



31 ottobre 2024

## Food Industry Monitor 2024: dieci anni di food italiano

**L'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e Ceresio Investors hanno presentato Food Industry Monitor 2024 che analizza le performance, l'evoluzione dei modelli di business e i trend di mercato delle aziende italiane del settore alimentare**

L'edizione di quest'anno del Food Industry Monitor è stata dedicata a un'analisi di ampio respiro sull'evoluzione del food italiano nell'ultimo decennio integrata da una riflessione sulle possibili traiettorie di sviluppo di medio periodo.

Il tema di fondo riguardava le necessarie implicazioni tra crescita e sviluppo. La ricerca è infatti focalizzata sulla crescita dimensionale e sullo sviluppo di modelli di business con caratteristiche distintive, in grado di sostenere la competizione sui mercati internazionali. Un focus specifico è dedicato alla crescita esterna, all'evoluzione degli investimenti tangibili ed intangibili e al rafforzamento della struttura finanziaria.

Il Food Industry Monitor analizza le performance di un campione di circa 840 aziende, 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 del food dal 2009 al 2023 focalizzandosi sulle seguenti dimensioni: crescita, export, redditività, produttività e struttura finanziaria. Per ogni comparto sono state elaborate le previsioni di crescita del fatturato e dell'export e sull'andamento della redditività relative al biennio 2024-2025.

Il food italiano ha registrato negli ultimi dieci anni una crescita rilevante, passando da un valore di 53 miliardi nel 2012 a circa 90 miliardi nel 2023. Le esportazioni hanno visto una crescita continua, passando nello stesso periodo da 23 a 44 miliardi di euro. Gli occupati nella sola industria di trasformazione alimentare sono aumentati da 449.000 a 488.000, con una crescita record di circa 39.000 unità, in un periodo non particolarmente positivo per l'economia italiana.

Negli ultimi dieci anni, le aziende del food italiano hanno performato costantemente meglio delle medie imprese italiane (Dati MBRES) non solo in termini di redditività (ROI), ma anche per quanto riguarda la produttività degli investimenti e il tasso di indebitamento.

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 circa 97 milioni di euro e 178 collaboratori. Dal 2013 al 2022 il fatturato medio è cresciuto del 4,4% annuo. Il food italiano resta caratterizzato dalla prevalenza di PMI a controllo familiare, che, se da un lato ha garantito un'offerta di qualità bilanciando tradizione e innovazione, dall'altro rappresenta un limite oggettivo nel confronto internazionale.

Le aziende del campione Food Industry Monitor hanno realizzato, a partire dal 2009, 72 acquisizioni di cui ben 26 verso target internazionali, per un controvalore complessivo di 5,4 miliardi di euro. Le acquisizioni sono uno strumento efficace di crescita profittevole, infatti, le aziende che hanno effettuato acquisizioni hanno registrato, dopo tre anni dalla conclusione dell'operazione, un aumento del fatturato di poco inferiore al 90% e un miglioramento dell'EBIT *margin* del 6%.

Il 2023 è stato un anno estremamente positivo per il settore food con una crescita del 10% grazie sia alla buona tenuta del mercato interno sia alle eccellenti performance riscontrate nell'export. Nel 2023, 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 dall'aumento dei prezzi.

La crescita del settore proseguirà nel biennio 2024-2025 con tassi superiori al PIL. In particolare, per il 2024 si prevede una crescita del +4,8%, mentre per il 2025 la crescita sarà 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%.

I dati reddituali evidenziano uno scenario ampiamente positivo. La redditività commerciale (ROS) raggiunge il 5,1%, un dato in linea con quanto registrato nel 2022. La redditività del capitale investito sfiora l'8% ed è in leggera crescita rispetto al 2022, grazie alla capacità di ottimizzare le scorte.

Nel 2024 cresceranno a tassi superiori alla media di mercato settori tipici del Made in Italy come caffè, olio, distillati e vino, soprattutto per via dei buoni risultati sul mercato internazionale. Cresceranno a valori leggermente inferiori altri settori come pasta, latte e derivati, e dolci, che risentiranno delle tensioni generate dal sistema della distribuzione e della contrazione dei consumi in alcuni segmenti del mercato italiano.

Nel corso della presentazione tenutasi a Pollenzo presso l'Università di Scienze Gastronomiche Carmine Garzia e Michele Fino, docenti dell'Ateneo hanno presentato i trend di settore per il biennio 2024-2025, una tavola rotonda ha visto la partecipazione dei maggiori operatori del settore food & beverage italiano. Regina Corradini D'Arienzo, CEO di SIMEST e Alessandro Santini, Head of Corporate & Investment Banking di Ceresio Investors, hanno parlato di crescita internazionale e competitività sui mercati esteri. Con Andrea Stolfa, CEO di Omnia Technologies e Massimo Ambanelli, co-founder di HIFOOD, e COO di CSM Group Americas & Asia si è discusso di innovazione e del ruolo degli investitori istituzionali come acceleratori della crescita. Nel dibattito non è mancato il punto di vista della produzione con Federico Vecchioni, AD di Bonifiche Ferraresi, una delle più grandi aziende agricole d'Europa e il quello della distribuzione con Maura Latini, Presidente di COOP Italia. Le conclusioni del convegno sono state affidate a Carlo Petrini, fondatore di Slow Food e Presidente dell'Università di Scienze Gastronomiche.

### **Food Industry Monitor e Banca del Ceresio: “Siamo vicino alle imprese che innovano”**

A Gabriele Corte, Direttore Generale di [Banca del Ceresio](#), che ha introdotto i lavori dell'incontro, abbiamo chiesto un parere riguardo all'importanza ormai acquisita dal rapporto Food Industry Monitor e alla strategia che Ceresio Investors ha adottato nei confronti delle imprese che, nel settore food e non solo, hanno fatto dell'innovazione il driver principale per il loro successo sui mercati internazionali.

#### ***Siete stati fin dall'inizio i principali sostenitori di Food Industry Monitor. Come è nata la vostra collaborazione con l'Università di Pollenzo e perché questo rapporto è diventato un punto di riferimento per tutti gli operatori del settore?***

«L'idea nasce 11 anni fa, quando ci si rese conto che in Italia non esisteva uno studio sistematico del settore alimentare, nonostante rappresentasse già allora una delle colonne portanti della produzione e dell'esportazione nazionali. Valutando alcuni centri di eccellenza, tipicamente università, fummo messi in contatto con l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, che ha nel suo DNA la formazione di futuri manager e imprenditori del settore alimentare. Si arrivò presto a definire una forma di cooperazione che in questi dieci anni si è trasformata in uno dei principali centri di competenza settoriali. In realtà la cooperazione tra UNISG e Ceresio Investors si è nel frattempo estesa ad altri ambiti e siamo orgogliosi di essere stati nominati nel 2023 loro Partner Strategico».

#### ***Il settore agro-alimentare costituisce un punto di forza del sistema industriale italiano. Quali sono tuttavia gli elementi di debolezza che ancora persistono e nei confronti dei quali è opportuno intervenire per accrescerne la competitività su tutti i mercati?***

«Il settore è ricco di vantaggi competitivi unici che risiedono soprattutto nella tradizione, nella biodiversità e nella capacità imprenditoriale dell'industria alimentare italiana. Spesso gli stessi si trasformano anche nei suoi limiti, sovente riassunti nella dimensione relativamente piccola dei suoi attori. Il tema vero è quindi capire come fare a mantenere un'elevata competitività, soprattutto sui mercati di esportazione, senza stravolgere la propria offerta. Le chiavi di successo passano sicuramente da tematiche quali l'accesso al capitale e le operazioni di aggregazioni, senza dimenticare però le opportunità offerte dagli sviluppi tecnologici. Non si può però non ricordare che l'industria italiana ha una struttura organizzativa totalmente diversa da quella di altri paesi, essendo sovente basata su “filieri”, quindi insiemi di aziende specializzate, che cooperano per raggiungere risultati impossibili per il singolo partecipante. I temi dei capitali disponibili e degli sviluppi tecnologici vanno quindi declinati anche in questo contesto organizzativo, che dà maggiori opportunità di sviluppo anche a soggetti relativamente piccoli su scala internazionale».