



ALESSANDRO SANTINI

Food Finance

L'osservatorio di MAG su cibo e investimenti

a cura di eleonora fraschini*

*Per segnalare operazioni per questa rubrica scrivere a eleonora.fraschini@lcpublishinggroup.com

Crescita record del 12% nel 2022 per il settore alimentare italiano, dopo un 2021 comunque positivo. Alla base del trend, ci sono i fatturati eccellenti realizzati dalle aziende nel periodo post-Covid. Molto positive anche le esportazioni (+16% a valore), superiori alle performance ottenute nel 2021 (+11,7%). La crescita del settore proseguirà anche nel biennio 2023-2024 con tassi superiori al Pil: per il 2023 si prevede un +8,4% e per il 2024 un +5,7%, mentre le esportazioni si attesteranno su una crescita intorno al 10%. Sono questi i principali risultati del Food Industry Monitor (FIM) 2023, realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e da Ceresio Investors e presentato

I criteri del Food Industry Monitor

Il Food Industry Monitor analizza le performance di un campione di 850 aziende, con un fatturato aggregato di circa 70 miliardi di euro, attive in 15 comparti del settore food. L'osservatorio analizza le performance storiche delle aziende del food dal 2009 al 2022, 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 2023-2024. ▣

nelle aule dell'Università, con la media partnership di *Foodcommunity*.

«Il settore del food cresce seguendo l'onda lunga dell'economia italiana. Il tema inflazione resta centrale per capire come evolveranno i consumi delle famiglie nella seconda metà del 2023 e nel 2024, in quanto un'erosione significativa del potere d'acquisto comporterebbe un ridimensionamento della crescita», ha commentato **Carminè Garzia**, responsabile scientifico dell'Osservatorio, docente di management presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo.

«L'aumento del costo delle materie prime ha determinato un peggioramento degli indici di redditività: le aziende italiane del comparto si caratterizzano per un certo dinamismo e rapidità di esecuzione, ma sono ancora troppo piccole per fare leva sui volumi di acquisito e per realizzare economie di scala che permetterebbero di ridurre i costi operativi», sottolinea **Alessandro Santini**, head of corporate & investment banking per Ceresio Investors. Quello della crescita dimensionale rimane pertanto ancora un tema incompleto e da risolvere: incentivare le aggregazioni e spingere la crescita attraverso fusioni e acquisizioni e quindi andare verso un maggior consolidamento di settore porterebbe ad avere aziende più solide e competitive anche sui mercati internazionali (mercati in cui dimensione, maggiore gamma prodotti e solidità finanziaria sono fondamentali) e le renderebbe sempre più attrattive anche per eventuali investitori che potrebbero fare da acceleratore alla crescita.

NEL 2024 ATTESE LE CONSEGUENZE DELL'INFLAZIONE

Le turbolenze internazionali, l'inflazione e le tensioni sui prezzi delle materie prime hanno avuto un effetto principalmente sulla redditività commerciale (ROS) che fa registrare una lieve riduzione nel 2022, con un valore pari al 4%. Scende anche la redditività del capitale investito (ROIC) al 6,5% per effetto dell'aumento del capitale investito in scorte di materie prime e semilavorati. Ma per il 2023 si prevede una ripresa del ROIC con valori vicino alla media del periodo, mentre continuerà la pressione sui margini commerciali e quindi sul ROS.

Il trend positivo di breve periodo del settore food beneficerà dell'andamento dell'economia italiana che nel 2023 crescerà ben oltre le attese. Il dato del 2024 potrebbe invece essere influenzato negativamente dall'erosione del potere di acquisto delle famiglie per la corsa dell'inflazione che non sembra rallentare. I comparti farine, surgelati, latte, distillati, salumi e vino saranno interessati, nel 2023, da una crescita dei ricavi a due cifre e performance altrettanto positive al di sopra della media del settore sono previste per pasta e birra.

I comparti conserve, del caffè, dell'acqua, dell'olio e dei dolci otterranno buone performance di crescita, seppure di entità minore e al di sotto della media del settore.



LE START-UP DEL FOOD ITALIANO

Per l'edizione 2023 del Food Industry Monitor è stato condotto uno studio unico nel panorama italiano che ha permesso di identificare le start-up operanti nel settore food e analizzarne le caratteristiche distintive dei modelli di business e le performance. L'analisi si è focalizzata su un campione di 3.367 imprese create negli ultimi 10 anni (dal 2012 al 2021) nei diversi comparti del food e suddivise in tre gruppi, in base alla tipologia di struttura proprietaria (start-up indipendenti, start-up supportate da partner industriale, start-up supportate da investitore).

L'età media degli imprenditori e delle imprenditrici che hanno fondato le aziende è piuttosto elevata (48 anni circa), in particolare il 43,4% delle aziende è stato fondato dalla generazione dei baby boomer (nati tra il 1965 e il 1979). L'incidenza di imprenditrici sul totale dei fondatori varia a seconda del tipo di start-up: le donne rappresentano il 31,5% nelle start-up indipendenti, il 16,9% nel caso delle start-up industriali e solo l'11,9% nelle start-up supportate da investitore finanziario. In termini di presenza nei CdA, il gender gap resta significativo con solo il 22,8% del totale degli amministratori e amministratrici di sesso femminile, si tratta di un dato leggermente migliore rispetto alla presenza delle donne nei CdA delle aziende del food che si attesta al 21,7%.

Dal punto di vista delle dimensioni (in termini di ricavi) si rileva che il 79% delle aziende del campione ha ricavi inferiori al milione di euro, il 17% tra un milione e i 5 milioni e solo il 4% ha ricavi superiori a 5 milioni di euro. Le aziende indipendenti sono prevalentemente di piccole dimensioni, con un fatturato medio di un milione di euro, contro gli oltre 4 milioni delle aziende con investitore industriale e i 2 milioni di quelle supportate da investitore finanziario.

Dal confronto tra le performance del campione start-up e dell'intero settore food emergono per le start-up migliori performance di crescita pari al 24%. La situazione si inverte se si considera la redditività commerciale media (2015-2021), parametro sul quale le aziende del food si



posizionano nettamente meglio rispetto alle start-up. Relativamente alla ricerca e sviluppo, nei 10 anni analizzati le aziende del campione hanno depositato 316 brevetti. Le start-up più attive su questo fronte sono quelle industriali che rappresentano il 59% di tutti i brevetti. Infine, le performance di crescita pluriennali sono leggermente più positive per le aziende con alle spalle investitori istituzionali, seguite dalle aziende indipendenti e dalle aziende supportate da partner industriali.

«Dobbiamo guardare alle nuove imprese con grande interesse perché da loro verrà la linfa vitale che andrà ad alimentare lo sviluppo del settore nel prossimo futuro.

Le nuove imprese non sono solo un motore della crescita, ma anche un agente di cambiamento e di rinnovamento sei modelli di business.

La nostra ricerca evidenzia come le grandi aziende siano sempre più aperte ad alleanze strategiche con le start-up nelle quali investono rilevanti risorse economiche», conclude

Gabriele Corte, direttore generale di Banca del Ceresio. □