

The Food Industry Monitor

Le sfide competitive per le aziende del settore food & beverage

L'agroalimentare traina l'economia italiana. Caffè, distillati e food equipment i best performer del settore

- Il settore agroalimentare si conferma un'eccellenza del *Made in Italy* con una crescita del 4% tra il 2009 e il 2013, in controtendenza rispetto all'andamento generale dell'economia italiana
- Le aziende agroalimentari italiane hanno saputo reggere l'urto della crisi e hanno intrapreso un percorso virtuoso di crescita e sostenibilità finanziaria che le posiziona bene nel lungo periodo
- Caffè, distillati e *food equipment* sono stati i migliori in termini di crescita, redditività e sostenibilità finanziaria
- Innovazione, internazionalizzazione e comunicazione uniti ad una maggiore attenzione alla gestione finanziaria sono fattori critici di successo e lo saranno sempre di più in futuro
- Lo rivela il *Food Industry Monitor* (**#FoodMonitor15**), il primo osservatorio permanente del settore agroalimentare italiano realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche-UNISG e dalla banca BSI
- I risultati dell'Osservatorio, i trend di sviluppo del settore e le implicazioni economiche sono stati discussi in una tavola rotonda direttamente con alcuni importanti imprenditori del settore: Marilisa Allegrini, Presidente Allegrini, Angelo Colussi, Presidente Colussi, Andrea Illy, Presidente e CEO Illycaffè, Gianmario Tondato Da Ruos, CEO Autogrill, e Alessandro Santini, CEO BSI Merchant

Milano/Pollenzo, 24/06/2015 – Con una crescita del 4% e, soprattutto, un rapporto tra indebitamento e crescita decisamente favorevole, tra il 2009 e il 2013, il settore agroalimentare ha trainato l'economia italiana che, nello stesso periodo ha perso oltre il 2% del PIL. Un risultato tanto più positivo se si considera lo scenario economico molto complesso che caratterizzato la maggior parte delle economie europee e mondiali. Ai primi tre posti per crescita, redditività e sostenibilità finanziaria si situano i comparti del **caffè**, dei **distillati** e del **food equipment** (produzione di impianti e macchinari per l'industria del *food*). Seguono i comparti della pasta, dei dolci e del vino. Ancora più importante è il fatto che in questi settori la crescita è stata accompagnata dalla sostenibilità finanziaria: una combinazione di fattori che potrà garantire il successo anche su lungo periodo. In prospettiva futura, insieme a questi ultimi aspetti, innovazione, internazionalizzazione e comunicazione saranno fattori critici di successo per una crescita competitiva e duratura. È quanto emerge in sintesi dai risultati della prima edizione del *Food Industry Monitor* (**#FoodMonitor15**), il primo osservatorio permanente del settore agroalimentare italiano, realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche-UNISG insieme alla banca BSI. L'osservatorio ha analizzato le **performance economico-finanziarie** di **520 aziende** suddivise in **10 comparti** (acqua, caffè, distillati, dolci, *food equipment*, latte e derivati, olio e condimenti, pasta, salumeria, vino) **dal 2009 al 2013**. Il campione delle aziende prese in esame, in media le prime 50 per dimensioni di ogni comparto, hanno generato complessivamente 43,5 miliardi di euro di ricavi nel 2013, pari a circa il 71% di tutte le società di capitale operanti nel settore in Italia. Nell'analisi sono stati considerati tre indicatori: crescita, sostenibilità finanziaria e redditività.

CRESCITA: caffè, vino, olio e food equipment sono i best performer

All'interno del settore, si sono distinti per la crescita media dei ricavi i comparti del **caffè** (+5.3%), del **vino** (+5.2%), dell'**olio** (+6%) e del **food equipment** (+7.1%). Tale risultato è attribuibile, in particolar modo al fatto che questi settori, oltre a rappresentare un'"eccellenza italiana", sono strutturalmente più votati all'export e costituiti da aziende caratterizzate da un alto tasso di innovazione, brand forti e una consolidata posizione sui mercati internazionali. In particolare la spinta alla crescita nel settore del vino è stata trainata sia dai produttori integrati, ovvero le aziende vitivinicole che operano nella fascia premium e super premium sia dai trader, aziende a forte orientamento commerciale particolarmente attive sui mercati internazionali. I comparti che hanno registrato un tasso di crescita dei ricavi inferiore alla media generale sono: l'**acqua**, la **pasta**, i **dolci** e i prodotti di **salumeria**. Si tratta di comparti che hanno subito una forte pressione sui prezzi e, nel caso dell'acqua e dei prodotti di salumeria, hanno una forte dipendenza dal mercato nazionale.

SOSTENIBILITÀ FINANZIARIA: vino, caffè, distillati e food equipment protagonisti di una crescita virtuosa

Caffè, vino e food equipment figurano tra i comparti più virtuosi, insieme ai **distillati**, anche in tema di sostenibilità finanziaria. Il confronto tra indebitamento e crescita, infatti, mostra che le aziende di questi comparti sono riuscite a crescere mantenendo l'indebitamento finanziario sotto controllo e rimanendo sotto la media del settore, pari al 2,7%.



The Food Industry Monitor

Le sfide competitive per le aziende del settore food & beverage

Questi quattro settori appaiono, quindi, ben posizionati per cogliere le sfide dei mercati anche in futuro poiché, proseguendo su questo percorso, potranno essere in grado di garantirsi una crescita sostenibile sul lungo periodo. Restando sul confronto tra indebitamento e crescita, i comparti del **latte** e dell'**olio** hanno ottenuto delle performance soddisfacenti per quanto attiene la crescita ma continuano ad essere caratterizzati da un indebitamento finanziario elevato. I comparti **salumeria** e **acqua** non sono riusciti a sviluppare una crescita soddisfacente e hanno una struttura finanziaria debole con una forte esposizione a breve.

REDDITTIVITÀ: food equipment, distillati, dolci, e pasta registrano risultati superiori alla media

Il *Food Industry Monitor* ha mostrato interessanti risultati anche per quanto riguarda la redditività e il suo confronto con la crescita. In questo quadro, tra il 2009 e il 2013, il **food equipment**, un comparto trasversale tra il settore dell'industria meccanica e quello agroalimentare, è quello che evidenzia la relazione più favorevole tra crescita e redditività. Tali performance superiori alla media sono dovute al fatto che questo settore adotta un modello di business differente in confronto alle aziende che producono cibo e bevande e che sono tradizionalmente soggette al rapporto con il canale distributivo. I comparti dei **distillati** e della **pasta** hanno una buona crescita, allineata alla media, ma con una redditività nettamente superiore. Si tratta di un risultato determinato dagli investimenti in marketing e comunicazione che sostengono il posizionamento premium dei brand, anche sui mercati internazionali.

Caffè, latte, olio e vino hanno sviluppato una crescita soddisfacente tuttavia questa crescita è stata ottenuta sacrificando una parte della redditività del capitale investito. In particolare hanno pesato, su questi settori, l'aumento dell'assorbimento di mezzi per finanziare il capitale circolante e i costi di ristrutturazione e risanamento. Il comparto della **salumeria** soffre sia per quanto riguarda la crescita sia per redditività del capitale investito. Si tratta di un settore che risente del calo dei consumi, dello sviluppo dei *private label* e delle forti pressioni sui prezzi esercitate dalla grande distribuzione. I settori dell'**acqua minerale** e dei **dolci** hanno sviluppato una crescita insufficiente preservando tuttavia la redditività del capitale investito.

I BEST PERFORMER IN ASSOLUTO: caffè, distillati e food equipment sopra tutti

Il risultato combinato di crescita, redditività e sostenibilità evidenzia ai primi tre posti i comparti del **caffè, distillati e food equipment**. Ciascuno dei tre comparti occupa il primo posto in uno dei tre indicatori utilizzati per la classifica. Il caffè ha la struttura finanziaria più solida, i distillati la maggiore redditività commerciale e il *food equipment* la maggiore capacità di crescita sui mercati. Tuttavia i tre comparti hanno performance molto equilibrate anche negli altri indicatori, questo fa sì che siano posizionati ai vertici della classifica come aziende in grado di sviluppare una crescita redditizia e sostenibile dal punto di vista finanziario.

I comparti della **pasta** e dei **dolci**, che occupano la quarta e la quinta posizione, hanno buone performance per quanto riguarda la marginalità commerciale e il tasso di indebitamento, tuttavia hanno performance poco soddisfacenti per quanto attiene la crescita. Il comparto del **vino** occupa una posizione mediana in tutti e tre gli indicatori. L'**olio** ha un tasso di crescita molto elevato a cui corrisponde una forte criticità dal punto di vista della redditività e della struttura finanziaria. Il **latte** ha un discreto posizionamento per quel che riguarda la crescita ma performance negative in termini di redditività e sostenibilità finanziaria. I comparti dell'**acqua** e della **salumeria** presentano forti criticità nei tre indicatori ed evidenziano la presenza di problematiche strutturali.

L'AGROALIMENTARE SEMPRE PIÙ IMPORTANTE PER L'ECONOMIA ITALIANA

Il *Food Industry Monitor* ha, infine, fotografato il posizionamento del settore agroalimentare italiano rispetto ad altri settori molto importanti per l'economia italiana quali quello meccanico, l'arredamento (legno e mobili) e l'abbigliamento. Questo confronto intersettoriale mostra che il settore del *food* è cresciuto in termini di ricavi e valore aggiunto a tassi sensibilmente superiori rispetto al PIL nazionale. La crescita del valore aggiunto nel 2012 e 2013, in particolare, è stata determinata dalle azioni di revisione dei processi produttivi. La produttività del capitale investito dell'agroalimentare è sostanzialmente allineata al valore generale. Tuttavia, la redditività del capitale (*ROE*) del settore agroalimentare italiano è sensibilmente più elevato rispetto a quella delle aziende italiane del campione di riferimento preso in esame (MBRES). Si tratta di un risultato determinato dalla buona redditività netta delle aziende agroalimentari italiane che hanno un conto economico meno penalizzato, rispetto al campione, da costi di natura non ricorrente e dagli oneri finanziari. Il confronto mostra, inoltre, che le aziende del settore cibo & bevande hanno un ritorno sugli investimenti (*ROI*) in linea con quelle dei settori manifatturieri rappresentativi dell'economia nazionale ma risultano essere leggermente meno indebitate e hanno un trend di riduzione dell'indebitamento.



The Food Industry Monitor

Le sfide competitive per le aziende del settore food & beverage

"Il settore è stato colpito pesantemente dalla crisi dei consumi nel mercato interno e le aziende hanno subito una contrazione della domanda e forti pressioni sui prezzi. In tutti i comparti sono state messe in atto delle strategie di crescita per reagire all'evoluzione del mercato. Nel complesso il risultato è stato estremamente positivo, il settore del food è cresciuto a ritmi superiori rispetto all'economia nazionale, tuttavia non in tutti i comparti abbiamo potuto osservare comportamenti virtuosi. Infatti solo alcune aziende, concentrate prevalentemente nei comparti del Food Equipment, Caffè e Distillati, sono riuscite a mantenere un bilanciamento ottimale tra crescita dei ricavi, margini di profitto e equilibrio finanziario. Se ne ricavano due messaggi: in primo luogo la crescita virtuosa non può prescindere dall'innovazione di prodotto e processo, che consente di incrementare i margini, in secondo luogo le aziende devono dedicare alla gestione finanziaria lo stesso livello di attenzione che dedicano all'innovazione, in quanto la crescita profittevole deve poggiare su solide basi patrimoniali" afferma **Carmine Garzia**, professore di management all'UNISG e coordinatore scientifico del Food Industry Monitor.

Gabriele Corte, responsabile del mercato italiano di BSI Europe, spiega i motivi che hanno spinto la banca a lanciare l'osservatorio insieme all'UNISG. "Il settore agroalimentare, nelle sue varie sfaccettature, è una delle colonne portanti dell'economia italiana. Paradossalmente risulta uno dei meno studiati e di conseguenza valorizzati. BSI e UNISG hanno quindi deciso di dar vita ad uno studio sistematico e pluriennale del mondo alimentare italiano con un approccio fortemente pragmatico tipico dei due istituti. Analizzando le singole aziende la volontà è quella di evidenziare punti di forza e di debolezza del settore, individuando fattori critici di successo da condividere con i nostri partner. Il Food Monitor di BSI e UNISG porta all'attenzione l'enorme valore intrinseco nel settore e fornisce elementi utili agli imprenditori per ulteriormente affinare le proprie strategie aziendali" dichiara Corte.

Ulteriori informazioni sul **Food Industry Monitor** sono disponibili su www.unisg.it/ricerca/food-industry-monitor/ da cui si potranno scaricare anche i relativi report e presentazioni.

BSI

Fondata a Lugano nel 1873, BSI è una delle più antiche banche in Svizzera ed è specializzata nel private wealth management. Con CHF 92,3 miliardi di patrimoni in gestione (al 31/12/2014) e circa 2000 dipendenti, BSI è presente sui principali mercati finanziari internazionali in Europa, America Latina, Medio Oriente e Asia. BSI è attiva in Italia attraverso la succursale italiana di BSI Europe, banca lussemburghese posseduta al 100% dal Gruppo BSI. BSI Europe fornisce servizi finanziari di alta gamma, con un'offerta di private banking completa e con soluzioni personalizzate in grado di soddisfare ogni esigenza di natura finanziaria, sia essa privata o societaria. BSI Europe Succursale Italiana è presente a Milano e a Como.

Il Gruppo BSI è presente in Italia anche attraverso EOS Servizi Fiduciari, fiduciaria statica attenta all'evoluzione della normativa e vicina alle esigenze della clientela, che ha sede a Milano e Genova, BSI Merchant, boutique di consulenza per servizi di corporate finance ed Aeon Trust, la trust company italiana del Gruppo. www.bsieurope.it

Università delle Scienze Gastronomiche-UNISG

L'UNISG, nata nel 2004 per volontà dell'associazione internazionale Slow Food, in collaborazione con le Regioni Piemonte ed Emilia Romagna, è un'università privata legalmente riconosciuta dallo Stato Italiano. L'Università, che è presieduta da Carlo Petrini e ha come rettore il Prof. Piercarlo Grimaldi, è oggi un centro di ricerca e formazione di eccellenza riconosciuto a livello internazionale per le tematiche inerenti il settore del food, che offre programmi di Laurea Triennale, Laurea Specialistica e Master, prevalentemente in lingua inglese. L'Università ha ospitato negli ultimi 10 anni oltre 1.700 studenti provenienti da 76 paesi diversi. L'Università gode del sostegno finanziario di un network di 150 aziende (tra partner strategici e soci sostenitori) che non si limitano al ruolo di finanziatori, ma sviluppano attività di ricerca applicata con i docenti dell'Università. Le aziende del network includono alcuni tra i maggiori player nazionali ed internazionali del settore. www.unisg.it

Contatti Media	
Università delle Scienze Gastronomiche - UNISG Ufficio Comunicazione UNISG tel. +39 0172 458 532-515 fax +39 0172 458 550 comunicazione@unisg.it Twitter: #FoodMonitor15	BSI Valeria Montesoro - Head of Institutional Communication & Media Relations Tel.: +41 (0)58 8093973 - valeria.montesoro@bsibank.com Luciano Crobu - Deputy Head of Media Relations Tel.: +41 (0)58 8093981 - luciano.crobu@bsibank.com

