

Food Industry Monitor 2024: le performance e i modelli di business delle aziende del food

IL CIBO ITALIANO SALE IN CATTEDRA

I dati dell'Osservatorio di Scienze gastronomiche di Pollenzo

DI ANNA MARIA CASTELLO

Il food italiano prosegue in decisa crescita e le previsioni sono di ulteriori incrementi. In dieci anni, il settore ha quasi raddoppiato il proprio valore, passando da 53 miliardi nel 2012 a circa 90 miliardi nel 2023 con performance che sono state superiori alla media nazionale.

Questo aspetto colloca il settore in una posizione di rilievo nel panorama italiano. L'inflazione elevata ha pesato solo marginalmente. Per il comparto, la spinta è arrivata dai consumi interni ma a tirare sono state anche le esportazioni che hanno visto una crescita continua, passando nello stesso periodo da 23 a 44 miliardi di euro.

I numeri rivelano che, 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.

Il quadro è tratteggiato dal Food Industry Monitor 2024 - X Edizione, l'Osservatorio sulle



Gabriele Corte
Ceresio Investors

performance e sui modelli di business delle aziende italiane del food realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e da Ceresio Investors.

Emerge anche 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 circa 97 milioni di euro e 178 collaboratori. Dal 2013 al 2022 il fatturato medio è cresciuto del 4,4% annuo.

In ogni caso, 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.

«Occorre sottolineare l'assoluta eccellenza del settore che, in 10 anni ha saputo superare diverse crisi congiunturali, una pandemia, tensioni geopolitiche e processi di deglobalizzazione, continuando a crescere sopra la media nazionale, incrementando le esportazioni e generando continuo interesse in operazioni di fusione e acquisizione». Ha commentato Gabriele Corte, direttore generale, Ceresio Investors.

Guardando ai numeri più nel dettaglio, il 2023 ha visto una crescita del 10% del settore 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. «Il settore continua a crescere sia per la buona tenuta dei consumi interni sia per la forte dinamicità sul mercato

internazionale. L'export di qualità è una forza propulsiva determinante del settore del food italiano». Ha spiegato Carmine Garzia, responsabile Scientifico dell'Osservatorio, docente di management presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo.

Lo sguardo ora è rivolto al futuro. 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%.

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. (riproduzione riservata)

Pizzarotti lancia una propria AI Academy

Impresa Pizzarotti lancia un'Academy per formare i dipendenti rispetto alle opportunità dell'Intelligenza Artificiale (AI). Per lo sviluppo di nuove tecnologie nel settore delle costruzioni, Pizzarotti ha deciso di realizzare un percorso in house di alta formazione per tutti i dipendenti.

L'Academy esplorerà il potenziale dell'Intelligenza Artificiale Generativa (GenAI). Grazie al suo impiego, verranno pianificati casi d'uso su misura che rispondono a specifiche esigenze aziendali che, con lo sviluppo di "Proof of Concept" (procedura usata per determinare la fattibilità di un progetto attraverso dei test), dimostreranno come sfruttando le capacità della GenAI si potranno raggiungere performance sempre migliori.

L'Intelligenza Artificiale -