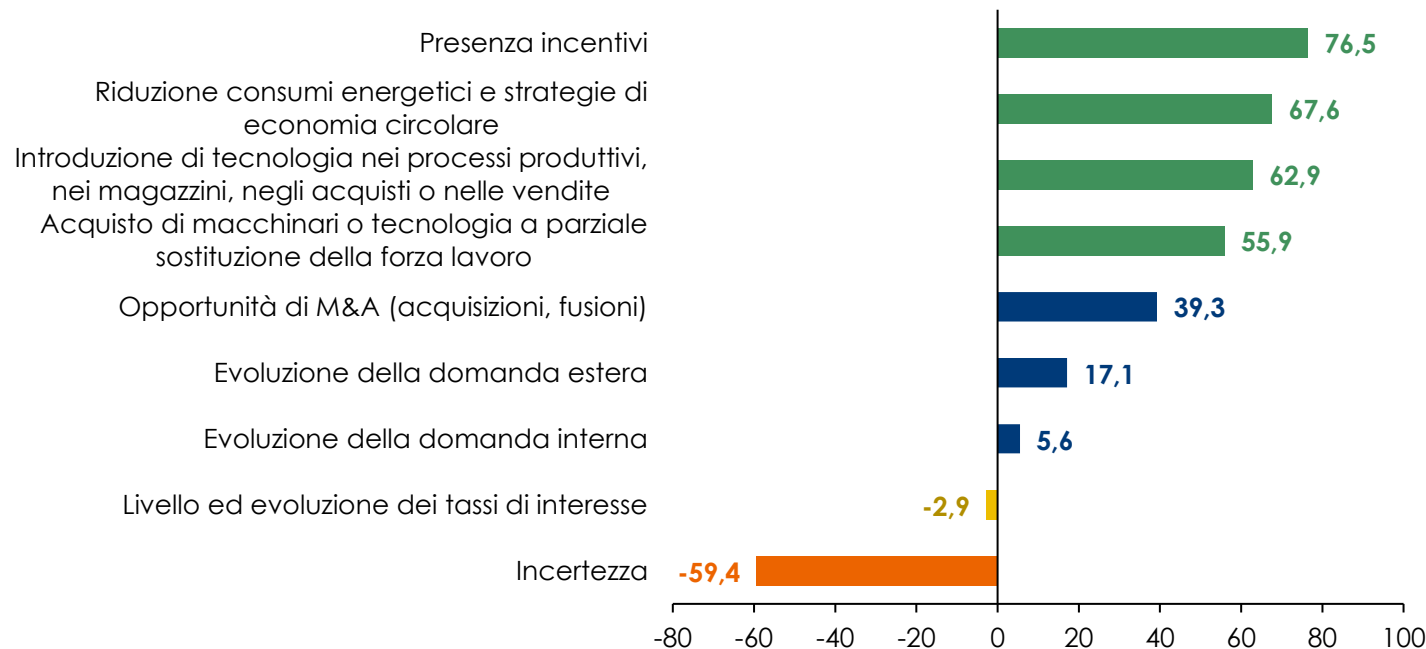
Quali azioni ritiene opportuno adottare per farvi fronte
(%, possibili più risposte, al netto dei non so)



- **Diversificazione nei mercati di sbocco** più indicata dalle imprese **medie-grandi** (71% vs. 56%), **diversificazione dei prodotti** dalle **micro-piccole** (87% vs. 43%).
- Più attenzione agli **investimenti in capitale umano/competenze** per le **micro-piccole** (62% vs 52%), all'**innovazione tecnologica** per le **medie-grandi** (52% vs. 44%).

Investimenti spinti dagli incentivi, dal recupero di efficienza e da acquisto di macchinari/tecnologia. Pesa l'incertezza

Che effetto ritiene avranno questi fattori sugli investimenti della Sua azienda, nell'anno in corso?
(saldo tra risposte «accelerazione» e «freno», al netto dei «non so»)



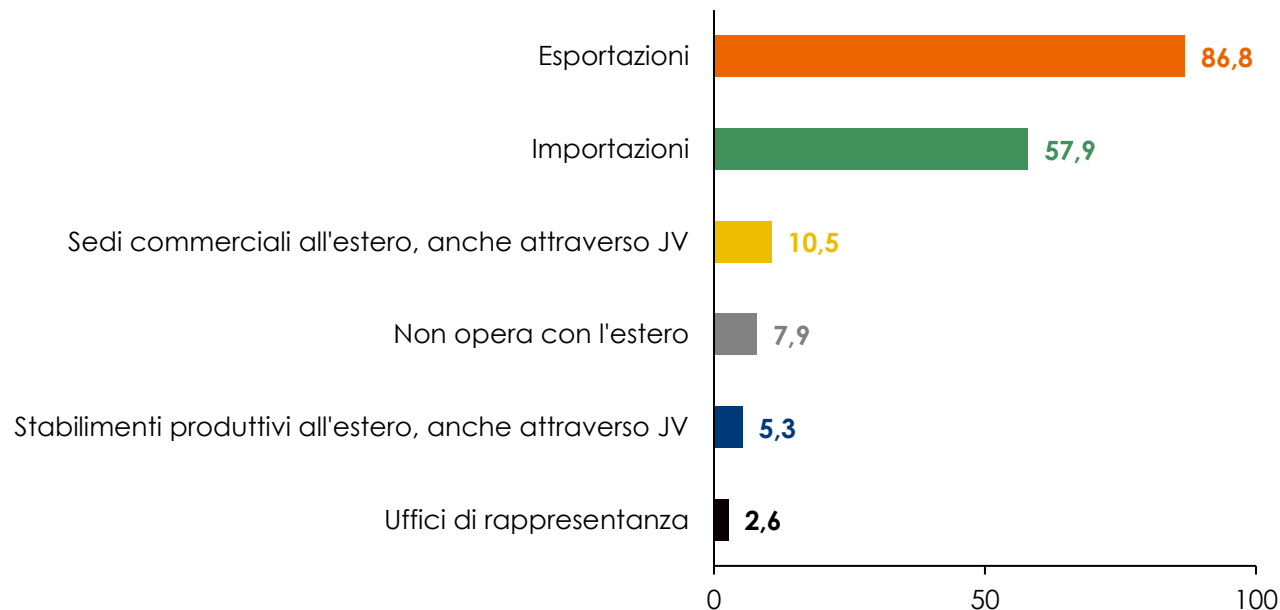
- Più fiducia nell'evoluzione della **domanda estera** per le **medie-grandi** (19%) vs. le **micro-piccole** (14,3%).
- Le micro-piccole esprimono giudizio neutro per l'evoluzione della **domanda interna** (0 vs. 9,5%) ma vedono positivamente la spinta che potrebbe venire dalle **opportunità di M&A** (46% vs. 33%).

Tra i rispondenti forte propensione all'export...



Internazionalizzazione

La Sua azienda opera con l'estero attraverso...
(%, possibili più risposte)



■ Tra le **micro-piccole**, la percentuale delle imprese che **non opera con l'estero sale al 20%**.

■ **Sedi commerciali, stabilimenti produttivi e uffici di rappresentanza** all'estero attivati solo dalle **medio-grandi**.

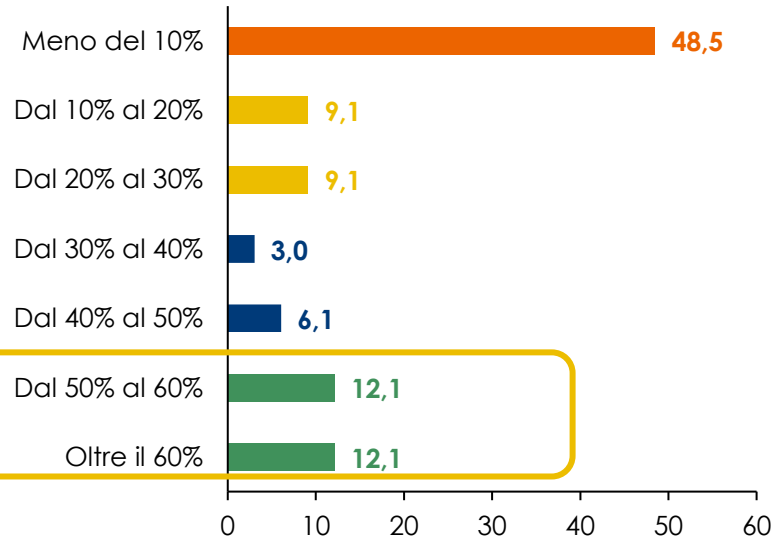
...ma con margini di crescita (soprattutto per le più piccole)



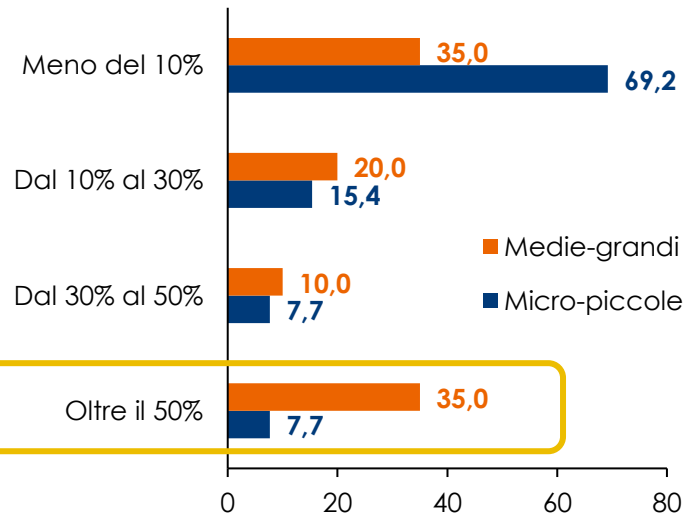
Internazionalizzazione

La quota del Suo fatturato 2024 realizzata sui mercati esteri rappresenta la seguente % sul totale

Totale imprese



Per dimensione aziendale

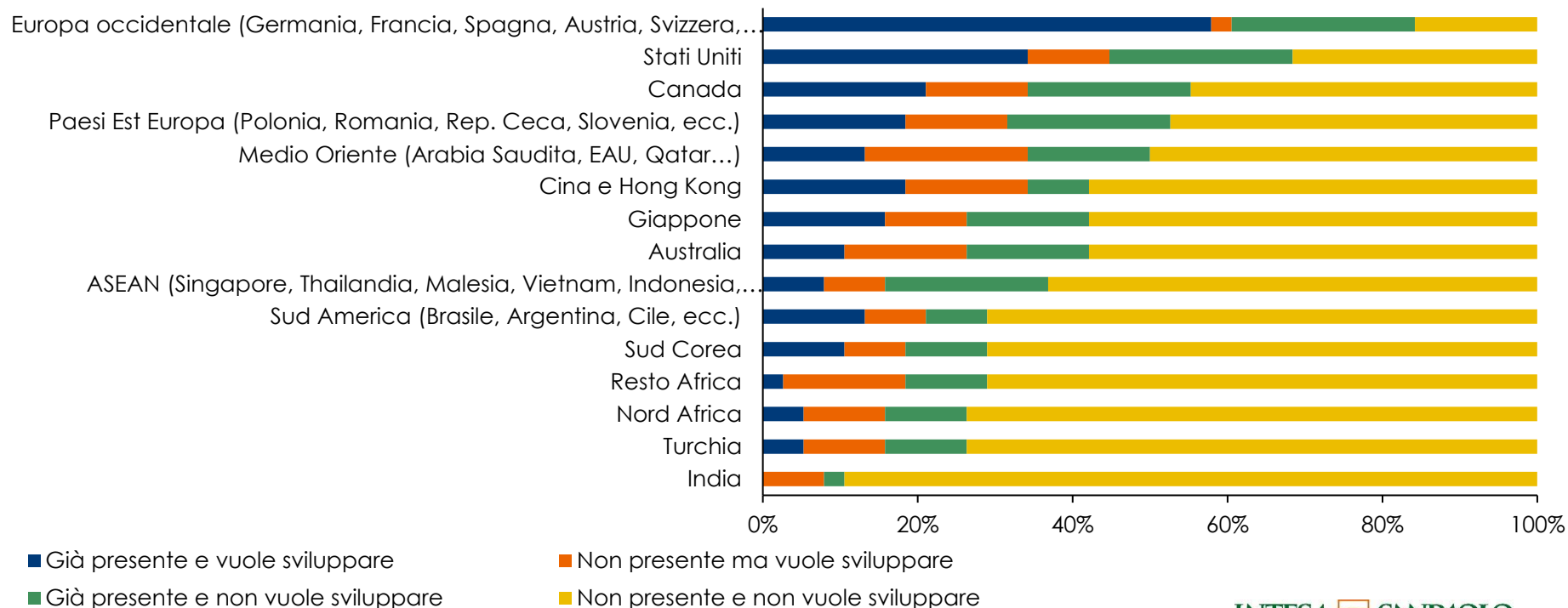


Esportazioni indirizzate per lo più verso l'Europa occidentale, seguono Stati Uniti e Canada



Internazionalizzazione

In quali aree la sua azienda è presente o intende sviluppare attività di export?
(%, possibili più risposte)

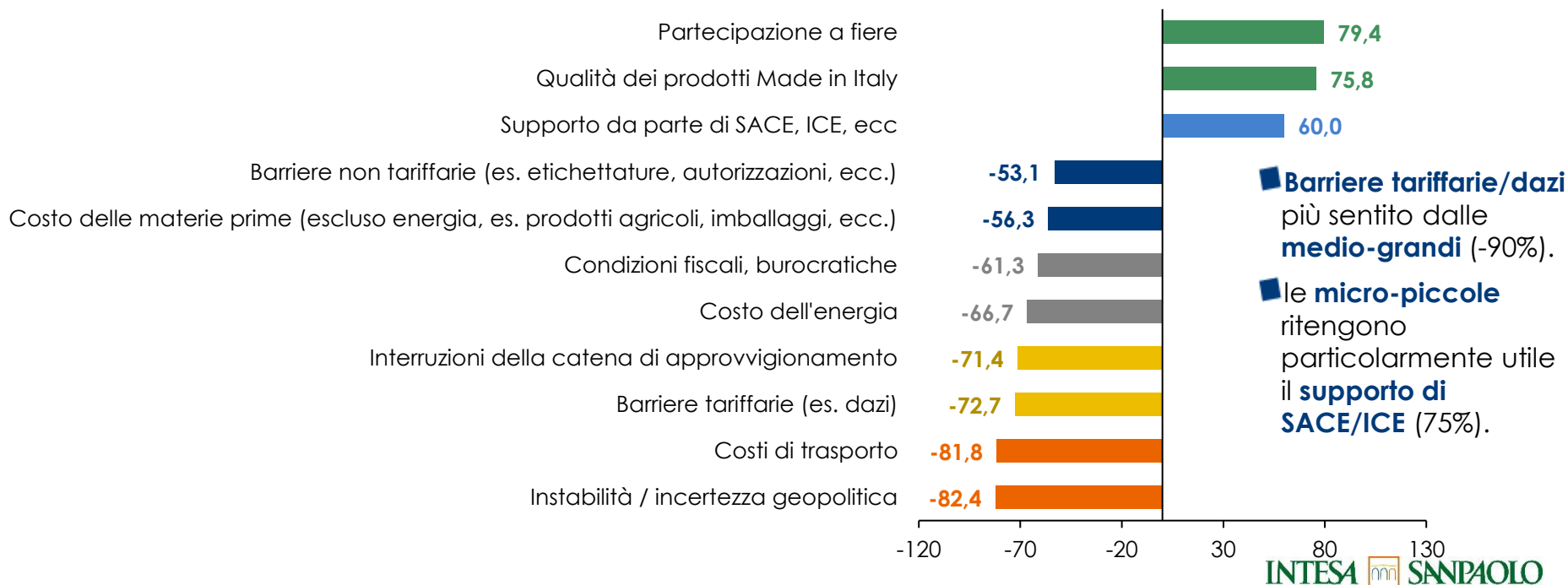


Fiere e Made in Italy potranno sostenere lo sviluppo dei processi di internazionalizzazione



Internazionalizzazione

In che modo ritiene che i seguenti fattori incideranno sull'attività di export della Sua azienda nell'anno in corso?
(saldo tra risposte «in modo positivo» e «in modo negativo», al netto dei «non so»)



Green: raccolta differenziata, gestione dell'acqua ed efficienza energetica le strategie prioritarie



Twin transition

15

Sul fronte della transizione green, su quali di queste strategie si sta concentrando la sua impresa?
(%, possibili più risposte)

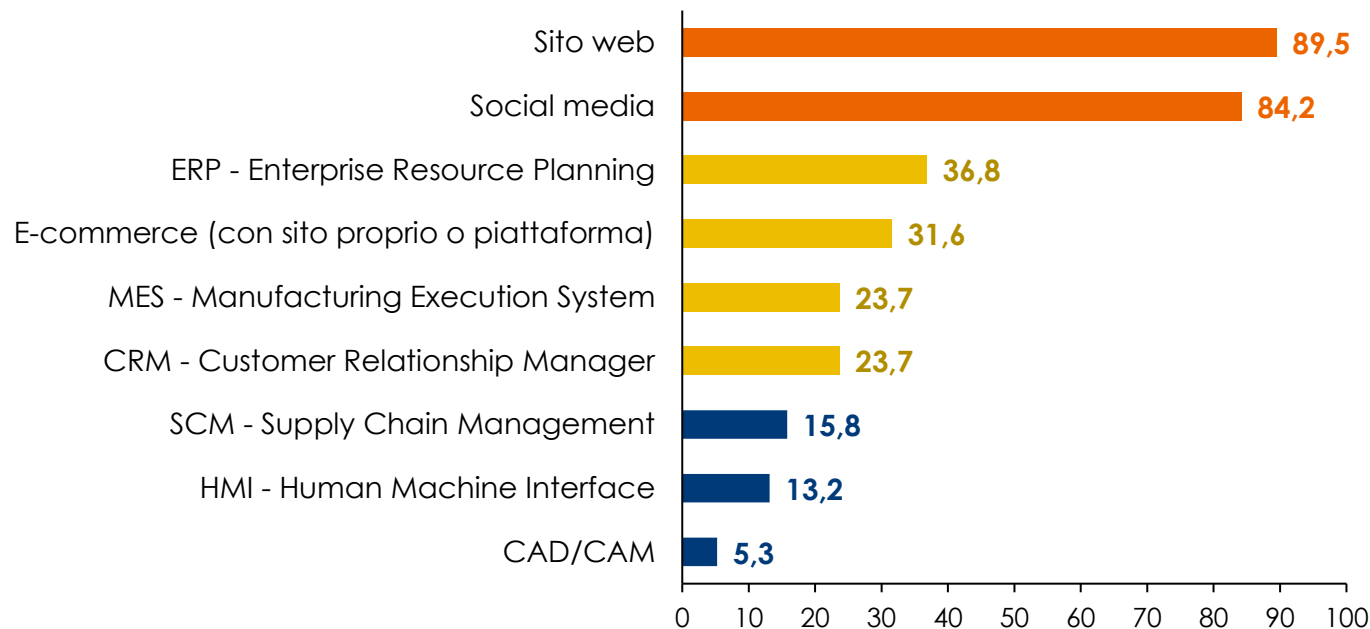


■ il **58%** delle imprese si sta concentrando su strategie di **riduzione o riciclo uso acqua**.

■ l'**82%** su strategie di **recupero efficienza energetica**.

Digitalizzazione: sito web e social media le tecnologie più adottate

Quali di queste tecnologie ICT sono implementate in azienda?
(%, possibili più risposte)



Le tecnologie **ERP** – **Enterprise Resource Planning** e **MES** – **Manufacturing Execution System** sono indicate prevalentemente dalle **imprese medio-grandi** (rispettivamente dal 50% e dal 36% rispetto al 19% e al 6% delle micro-piccole).

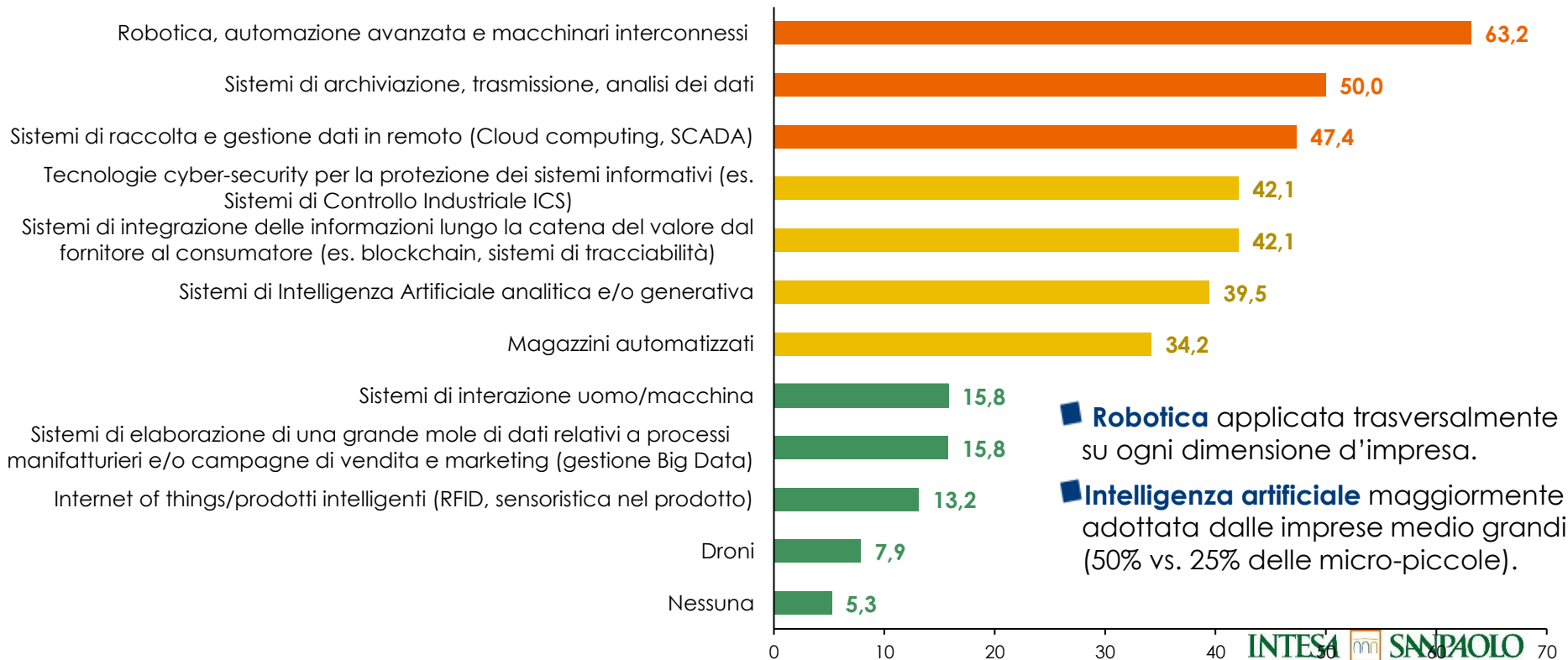
Tecnologie 4.0: spiccano la robotica e gestione dei dati...



Twin transition

17

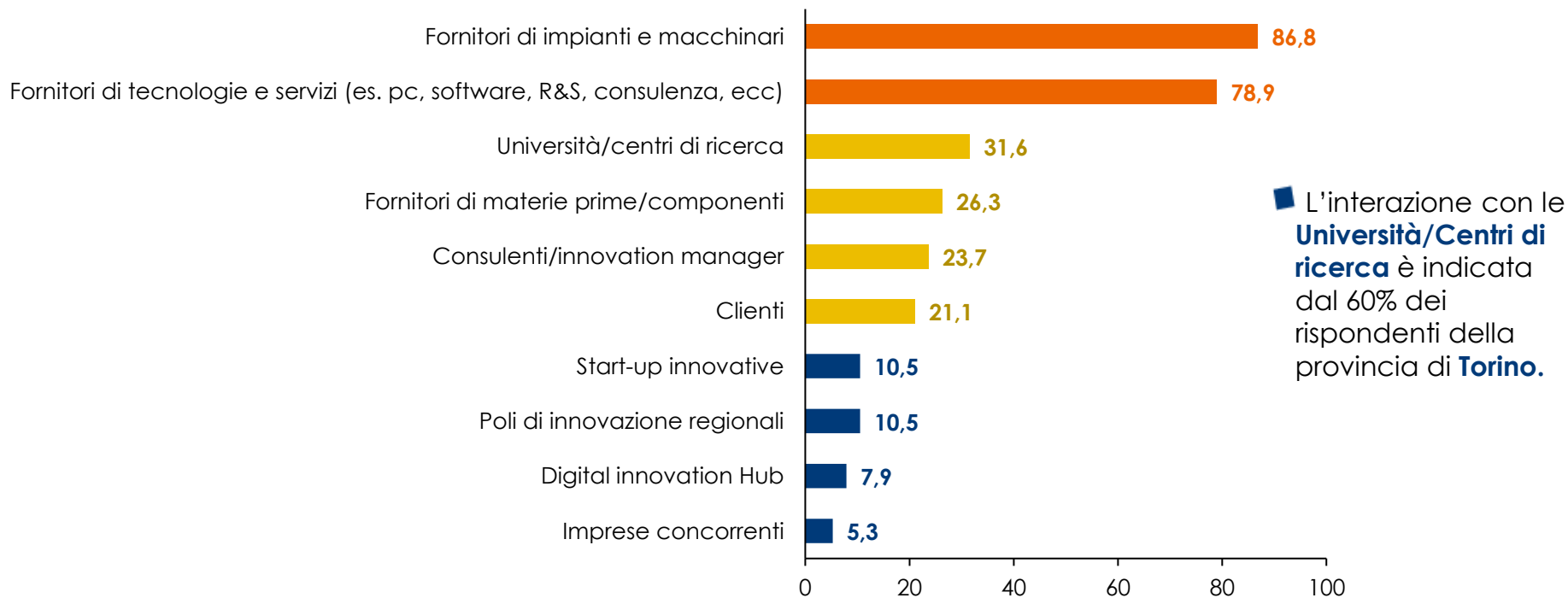
Quali di queste tecnologie 4.0 sono implementate o vorrebbe implementare in azienda?
(%, possibili più risposte)



Fonte: indagine congiunta Intesa Sanpaolo e Confindustria Piemonte sulle imprese dell'industria alimentare piemontese – maggio-giugno 2025

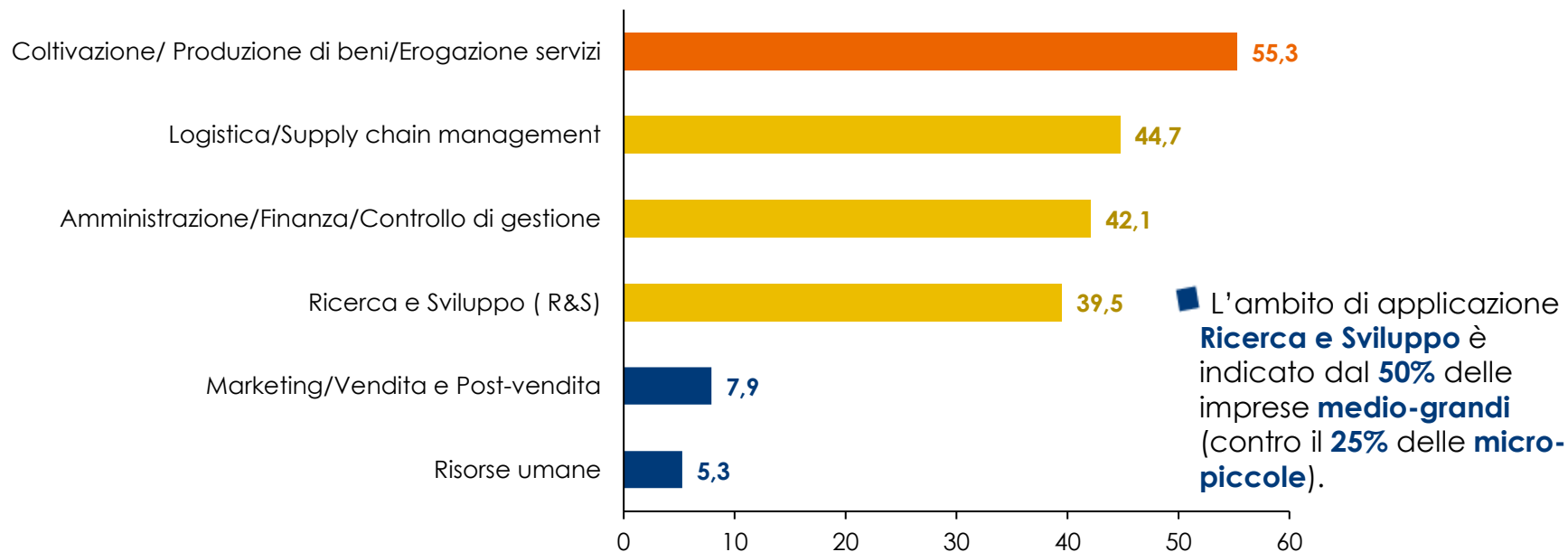
...la cui adozione è facilitata dall'interazione con i fornitori. Ruolo importante delle Università

Nel processo di digitalizzazione/innovazione da parte della sua impresa quali sono gli attori principali con cui si è relazionata? (% , possibili più risposte)



Prevale l'applicazione nei processi produttivi. Seguono: logistica, amministrazione e R&S

Quali sono gli ambiti aziendali in cui innovazione/digitalizzazione sono applicate maggiormente?
(%, possibili più risposte)





Twin transition

Molteplici gli obiettivi raggiunti

In riferimento all'attività di innovazione/digitalizzazione, quali sono stati i principali obiettivi raggiunti?
(%, possibili più risposte)



INTESA  SANPAOLO

Costi elevati e mancanza di competenze i principali ostacoli ai processi di digitalizzazione

Quali sono gli ostacoli che impediscono o limitano la digitalizzazione della Sua azienda?
(%, possibili più risposte)





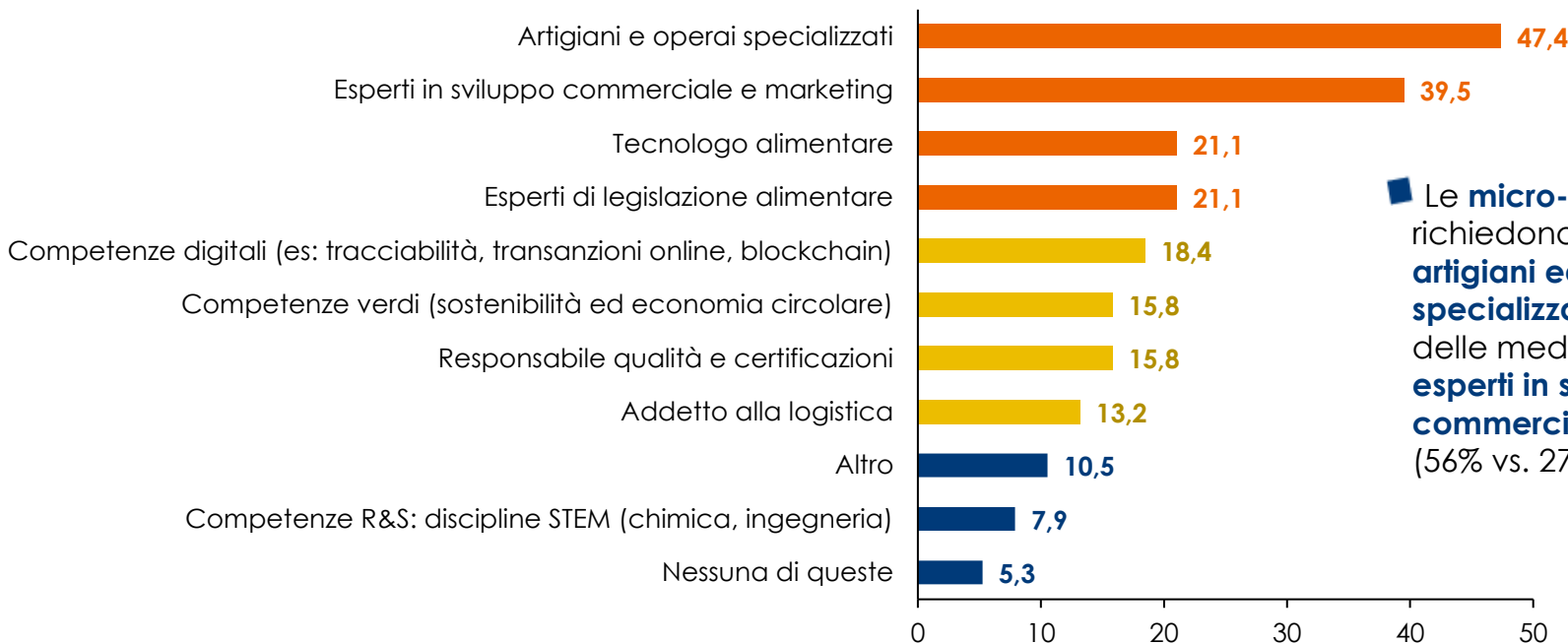
Twin transition



Investimenti

Figure più richieste: operai specializzati ed esperti in sviluppo commerciale/marketing

Quali competenze / figure professionali vorrebbe introdurre o rafforzare nel medio periodo?
(%, possibili più risposte)

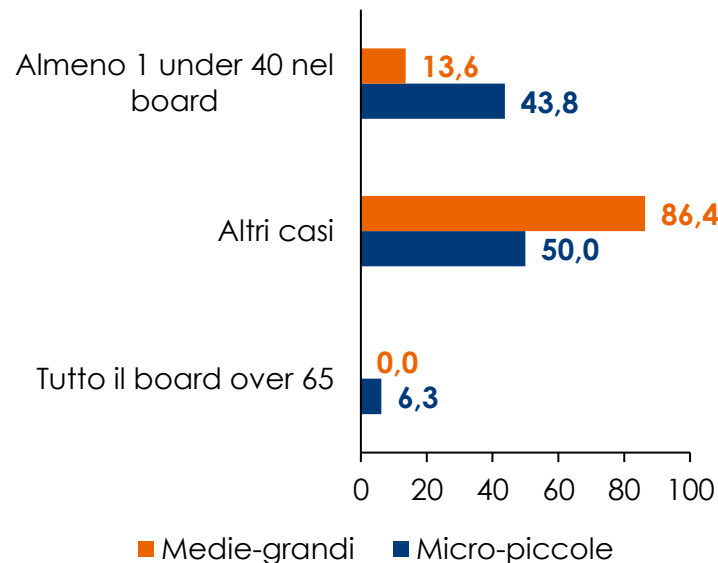
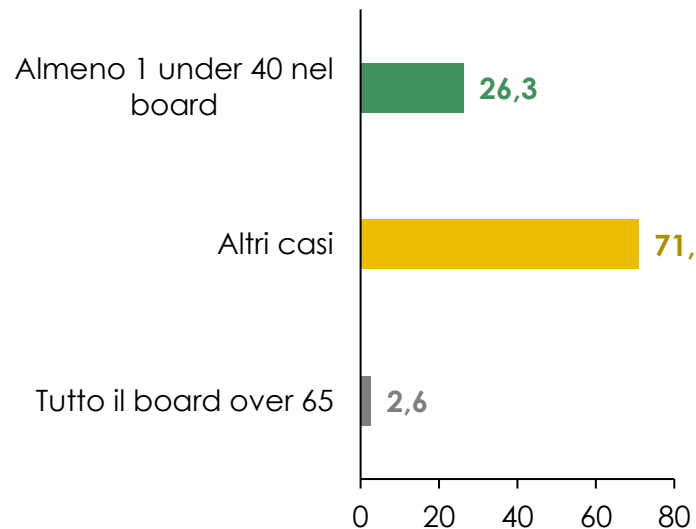


Le **micro-piccole imprese** richiedono maggiormente **artigiani ed operai specializzati** (62% vs. 36% delle medio-grandi) ed **esperti in sviluppo commerciale e marketing** (56% vs. 27%).

Nota: la voce «altro» ricomprende figure manageriali (es. «direttore stabilimento» o «responsabile acquisti»). Fonte: indagine congiunta Intesa Sanpaolo e Confindustria Piemonte sulle imprese dell'industria alimentare piemontese – maggio-giugno 2025

Vincere la sfida dell'affiancamento generazionale...

Composizione del board per età dei componenti (%.)

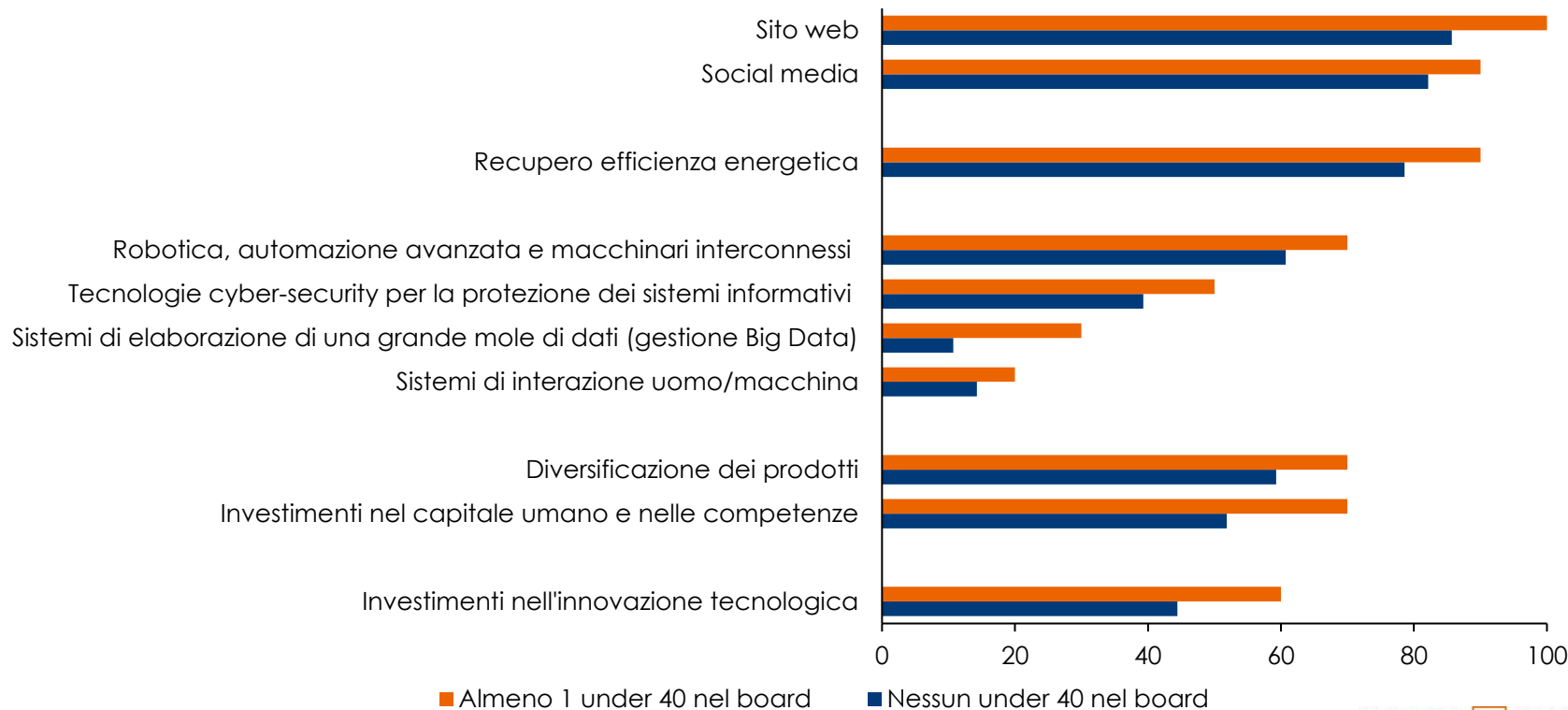




Prospettive
e strategie

... che favorisce l'adozione di strategie più evolute

Strategie ed investimenti per composizione del board (% , possibili più risposte)



Attese positive per fatturato e investimenti nel 2025

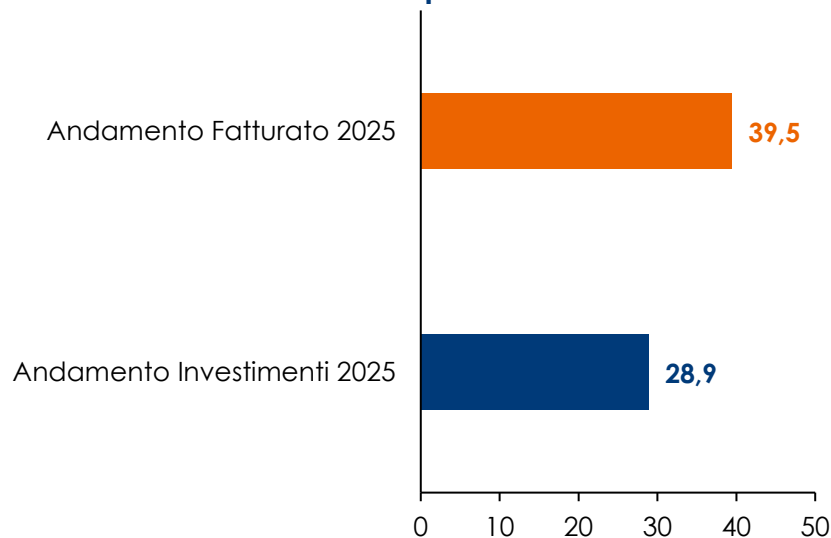


25

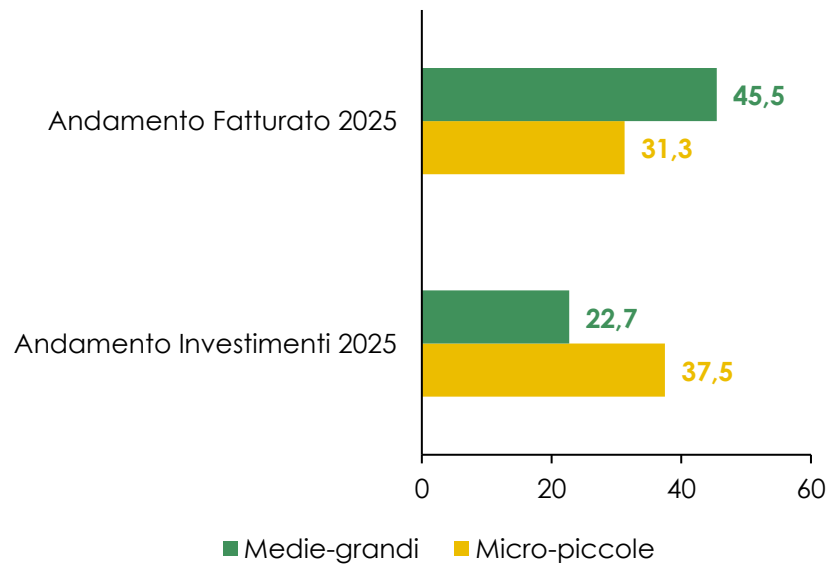
Prospettive
e strategie

Andamento Fatturato e Investimenti nel 2025 (saldo tra «superiori» e «inferiori»)

Totale imprese



Per dimensione aziendale



Domanda: Ritiene che i valori del 2025 rispetto al 2024 saranno: superiori, costanti, inferiori.

Fonte: indagine congiunta Intesa Sanpaolo e Confindustria Piemonte sulle imprese dell'industria alimentare piemontese – maggio-giugno 2025

Importanti comunicazioni

Gli economisti che hanno redatto il presente documento dichiarano che le opinioni, previsioni o stime contenute nel documento stesso sono il risultato di un autonomo e soggettivo apprezzamento dei dati, degli elementi e delle informazioni acquisite e che nessuna parte del proprio compenso è stata, è o sarà, direttamente o indirettamente, collegata alle opinioni espresse.

La presente pubblicazione è stata redatta da Intesa Sanpaolo S.p.A. Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Intesa Sanpaolo S.p.A. affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, ed a titolo meramente indicativo, non costituendo pertanto la stessa in alcun modo una proposta di conclusione di contratto o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di qualsiasi strumento finanziario. Il documento può essere riprodotto in tutto o in parte solo citando il nome Intesa Sanpaolo S.p.A.

La presente pubblicazione non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti ai quali si rivolge. Intesa Sanpaolo S.p.A. e le rispettive controllate e/o qualsiasi altro soggetto ad esse collegato hanno la facoltà di agire in base a/ovvero di servirsi di qualsiasi materiale sopra esposto e/o di qualsiasi informazione a cui tale materiale si ispira prima che lo stesso venga pubblicato e messo a disposizione della clientela.

Comunicazione dei potenziali conflitti di interesse

Intesa Sanpaolo S.p.A. e le altre società del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo (di seguito anche solo "Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo") si sono dotate del "Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231" (disponibile sul sito internet di Intesa Sanpaolo, all'indirizzo: <https://group.intesasnpaolo.com/it/governance/dlgs-231-2001>) che, in conformità alle normative italiane vigenti ed alle migliori pratiche internazionali, prevede, tra le altre, misure organizzative e procedurali per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse, che comprendono adeguati meccanismi di separazione organizzativa, noti come Barriere informative, atti a prevenire un utilizzo illecito di dette informazioni nonché a evitare che gli eventuali conflitti di interesse che possono insorgere, vista la vasta gamma di attività svolte dal Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo, incidano negativamente sugli interessi della clientela.

In particolare le misure poste in essere per la gestione dei conflitti di interesse tra il Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo e gli Emittenti di strumenti finanziari, ivi incluse le società del loro gruppo, nella produzione di documenti da parte degli economisti di Intesa Sanpaolo S.p.A. sono disponibili nelle "Regole per Studi e Ricerche" e nell'estratto del "Modello aziendale per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse", pubblicato sul sito internet di Intesa Sanpaolo S.p.A. all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures>. Tale documentazione è disponibile per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta al Servizio Conflitti di interesse, Informazioni privilegiate ed Operazioni personali di Intesa Sanpaolo S.p.A., Via Hoepli, 10 – 20121 Milano – Italia.

Inoltre, in conformità con i suddetti regolamenti, le disclosure sugli interessi e sui conflitti di interesse del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo sono disponibili all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures/archivio-dei-conflitti-di-interesse> ed aggiornate almeno al giorno prima della data di pubblicazione del presente studio. Si evidenzia che le disclosure sono disponibili per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta a Intesa Sanpaolo S.p.A. – Industry & Local Economies Research, Via Romagnosi, 5 - 20121 Milano - Italia.

A cura di:

Giovanni Foresti, Romina Galleri, Sara Giusti e Rosa Maria Vitulano, *Industry & Local Economies Research, Intesa Sanpaolo*