

La crescita delle imprese food al di sopra della media del PIL

Negli ultimi dieci anni il valore della produzione delle imprese del Food Industry Monitor, l'osservatorio realizzato dall'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo e Ceresio Investors è passato da 53 a 90 miliardi di euro



GENEROSO CHIARADONNA
28.06.2024

Quando si pensa all'Italia la mente corre alle vacanze, alle città d'arte e alla cultura del cibo. Probabilmente nessun altro Paese al mondo si identifica così tanto alla cucina che nel caso della Penisola si declina al plurale essendo espressione delle peculiarità regionali. E al cibo è legata anche una filiera produttiva con realtà economiche di tutto rispetto. A misurare le performance e i modelli di business delle aziende italiane legate al food - al cibo e dintorni, per intenderci - ci pensa il Food Industry Monitor realizzato dall'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo (Unisg), nel Comune piemontese di Bra e dalla luganese Ceresio Investors. Lo studio elaborato da questo Osservatorio avviato nel 2014, riassunto nell'acronimo FIM, è giunto alla decima edizione, ma la base dei dati risale al 2012. È quindi possibile fare un bilancio decennale dello sviluppo delle aziende legate al food il cui esito è stato presentato ieri presso il campus dell'Unisg di Pollenzo.

Ebbene, il food italiano negli ultimi dieci anni ha registrato una crescita rilevante, passando da un valore di 53 miliardi di euro (50,7 miliardi di franchi al cambio odierno) nel 2012 a circa 90 miliardi nel 2023 (86,2 miliardi di franchi). Anche le esportazioni hanno visto una crescita continua, passando nello stesso arco di tempo da 23 a 44 miliardi di euro. Anche l'occupazione nell'industria di trasformazione alimentare è aumentata: da 449 mila a 488 mila addetti. «Si tratta di una crescita netta di 39 mila unità, in un periodo - il

decennio 2012-2023 - non particolarmente positivo per l'economia italiana», ha spiegato il professor Carmine Garzia, responsabile scientifico dell'osservatorio presso l'Unisg, commentando i dati preceduto da Michele Pino, delegato del rettore alla terza missione dell'Unisg, che ha parlato di sostenibilità e direttiva europea da implementare entro il 27 marzo del 2026. «Sempre prendendo a riferimento gli ultimi dieci anni - ha continuato Garzia - le aziende del food italiano hanno performato costantemente meglio delle medie imprese italiane non solo in termini di redditività (ROI), ma anche per quanto riguarda la produttività degli investimenti e il tasso d'indebitamento».

Le dimensioni contano

Dalla ricerca emerge che le aziende italiane, note per il loro posizionamento di leadership di qualità in molti segmenti di mercato, sono ancora relativamente piccole, con un fatturato medio di 97 milioni di euro, 178 collaboratori in media e a prevalente controllo familiare. Un fattore, quest'ultimo, che se da un lato garantisce un'offerta bilanciata tra tradizione e qualità, dall'altro rappresenta un limite nel confronto internazionale. Questo non ha impedito - a partire dal 2009 - ben 72 acquisizioni di cui 26 verso target internazionali, per un controvalore complessivo di 5,4 miliardi di euro. Dal 2013 al 2022 il fatturato medio è però cresciuto del 4,4% l'anno. Per le aziende che hanno effettuato delle acquisizioni hanno registrato, dopo tre anni dalla conclusione dell'operazione, un aumento del fatturato di poco inferiore al 90% e un miglioramento del margine EBIT del 6%. «Questo perché le acquisizioni sono uno strumento efficace di crescita», ha spiegato ancora Carmine Garzia.

La presentazione dello studio si è tenuta a Pollenzo, presso l'Unisg. I lavori sono stati introdotti da Gabriele Corte, direttore generale di Ceresio Investors. Il tema di fondo emerso durante la tavola rotonda, moderata da Sebastiano Barisoni, vicedirettore esecutivo di Radio24, con i rappresentanti dei maggiori operatori del settore *food&beverage* italiano, era proprio il dilemma tra «crescita e sviluppo». La ricerca, infatti, si focalizza sulla crescita dimensionale e sullo sviluppo di modelli di business con caratteristiche distintive, in grado di sostenere la competizione sui mercati internazionali. Punto, quest'ultimo trattato da Regina Corradini D'Arienzo, CEO di Simest e Alessandro Santini, Head of Corporate & Investment banking di Ceresio Investors.

Per quanto riguarda la crescita dimensionale due dati su tutti: nel 2013 il fatturato medio per azienda era di 67 milioni, di 98 milioni nel 2022 (+46% nel periodo). Il numero di collaboratori medio è invece passato da 143 del 2013 ai 178 del 2022 (+24%).

Come andrà

Il buon momento del food italiano si è confermato anche nel 2023 «con una crescita del 10% grazie sia alla buona tenuta del mercato interno sia alle eccellenti performance riscontrate nell'export», emerge dall'analisi. L'anno scorso le esportazioni del settore hanno raggiunto i 44 miliardi di euro, registrando una crescita del 6,3%, «un dato eccellente anche se inferiore alla

crescita registrata nel 2022, determinata in parte anche dall'aumento dei prezzi».

La crescita del settore, è stato ricordato, dovrebbe proseguire nel biennio 2024-2025 con tassi superiori a quelli del PIL. In particolare, per il 2024 si prevede una crescita del +4,8%, mentre per il 2025 la crescita dovrebbe essere del 5,2%. Anche l'export continuerà a crescere. «Stimiamo infatti che nel 2024 la crescita delle vendite all'estero sarà del 8,1% e nel 2025 del 7,3%», ha ricordato il professor Garzia.

I dati reddituali evidenziano uno scenario ampiamente positivo. La redditività commerciale (ROS) raggiunge il 5,1%, mentre quella del capitale investito sfiora l'8%, grazie alla capacità di ottimizzare le scorte.

Le conclusioni del convegno sono state affidate a Carlo Petrini, fondatore di Slow Food e presidente di Unisg.

Monitorati i bilanci di 840 aziende

Sono 840 le aziende considerate nel campione di osservazione, con un fatturato aggregato di circa 90 miliardi di euro, attive in 15 comparti del settore food. L'osservatorio analizza le performance storiche delle aziende dal 2009 al 2023 focalizzandosi sulle seguenti dimensioni: crescita, export, redditività e struttura finanziaria. Per ogni comparto sono state elaborate le previsioni di crescita del fatturato, dell'export e sull'andamento della redditività relativa al biennio 2024/2025. Per quanto riguarda i comparti a maggiore crescita dei ricavi, si distinguono Farine, Caffè, Olio, Distillati e Vini, tutti oltre - tra il 5,8% e il 12,% - la media del settore che è vista in aumento mediamente del 4,8%.