

L'evento

Food Summit 2023 Al Teatro Regio 200 player dell'industria e della distribuzione

Agroalimentare, vince chi investe in un futuro green

Il settore dell'alimentare e bevande in Italia segna un'ulteriore crescita nel 2022, registrando un incremento di fatturato del 16,8% e un aumento delle esportazioni agroalimentari del 15,3% sul 2021.

I costi per energia, materie prime e trasporti rappresentano la principale difficoltà per le imprese dell'agroalimentare. Un settore che guarda al 2023 con maggiore incertezza e per il quale è previsto un rallentamento del ritmo di crescita. Tra le preoccupazioni delle aziende spiccano la sfida tecnologica e l'impatto dei cambiamenti climatici. È quanto emerso nel corso del Food Summit 2023, che si è svolto al Teatro Regio, organizzato da Gruppo Food, con Intesa Sanpaolo e AlixPartners.

L'evento, giunto alla sua settima edizione con il tema centrale «Guidare il cambiamento, le nuove rotte per competere», condotto da Francesca Zecca, vicedirettore di Food, ha visto la partecipazione di circa 200 tra i maggiori player dell'industria e della distribuzione agroalimentare italiana.

Un'importante occasione di confronto, dato l'attuale momento di incertezza economica, per fare il punto sull'andamento del Food & Beverage e per condividere le strategie di sviluppo di

fronte alle sfide imposte da crisi energetica, inflazione e cambiamenti climatici.

La ricerca

Con il +16,8% di fatturato, il settore alimentare e bevande italiano si posiziona poco sotto a quello della Spagna (+19%) e della Germania (+18,6%) e supera quello francese (+12,5%). Determinante per questo risultato è stata l'inflazione con un indice dei prezzi alla produzione aumentato del 13,7%. Infatti le tensioni internazionali hanno causato il rincaro di tutte le commodities agricole, i cui i prezzi oggi sono rientrati ai livelli pre-guerra, ma restano comunque superiori a quelli del 2019.

A darne evidenza è la ricerca condotta da Intesa Sanpaolo sul settore agroalimentare italiano, presentata nel corso del Food Summit 2023. Dai dati esposti da Gregorio De Felice, chief economist Intesa Sanpaolo, si rileva che, «a fronte di un ritorno alla crescita dei consumi fuori casa, sia in Italia, sia negli altri nostri principali mercati di sbocco, l'export agroalimentare italiano è cresciuto del 15,3% a prezzi correnti nel 2022, sfiorando i 59 miliardi di euro». Tutte le filiere mostrano valori in crescita, in particolare spiccano i risultati rea-



Settima edizione

Organizzato dal Gruppo Food con Intesa Sanpaolo e AlixPartners, l'evento aveva come tema centrale «Guidare il cambiamento, le nuove rotte per competere».

lizzati da oli e grassi (+29,3% a prezzi correnti e +3,7% a prezzi costanti), riso e farine (rispettivamente +28,6% e +12,8%), pasta (+35,4% e +15,4%). Il principale acquirente di prodotti agro-alimentari italiani è la Germania con 9,3 miliardi (+9,3%) seguono gli Stati Uniti (6,7miliardi, +18,5%) e la Francia (6,6 miliardi, +13,2%). La forte crescita dei valori delle importazioni però ha portato in negativo il saldo commerciale complessivo di circa due miliardi di euro.

L'aumento dei costi per energia, materie prime e trasporti è la maggiore difficoltà riscontrata dal settore. Più sentita, rispetto al resto dell'economia, è la preoccupazione per i cambiamenti climatici. Consapevoli di queste difficoltà, tante aziende capofila stanno attivando politiche di sostegno a tutela

dei loro fornitori strategici, soprattutto nella filiera lattiero-casearia e dell'olio.

La previsione sul 2023 è di un generalizzato rallentamento: fatturato in crescita per tutte le filiere, ma con un ritmo inferiore al 2022, dato anche l'atteso calo dei prezzi. Infatti, il prezzo di numerose materie prime, industriali e agricole è in riduzione, così come le quotazioni del gas naturale, in questo inizio 2023, sono sotto le attese di fine 2022.

Le strategie delle imprese agroalimentari italiane nel medio termine prevedono interventi in ottica green, digitalizzazione e recupero di efficienza. Infatti, le aziende che si sono dotate di certificazioni ambientali e di qualità o brevetti hanno registrato tassi di crescita di fatturato e di redditività superiori a chi non ha effettuato investimenti immateriali di

Le sfide del 2023

Il settore dell'agroalimentare ha visto nel 2022 un incremento del fatturato del 16,8% e un +15,3% nelle importazioni. Tuttavia, per il 2023 è previsto un rallentamento del ritmo di crescita. A preoccupare le aziende sono soprattutto la sfida tecnologica e l'impatto dei cambiamenti climatici.

questo tipo. Fondamentali saranno i fondi del Pnrr, anche se emerge che gli strumenti a disposizione sono ancora poco conosciuti dalle imprese.

Mercati internazionali

Le aziende Barilla, Beretta e Mutti hanno raccontato le loro strategie di internalizzazione per acquisire quote significative sui mercati esteri. Per Paolo Barilla, vice presidente Barilla Group, e Lorenzo Beretta, direttore commerciale Salumificio F.lli Beretta, è stato fondamentale presidiare i vari mercati di riferimento con impianti produttivi in loco, per allargare il concetto di made in Italy dal prodotto all'expertise e al know how industriale.

Per Mutti l'export incide oltre il 50% sul fatturato aziendale grazie a un modello di business che punta alla selezione dei mercati ritenuti strategici e al loro presidio attraverso investimenti commerciali e di marketing.

A conclusione dell'evento Paolo Dalcò (Gruppo Food) ha consegnato due premi, a Francesco Pugliese, ad Conad, e Giovanni Rana, fondatore pastificio Rana, per i risultati conseguiti negli ultimi anni dalle rispettive società.

r.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Patto Crédit Agricole e Consorzio Parmigiano

Un accordo per il credito alle aziende casearie

Crédit Agricole Italia e Consorzio Parmigiano Reggiano ancora insieme per valorizzare le produzioni della filiera agroalimentare locale, grazie a un protocollo di intesa che apre nuovi percorsi di sviluppo rilevanti per l'intero settore.

Il vice direttore generale retail e digital di Crédit Agricole Italia, Vittorio Ratto, e il presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano, Nicola Bertinelli, hanno sottoscritto un ulteriore accordo che prevede la possibilità di concedere credito in base ad anticipazioni su pegno, utilizzando l'importante funzione di ricognizione degli esperti del Consorzio sulle giacenze a magazzino dei caseifici consorziati.

Inoltre Crédit Agricole Italia mette a disposizione delle aziende agricole associate al Consorzio anche lo strumento delle quote a produrre (QLPR - Quote latte Parmigiano Reggiano, legate al piano regolazione offerta adottato dalla filiera Parmigiano Reggiano DOP), con il quale si completa un'offerta innovativa che sostiene la filiera con proposte di breve e medio termine.



Fiere La sigla dell'accordo fra Crédit Agricole e il Consorzio.

Il nuovo protocollo aggiunge ulteriori operatività che si sommano alla casistica di anticipazioni su pegno che Crédit Agricole Italia gestisce da oltre 40 anni con il contributo peritale di esperti interni ed esterni. Con la strumentazione finanziaria a disposizione, Crédit Agricole Italia, con il supporto operativo del Consorzio Parmigiano Reggiano, può garantire forme tecniche di anticipo che coprono esigenze di credito su tutta la filiera: dalla produzione del latte da trasformare, alla caseificazione, alla commercializzazione del formaggio.

L'accordo, firmato durante Cibus Connecting Italy alle Fiere di Parma (di cui Crédit Agricole Italia è il maggiore azionista) mette a disposizione un ulteriore plafond da 50 milioni di euro per le aziende del Consorzio Parmigiano Reggiano.

r.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Barilla Presentati tre prodotti innovativi

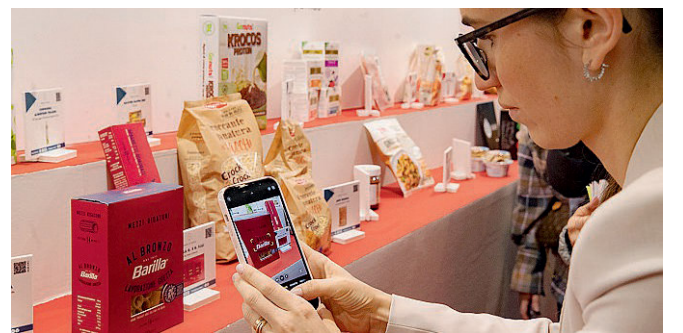
Pesto, pasta al bronzo e bauletto alla segale

Nella fiera del cibo dedicata all'innovazione e al "saper fare" dell'agroalimentare italiano, Barilla porta tre prodotti che raccontano la sua visione d'impresa.

Gusto, equilibrio nutrizionale, materie prime selezionate da filiere responsabili, disciplinari di produzione green: questa la ricetta Barilla che raccontano Pesto Barilla Basilico e Limone, Pasta Barilla Al Bronzo e Gran Bauletto alla Segale Mulino Bianco. Queste tre novità del Gruppo Barilla sono esposte a Cibus Connecting Italy all'interno dell'innovation corner (padiglione 4), che ospita le 100 più rilevanti novità del food made in Italy selezionate da una giuria di esperti.

Il Pesto basilico e limone (un settore, quello dei pesti, che vede l'azienda all'avanguardia) è preparato con basilico 100% italiano da agricoltura sostenibile, con una delicata nota di limone.

La pasta al bronzo nasce dalla tradizione della "lavo-



Innovazione I tre prodotti, nuovi e sostenibili.

razione grezza", con una ruvidità intensa e un colore giallo ambrato che offrono un'esperienza sensoriale unica; infatti, il formato "Spaghetti" si è aggiudicato il primo posto nelle classifiche stilate da Altroconsumo e Il Salvagente, due associazioni a tutela dei consumatori.

Infine Mulino Bianco, leader nel segmento dei pani a fette, continua ad innovare e porta sul mercato il nuovo Gran Bauletto alla Segale. Una ricetta ricca di gusto che combina la presenza

della farina di segale con la morbidezza delle fette spesse, che da sempre caratterizzano la gamma dei Gran Bauletti.

Questa particolare farina arricchisce il pane di nuove note aromatiche e dona ad ogni fetta la tipica tonalità ambrata. Il Gran Bauletto alla Segale, con farina di grano tenero da agricoltura sostenibile, presenta un gusto tutto nuovo, ottimo per accompagnare i pasti o preparare deliziosi panini.

r.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA