

Non c'è vento a favore per chi non conosce il porto



Ambrosetti Club
**Community Food
& Beverage**

La Roadmap del futuro per il Food&Beverage

Quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni

The European House - Ambrosetti è stata nominata anche nel 2021, per l'ottavo anno consecutivo - nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale nell'ultima edizione del "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania. The European House - Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 112 realtà Top Employer 2021 in Italia.

© 2021 The European House - Ambrosetti S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Questo documento è stato ideato e preparato da The European House - Ambrosetti per il cliente destinatario; nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta per terze parti o da queste utilizzata, senza l'autorizzazione scritta di The European House - Ambrosetti. Il suo utilizzo non può essere disgiunto dalla presentazione e/o dai commenti che l'hanno accompagnato.

Agenda

- **The European House – Ambrosetti e la Community Food&Beverage**
- Il contributo della Valtellina allo sviluppo della filiera agroalimentare italiana
- La fotografia della filiera agroalimentare in Italia e i 10 punti di forza del settore
- Gli impatti dell'emergenza COVID-19 a più di un anno dalla crisi
- Le criticità che rallentano lo sviluppo del settore agroalimentare italiano
- Le priorità per rilanciare l'attrattività delle aziende Food&Beverage italiane: quale Agenda per l'Italia

The European House – Ambrosetti

I nostri numeri, i nostri successi

500
EVENTI

Realizzati nel 2020, di cui il 68% in digitale, il 19% in fisico e il 13% phygital

1
PIATTAFORMA PROPRIETARIA PER REALIZZARE INIZIATIVE PHYGITAL

Know-how e tecnologia proprietaria per realizzare workshop, seminari, eventi digitali complessi

3.000
ESPERTI

Nazionali e internazionali ingaggiati ogni anno

Oltre **10.000**
MANAGER
1.000
CLIENTI

Manager accompagnati nei loro percorsi di crescita e clienti serviti nella consulenza ogni anno

200
STUDI E SCENARI

Strategici da indirizzare a Istituzioni e aziende nazionali ed internazionali ogni anno

1°
THINK TANK

Privato italiano, quarto nell'Unione Europea, tra i più rispettati e indipendenti su 11.175 a livello globale attraverso una survey indirizzata a 73.000 leaders di imprese, istituzioni e media, in oltre 100 Paesi nel mondo (*)

TOP EMPLOYER 2021

Una delle 112 realtà Top Employer 2021 in Italia sulla base dell'analisi specifica di 6 aree di policy HR e di oltre 400 best practice monitorate

46
ANNI

del Forum di Cernobbio: i partecipanti dell'ultima edizione esprimono un fatturato aggregato di 1,3 trilioni di Euro (76,1% del PIL italiano) ed Asset gestiti pari a circa 47,6 trilioni di Euro; 9 governi rappresentati

240
PERSONE
Di cui **53%**
DONNE

Accomunate dalla stessa passione e voglia di fare

120
FAMIGLIE

Imprenditoriali assistite nell'ultimo anno, tramite consulenza nei Patti di Famiglia e Sistemi di Governance

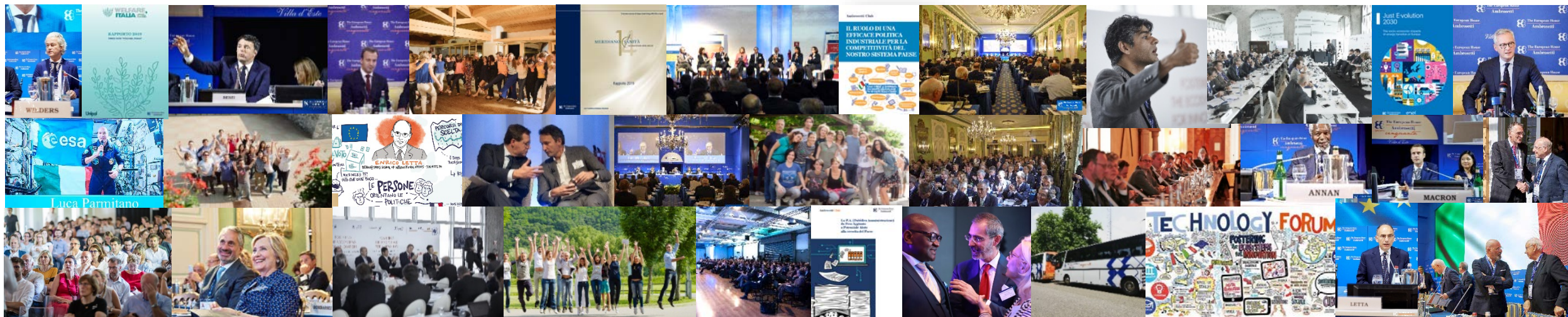
16
PAESI

Con presenza diretta o partnership

7
THINK TANK E SUMMIT INTERNAZIONALI

Riconosciuti come una best-practice internazionale da parte dell'ASEAN Community (7 Paesi/aree: ASEAN, Cina, Francia, Medio Oriente, Stati Uniti, Sudafrica, Unione Europea – Bruxelles)

(*) Nell'ultima edizione del Global Go To Think Tanks Report della University of Pennsylvania



Il percorso 2020/2021 della Community Food&Beverage

27 OTTOBRE 2020

Tecnologia e innovazione per la sostenibilità agroalimentare
Niccolò Branca (*Gruppo Branca International*), Luca Fernando Ruini (*Conai*) e Angelo Vittorio Zambrini (*Tecnoalimenti*)

11 NOVEMBRE 2020, MILANO

La marca globale nell'era post-COVID, visione e strategie per il futuro
Incontro con Luca Garavoglia (*Presidente Gruppo Campari*)

CAMPARI

17 FEBBRAIO 2021

Envisioning retail and e-commerce new-normal: tendenze emergenti e sfide future
Alexis Mavrommatis (*Associate Professor, Department of Marketing, ESADE*)

22 FEBBRAIO 2021, SONDRIO

Il ruolo della filiera agroalimentare per il rilancio sostenibile del Paese
Ettore Prandini (*Presidente Coldiretti*)



18 MAGGIO 2021

Mariangela Marseglia (*Country Manager Amazon.it e Amazon.es*)



**FORUM FOOD PHYGITAL
4 E 5 GIUGNO 2021, BORMIO (SO)**

30 GIUGNO 2021, MILANO

Stephane Cluzet (*General Manager Italy Martini & Rossi*)



19 OTTOBRE 2020

Alimentazione e sostenibilità: quali sfide per il futuro?
Rosario Ambrosino (*Amministratore Delegato Elior*)



28 GENNAIO 2021

Ambiente, Nutrizione, Comunità: l'impegno di Nestlé per un futuro sostenibile
Marco Travaglia (*Amministratore Delegato Nestlé Italia*)



9 FEBBRAIO 2021

Alimentazione, sport e salute. Quale relazione e quali sfide per i prossimi anni
Fulvio Matteoni (*Amministratore Delegato Decathlon Italia*)



4 MARZO 2021, BOLOGNA

Le sfide del retail nel post-COVID
Francesco Pugliese (*Amministratore Delegato Conad*)



24 MARZO 2021

Evento di apertura di Marca 2021
Dall'emergenza al rilancio sostenibile: il contributo della Marca del Distributore con tra gli altri: Marco Pedroni (*Presidente ADM*) e Stefano Bonaccini (*Presidente Regione Emilia-Romagna*)



29 GIUGNO 2021, BARGINO (FI)

Marchesi Antinori: verso un Futuro antico
Piera Antinori (*Vice Presidente Marchesi Antinori*)



Un ringraziamento a tutti i **Partner** della Community Food&Beverage 2021

Main Partner:



Partner:



Con il Patrocinio di:



Agenda

- The European House – Ambrosetti e la Community Food&Beverage
- **Il contributo della Valtellina allo sviluppo della filiera agroalimentare italiana**
- La fotografia della filiera agroalimentare in Italia e i 10 punti di forza del settore
- Gli impatti dell'emergenza COVID-19 a più di un anno dalla crisi
- Le criticità che rallentano lo sviluppo del settore agroalimentare italiano
- Le priorità per rilanciare l'attrattività delle aziende Food&Beverage italiane: quale Agenda per l'Italia

La 5^a edizione del Forum finale della Community Food&Beverage quest'anno si sposta a **Bormio**

Venerdì 4 giugno
14:00-19:15

- Presentazione del rapporto 2021 “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”
- Lo scenario dei consumi dopo oltre un anno dallo scoppio della crisi COVID-19
- Il valore e il contributo dello sport per il rilancio del Paese
- Nuovi approcci per accompagnare l'evoluzione delle preferenze del consumatore
- “Sostenibilità e salute: i requisiti per un'azienda all'avanguardia”. Presentazione del caso strategico Galbusera
- Il ruolo dei territori italiani per il rilancio della filiera agroalimentare e del Paese

Sabato 5 giugno
9:00-17:15

- Intervento del Commissario Europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale
- Alimentazione e salute: quali sfide per i prossimi anni
- “Sostenibilità e rigenerazione territoriale: il cuore del progetto strategico di Levissima”. Presentazione del caso strategico Levissima
- Sport e sana alimentazione
- Sostenibilità e qualità come premesse per performance vincenti
- “Qualità e Innovazione al centro del disegno strategico”. Presentazione del caso strategico Noberasco
- Innovare per diventare competitivi e sostenibili

Domenica 6 giugno
(mattina)

Escursioni ciclistiche in compagnia dei campioni sportivi

- Laghi di Cancano
- Passo dello Stelvio



#ForumFood2021

La Valtellina è un territorio
**ricco di eccellenze
agroalimentari,**
che producono un valore
significativo per la provincia
di Sondrio e la Regione
Lombardia



Il settore agroalimentare in provincia di Sondrio genera un **valore rilevante per il territorio**, con un'incidenza superiore alle medie regionali e nazionali



2.469 imprese attive, di cui **189** nel F&B e **2.280** in agricoltura, silvicoltura e pesca (2019)

18,7% del totale delle imprese della provincia (incidenza imprese agri-food **3,3 volte superiore** alla media della Lombardia)



6.533 addetti, di cui **2.853** nel F&B e **3.680** in agricoltura, silvicoltura e pesca (2019)

11,7% del totale degli occupati della provincia (incidenza addetti agri-food **3,5 volte superiore** alla media della Lombardia)



€96,3 mln export, di cui **€89,8 mln** del F&B e **€6,5 mln** del comparto agricolo (2020)

13,3% del totale dell'export della provincia (incidenza export agri-food **2,1 volte superiore** alla media della Lombardia)



42 prodotti agroalimentari con denominazione territoriale (2019)

1^a provincia lombarda (16% del totale della Regione)

Altri motivi per i quali la Valtellina è un'eccellenza dell'enogastronomia italiana



4^a provincia lombarda per produzione di **vino**



3^a provincia italiana per impatto economico territoriale dei prodotti a base di **carne certificata** (dopo Parma e Udine)



Più vasta area terrazzata d'Italia (2.500 km di muretti a secco di vigne), candidata ad essere iscritta fra i beni Unesco come **Patrimonio Culturale dell'Umanità**



90% della produzione di **mele** in Lombardia



80% della produzione nazionale di **bresaola**



Unico consorzio italiano a rappresentare **2 formaggi DOP** (Consorzio per la Tutela dei Formaggi Valtellina Casera e Bitto)



>1.700 tonnellate di pizzoccheri prodotti annualmente, che hanno ottenuto il marchio **IGP** nel 2016

Il territorio della Valtellina si caratterizza inoltre per un'elevata **attrattività turistica**

In provincia di Sondrio:



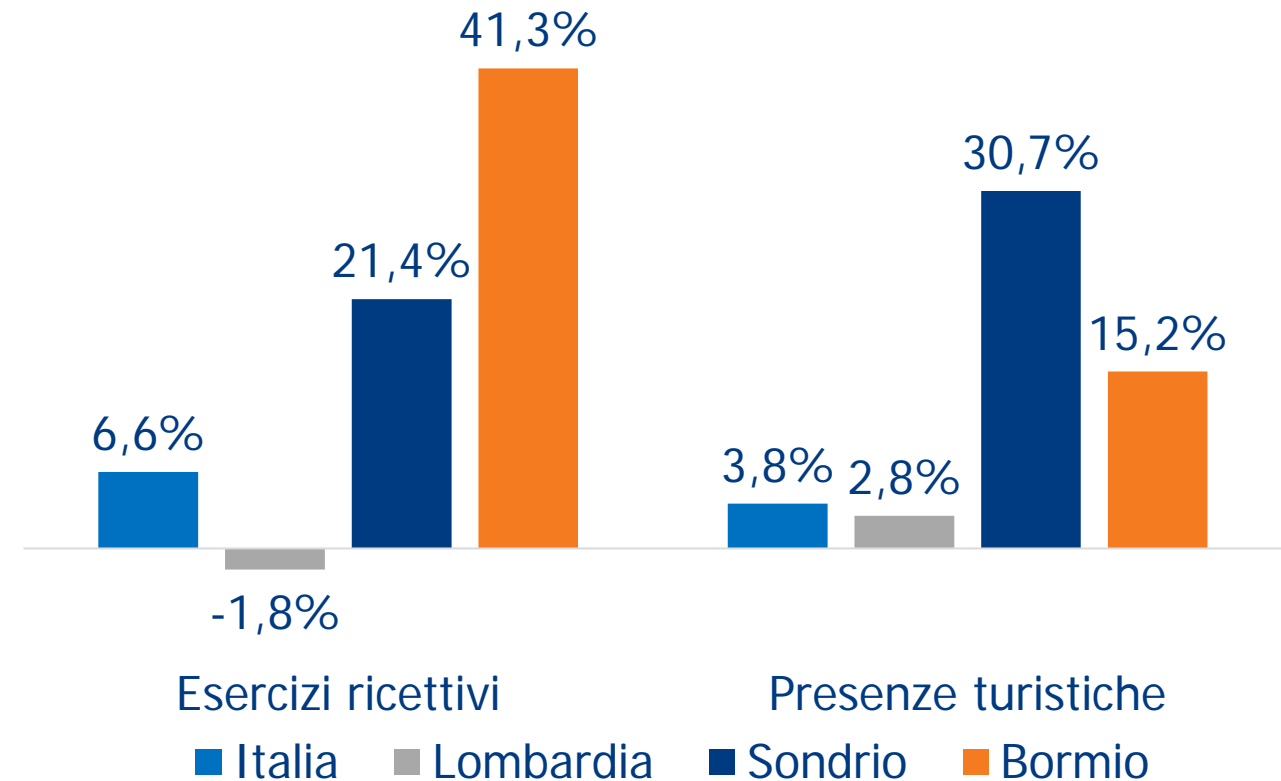
1.168 esercizi
ricettivi (2019)
+21,4% vs. 2017
di cui **113** a Bormio
(2019)
+41,3% vs. 2017



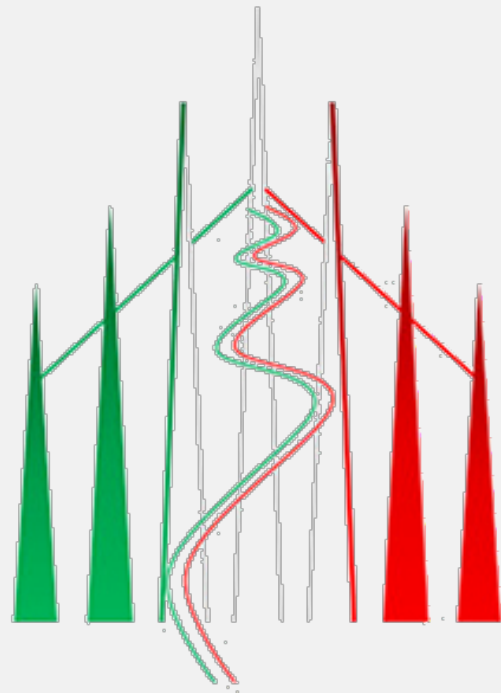
3 milioni
presenze turistiche (2019)
+30,7% vs. 2017
di cui **531mila** a
Bormio (2018*)

**1^a provincia
Centro-Nord
e 5^a in Italia**
per crescita
delle presenze
turistiche
(2017-2019)

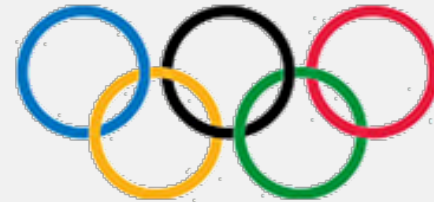
Crescita degli esercizi ricettivi e delle presenze turistiche sul territorio nell'ultimo triennio (variazione percentuale), 2017-2019*



(*) Stima in attesa di dato a consuntivo ufficiale.



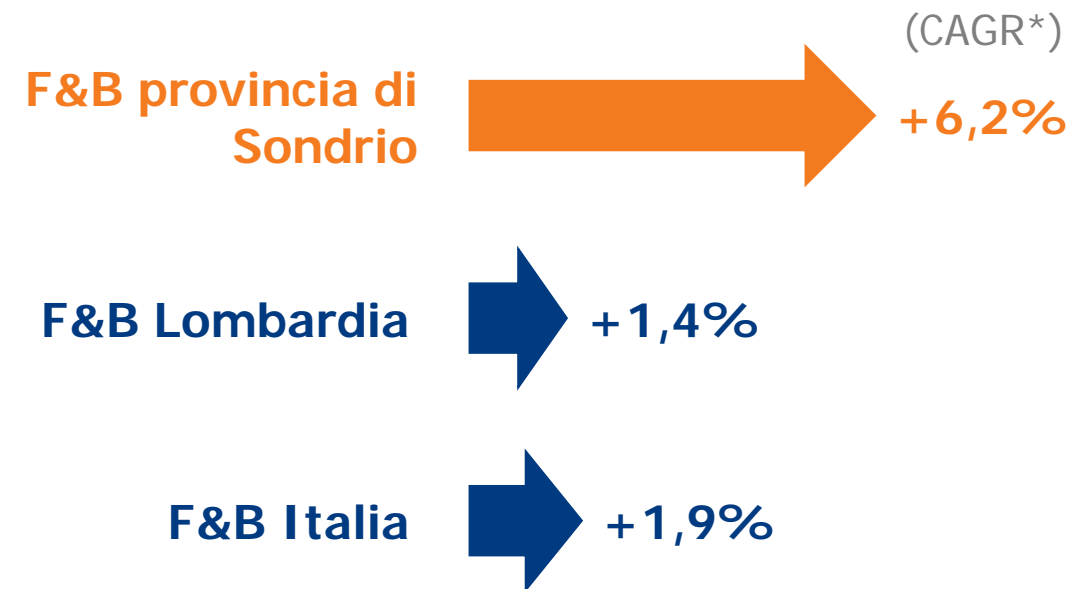
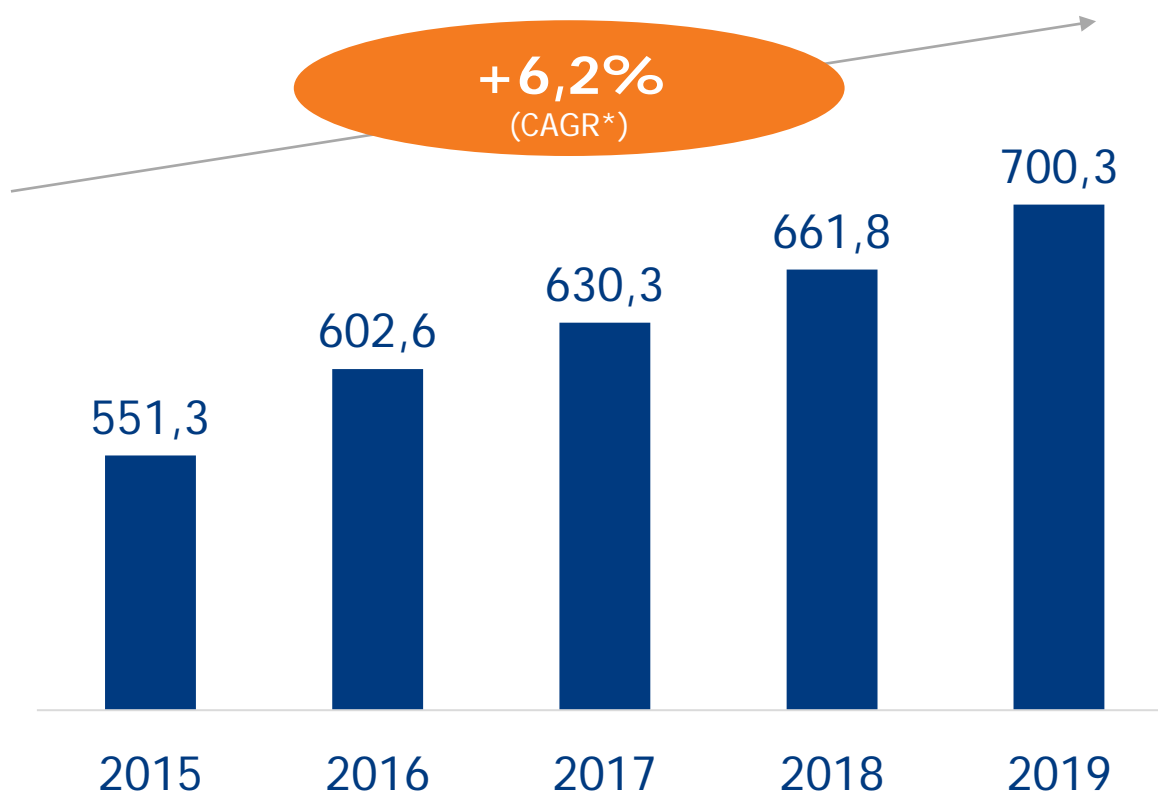
MILANO CORTINA 2026



Le montagne valtelinesi saranno protagoniste delle **Olimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026**, ospitando le gare di sci alpino maschile a Bormio e le gare di freestyle e snowboard a Livigno, dove verrà inoltre allestito il villaggio olimpico. Grazie alle Olimpiadi, stimiamo che le presenze turistiche in Valtellina verranno **raddoppiate entro il 2026**

Il settore Food&Beverage in provincia di Sondrio cresce **oltre 3 volte più veloce** delle aziende italiane e lombarde...

Fatturato delle aziende Food&Beverage della provincia di Sondrio e benchmarking
(milioni di Euro e CAGR*), 2015-2019



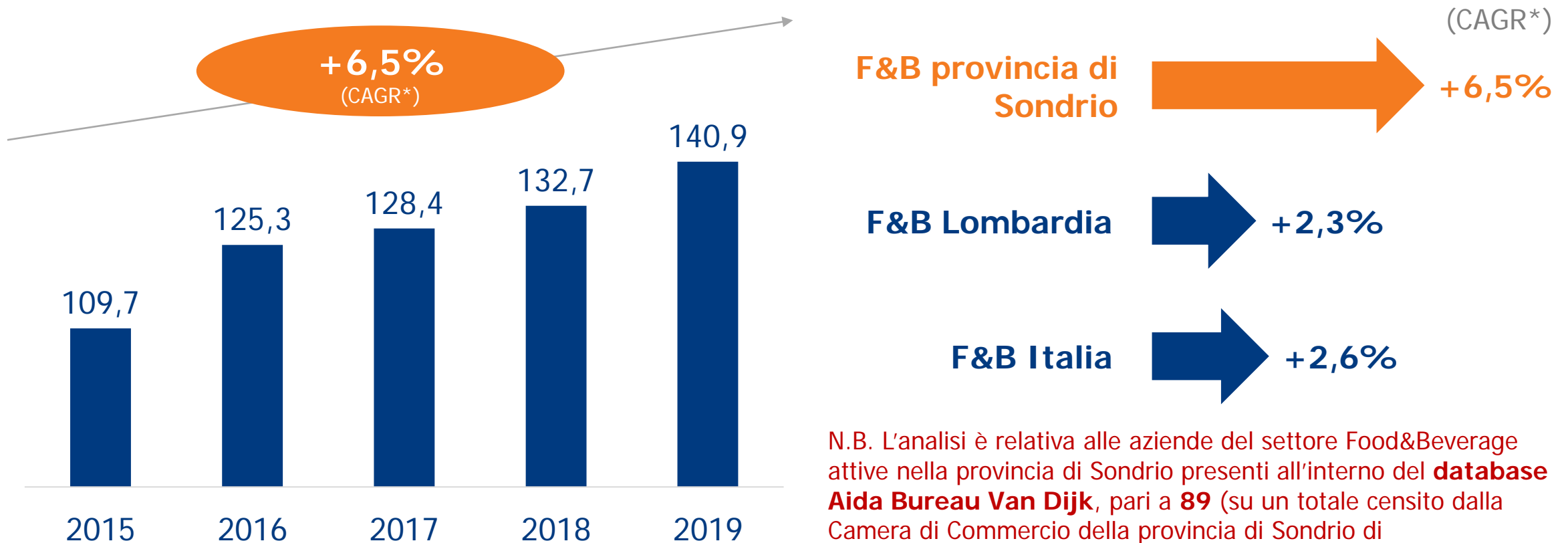
N.B. L'analisi è relativa alle aziende del settore Food&Beverage attive nella provincia di Sondrio presenti all'interno del **database Aida Bureau Van Dijk**, pari a **89** (su un totale censito dalla Camera di Commercio della provincia di Sondrio di 189 nel 2019)

(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Aida Bureau Van Dijk e Istat, 2021

...e lo stesso vale per la creazione di Valore Aggiunto...

Valore Aggiunto delle aziende Food&Beverage della provincia di Sondrio e benchmarking (milioni di Euro e CAGR*), 2015-2019



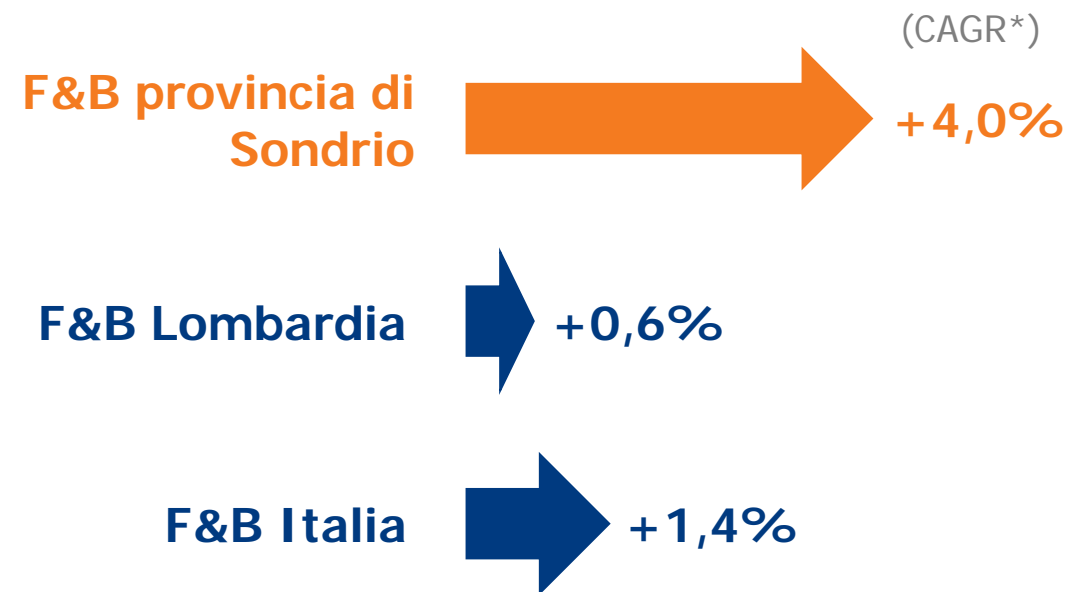
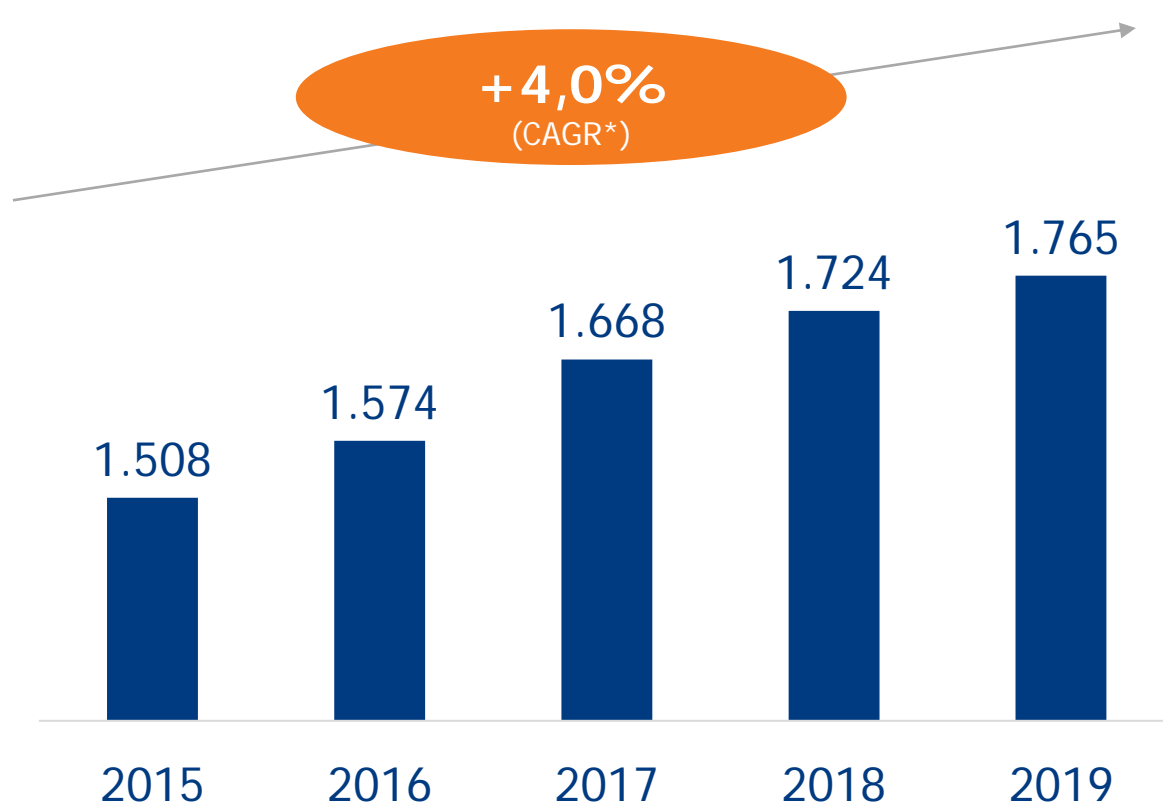
(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Aida Bureau Van Dijk e Istat, 2021

N.B. L'analisi è relativa alle aziende del settore Food&Beverage attive nella provincia di Sondrio presenti all'interno del **database Aida Bureau Van Dijk**, pari a **89** (su un totale censito dalla Camera di Commercio della provincia di Sondrio di 189 nel 2019)

...e per l'occupazione

Occupati delle aziende Food&Beverage della provincia di Sondrio e benchmarking (milioni di Euro e CAGR*), 2015-2019



N.B. L'analisi è relativa alle aziende del settore Food&Beverage attive nella provincia di Sondrio presenti all'interno del **database Aida Bureau Van Dijk**, pari a **89** (su un totale censito dalla Camera di Commercio della provincia di Sondrio di 189 nel 2019)

(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Aida Bureau Van Dijk e Istat, 2021

L'emergenza COVID-19 ha rallentato la performance di crescita delle aziende Food&Beverage della provincia di Sondrio

Impatto della crisi COVID-19 per le aziende F&B della provincia di Sondrio (milioni di Euro e var.%), 2019-2020e

FATTURATO

+1,0%
(vs +0,2% della media italiana)

VALORE AGGIUNTO

-1,8%
(uguale alla media italiana)

Se il settore **avesse mantenuto il tasso di crescita medio annuo composto dell'ultimo quinquennio** (+6,2% per fatturato e +6,5% per Valore Aggiunto) anche nel 2020, si sarebbero generati:

36,4 milioni di Euro di fatturato in più

11,7 milioni di Euro di Valore Aggiunto in più

N.B. L'analisi è stata effettuata sulla base dei risultati della **survey** 2021 di The European House – Ambrosetti sottoposta alle imprese Food&Beverage italiane tra marzo e aprile 2021.

Agenda

- The European House – Ambrosetti e la Community Food&Beverage
- Il contributo della Valtellina allo sviluppo della filiera agroalimentare italiana
- **La fotografia della filiera agroalimentare in Italia e i 10 punti di forza del settore**
- Gli impatti dell'emergenza COVID-19 a più di un anno dalla crisi
- Le criticità che rallentano lo sviluppo del settore agroalimentare italiano
- Le priorità per rilanciare l'attrattività delle aziende Food&Beverage italiane: quale Agenda per l'Italia

Nel quinquennio pre-COVID (2015-2019), il settore agroalimentare ha mostrato **grande vitalità** ed è stato un **asset strategico per la competitività del Paese**



€208,4 mld di fatturato, di cui
€146,1 mld di F&B e **€62,3 mld** del
comparto agricolo
(2019) **+9,0% vs 2015**



€45,3 mld export, di cui **€38,5 mld**
del F&B e **€6,8 mld** del comparto agricolo
(2019) **+22,8% vs 2015**



1,4 mln di occupati, di cui **476.500**
F&B e **940.300** del comparto agricolo
(2019) **+3,9% vs 2015**



1,2 mln imprese, di cui **54.866**
F&B e **1,1 milioni** aziende agricole
(2019) **-7,5% vs 2015**



€240 mld consumi
alimentari e bevande*
(2019) **+8,1% vs 2015**

(*) Inclusa la ristorazione



€66,7 mld Valore Aggiunto
agroalimentare, di cui **€31,2** del F&B e
€32,9 mld del comparto agricolo
(2019) **+3,5% vs 2015**

Il settore ha avuto un **buon livello di resilienza** anche durante la crisi COVID-19...



€208,9 mld di fatturato, di cui
€148,6 mld di F&B e **€60,3 mld** del
comparto agricolo (2020)
+0,2% vs 2019



€46,1 mld export, di cui **€39,1 mld**
del F&B e **€7,0 mld** del comparto agricolo
(2020) **+1,8% vs 2019**



1,4 mln di occupati, di cui **473.500**
F&B e **940.100** del comparto agricolo
(2020) **-0,2% vs 2019**



1,2 mln imprese, di cui **~54.000**
F&B e **1,1 milioni** aziende agricole
(2020) **-1,2% vs 2019**



€214 mld consumi
alimentari e bevande*
(2020) **-10,8% vs 2019**



€64,1 mld Valore Aggiunto
agroalimentare, di cui **€31,2** del F&B e
€32,9 mld del comparto agricolo
(2020) **-1,8% vs 2019**

(*) Inclusa la ristorazione

... ed è uno dei più rappresentativi del Made in Italy: i **10 punti di forza**



64,1 miliardi di Euro di Valore Aggiunto agroalimentare, **3 volte** l'automotive di Francia e Spagna e **più del doppio** della somma dell'aerospazio di Francia, Germania e UK



2° Paese in Europa per **quota del settore agroalimentare sul PIL (3,8%)**, preceduto solo dalla Spagna (4,0%) e più alta di quella che si registra in Francia (3,0%) e Germania (2,1%)



1° Paese europeo per **Valore Aggiunto del settore agricolo**, pari a **32,9 mld di Euro** nel 2020, davanti Francia (€31,3 mld) e Spagna (€26,6 mld)



46,1 miliardi di Euro di esportazioni agroalimentari nel 2020 (**anno record** nonostante la crisi COVID-19)



1° produttore ed esportatore mondiale di pasta, **2° produttore di frutta** in Europa (un quinto del totale), preceduto solo dalla Spagna



1° Paese al mondo per **produzione di vino**, pari al **19,4%** del totale e **2° Paese al mondo per esportazioni di vino** (€6,3 mld nel 2020), dopo la Francia (€9,8 mld)



2° settore in Italia più **attraattivo per gli investimenti**: 20% del valore delle operazioni M&A nel segmento consumer nel Paese



Tra i **top-5 paesi europei** in dirittura d'arrivo per raggiungere gli obiettivi della «Farm to Fork»: la superficie dedicata all'**agricoltura biologica** nel 2019 è pari al 15% (vs. obiettivo del 25% al 2030)



1° Paese al mondo per presenza di **ristoranti nazionali** nelle principali metropoli mondiali (Hong Kong, Tokyo, New York, Mosca, Los Angeles, Pechino, Melbourne, Buenos Aires)



1° destinazione enogastronomica al mondo indicata come meta preferita da turisti **cinesi, americani e tedeschi** (pre-COVID). **14%** dei turisti stranieri è dovuto a motivi enogastronomici

N.B. Dati riferiti al 2020 o ultimo disponibile

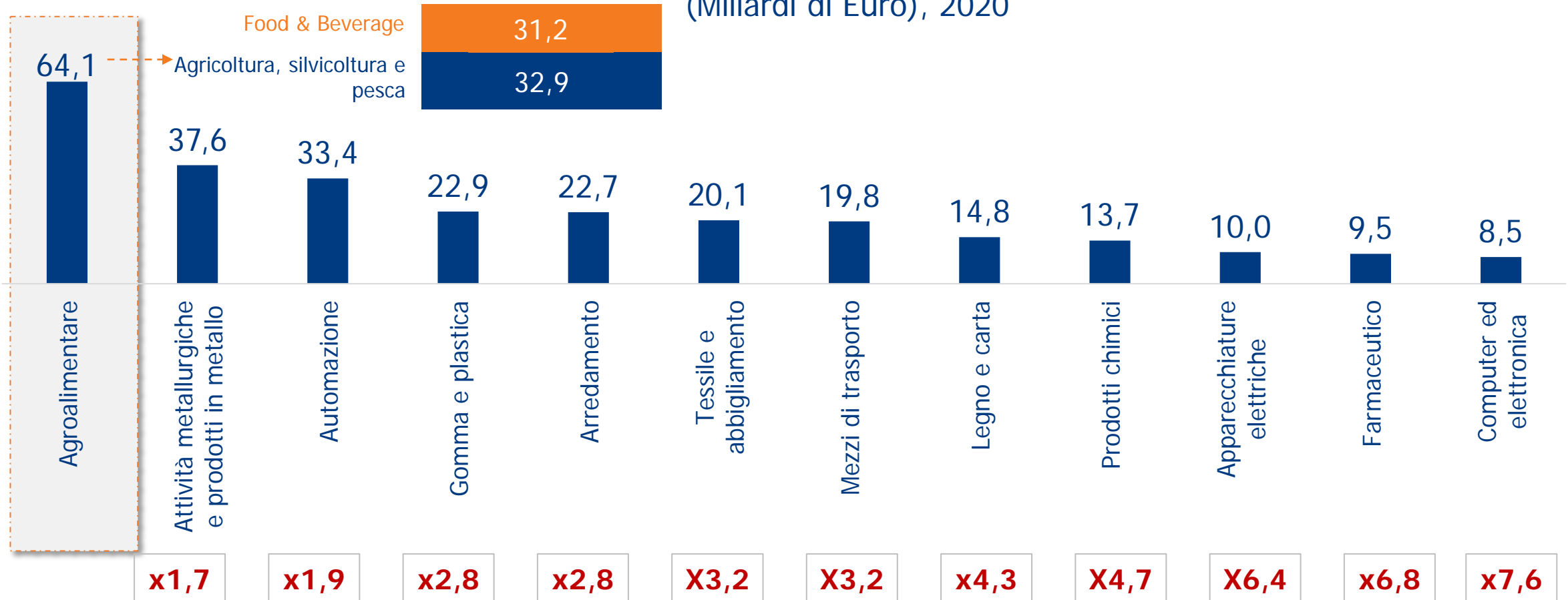
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su fonti varie, 2021

Anche nel 2020 il settore agroalimentare si conferma 1° per Valore Aggiunto generato tra le "4A" del Made in Italy

VALORE AGGIUNTO

Valore aggiunto nei principali settori manifatturieri in Italia

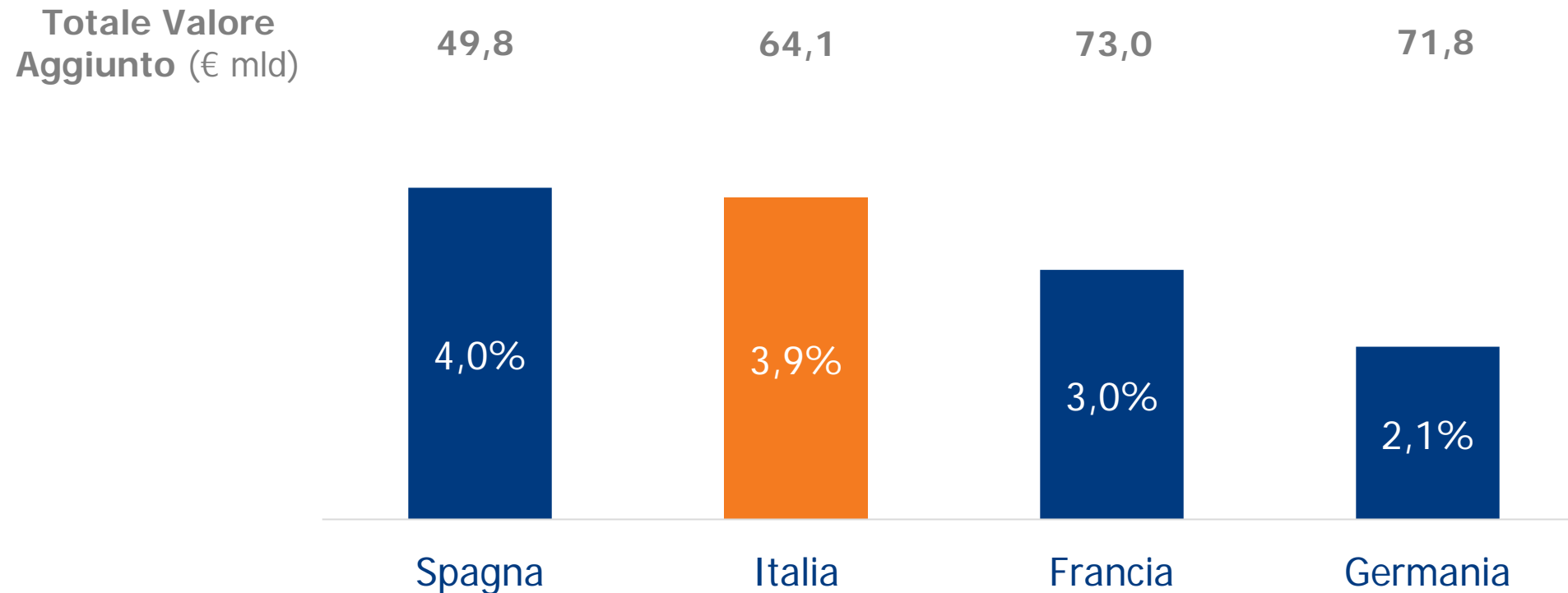
(Miliardi di Euro), 2020



L'Italia è il **2° Paese** tra i principali competitor europei per incidenza del Valore Aggiunto agroalimentare sul PIL

VALORE
AGGIUNTO

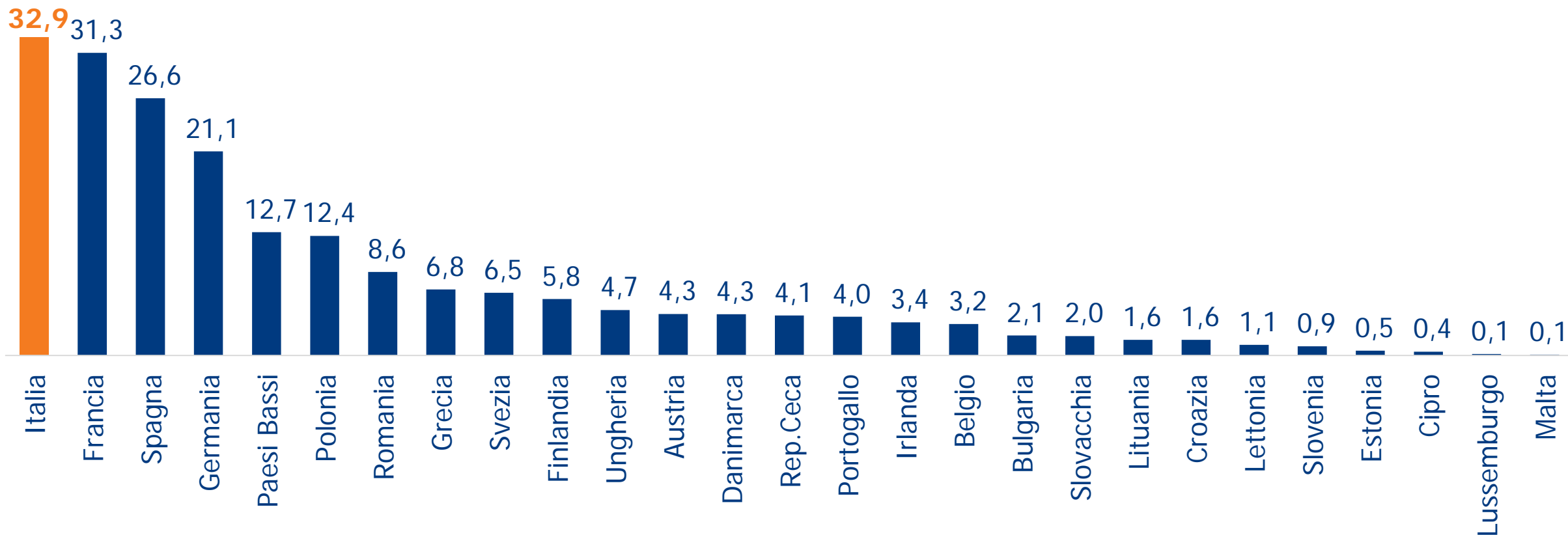
Incidenza del Valore Aggiunto agroalimentare sul PIL di Italia, Spagna, Francia e Germania
(% sul PIL), 2020



L'Italia è il 1° Paese in Unione Europea per Valore Aggiunto del settore agricolo

VALORE AGGIUNTO

Valore Aggiunto del settore agricolo nei Paesi UE-27
(miliardi di Euro), 2020



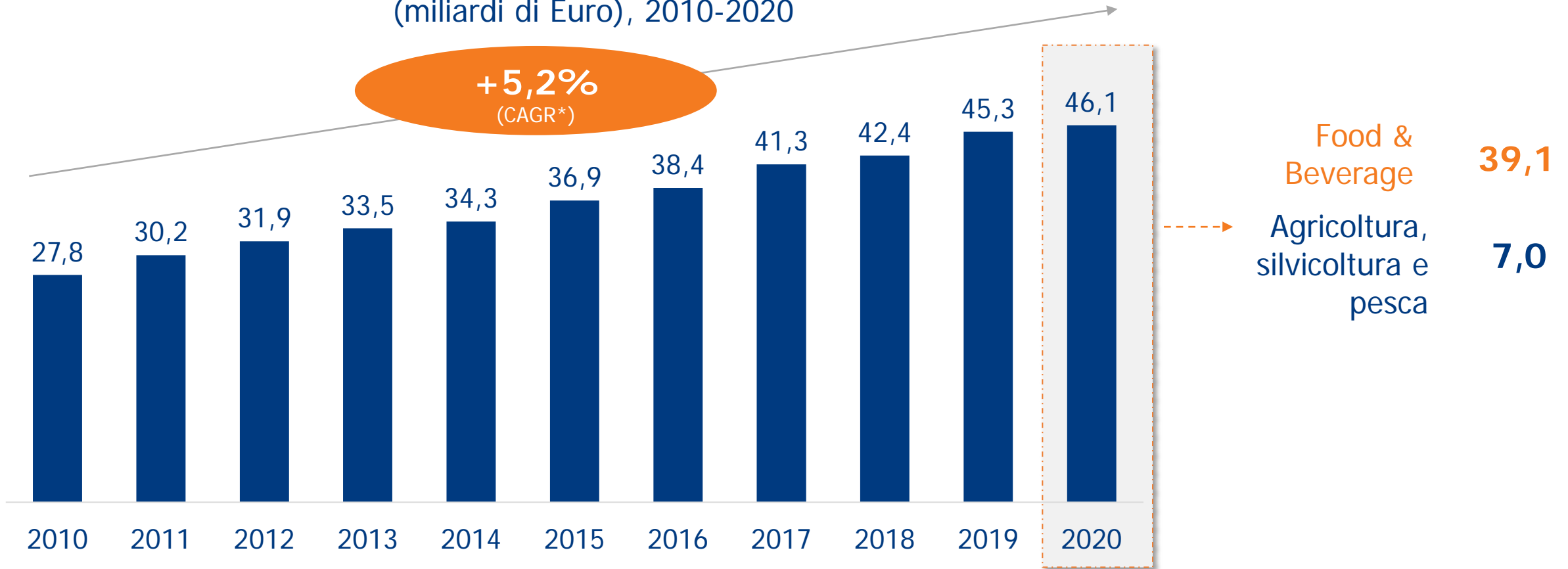
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat e Eurostat, 2021

Nonostante la crisi COVID-19, nel 2020 le esportazioni agroalimentari hanno superato il valore record di **46 miliardi di Euro**

EXPORT

Esportazioni del settore agroalimentare italiano

(miliardi di Euro), 2010-2020



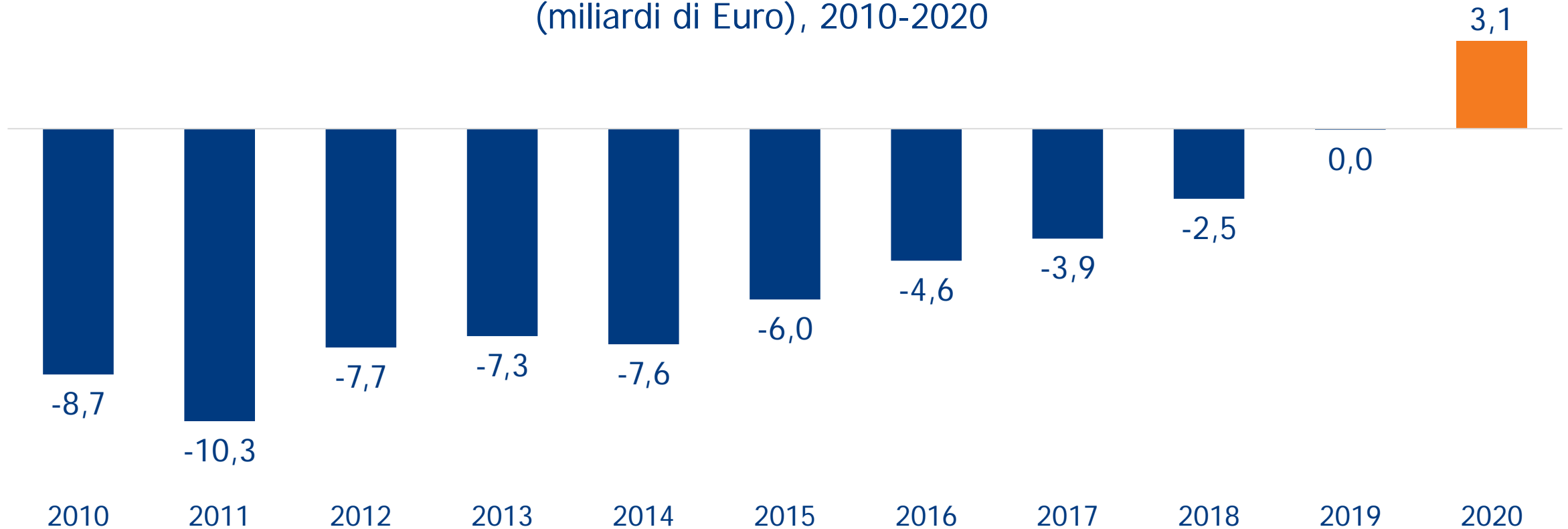
(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2021

Il 2020 è stato il primo anno nell'ultimo decennio in cui il settore ha generato un **surplus del saldo commerciale (>3 miliardi di Euro)**

EXPORT

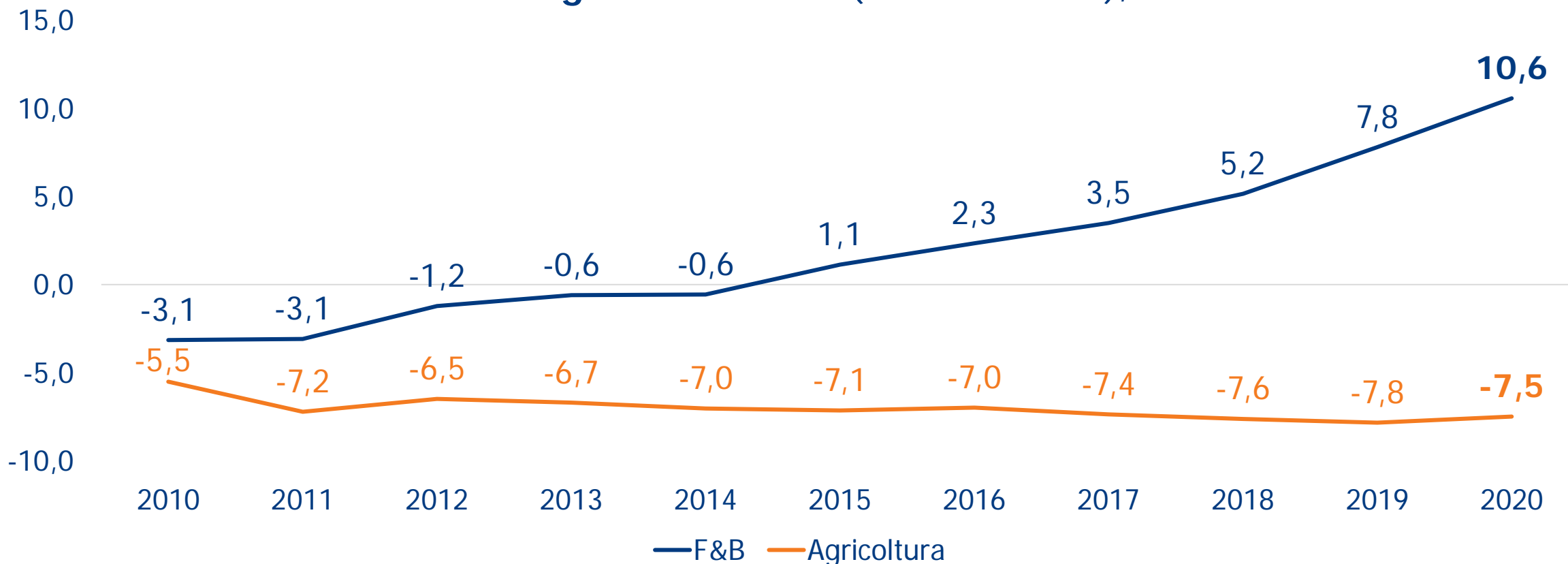
Bilancia commerciale agroalimentare dell'Italia (miliardi di Euro), 2010-2020



Il risultato positivo è dovuto all'industria di trasformazione alimentare, mentre il **settore agricolo** ha registrato un **deficit di €7,5 miliardi**

EXPORT

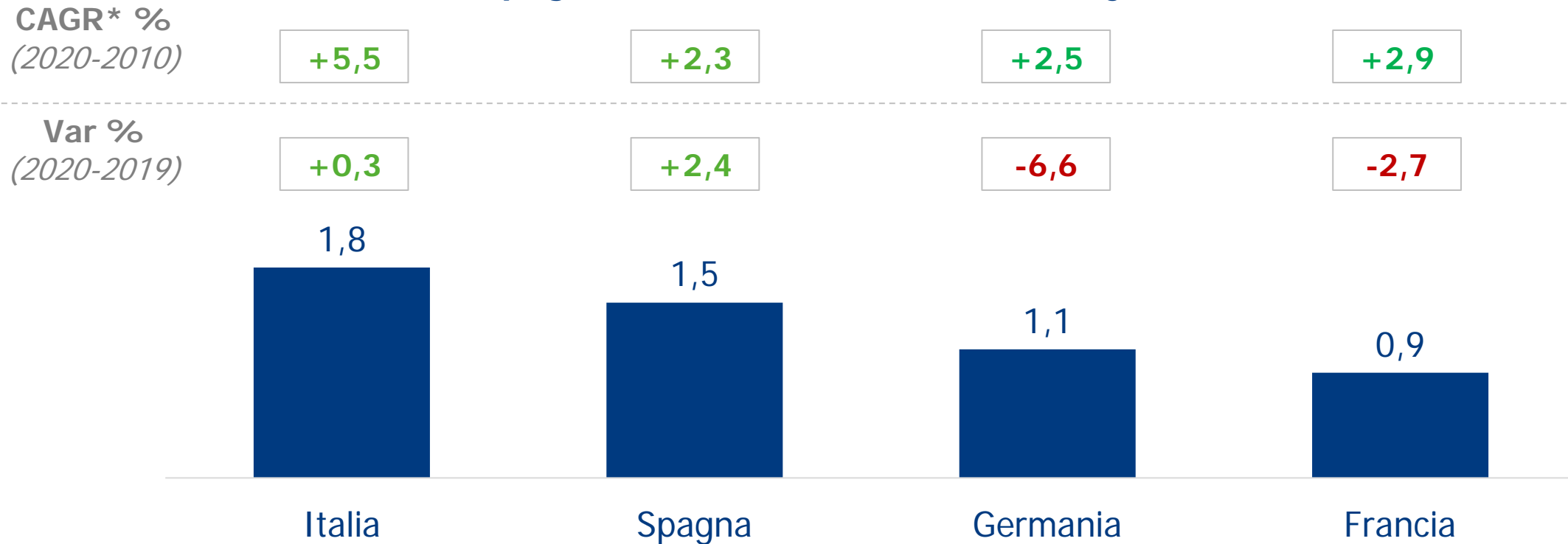
Bilancia commerciale dell'industria di trasformazione alimentare e del settore agricolo in Italia (miliardi di Euro), 2010-2020



L'Italia ha un **valore medio delle esportazioni** agroalimentari superiore rispetto a quello dei principali competitor europei, grazie all'elevata qualità dei propri prodotti

EXPORT

Valore unitario delle esportazioni agroalimentari di Italia, Spagna, Germania e Francia (Euro/kg), 2020



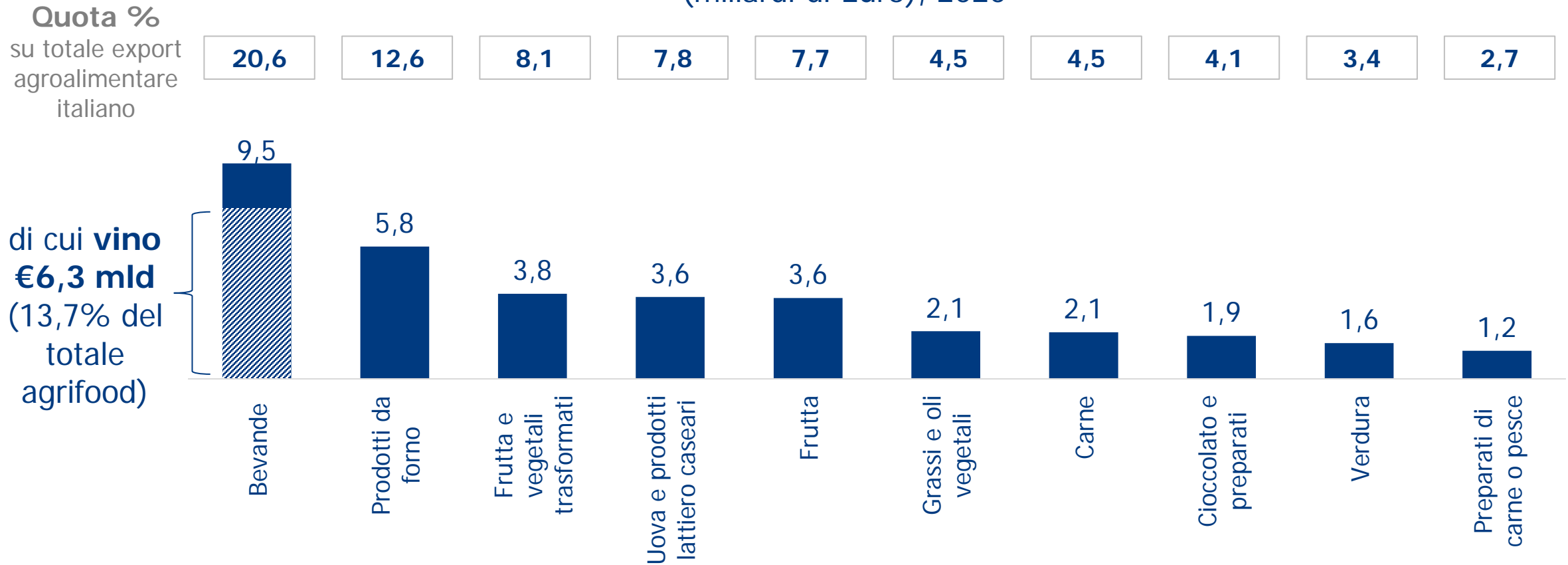
(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2021

Le **bevande** rappresentano il primo prodotto agroalimentare esportato all'estero, pari al **20,6% del totale**

EXPORT

Primi 10 categorie di prodotti agroalimentari esportati dall'Italia
(miliardi di Euro), 2020

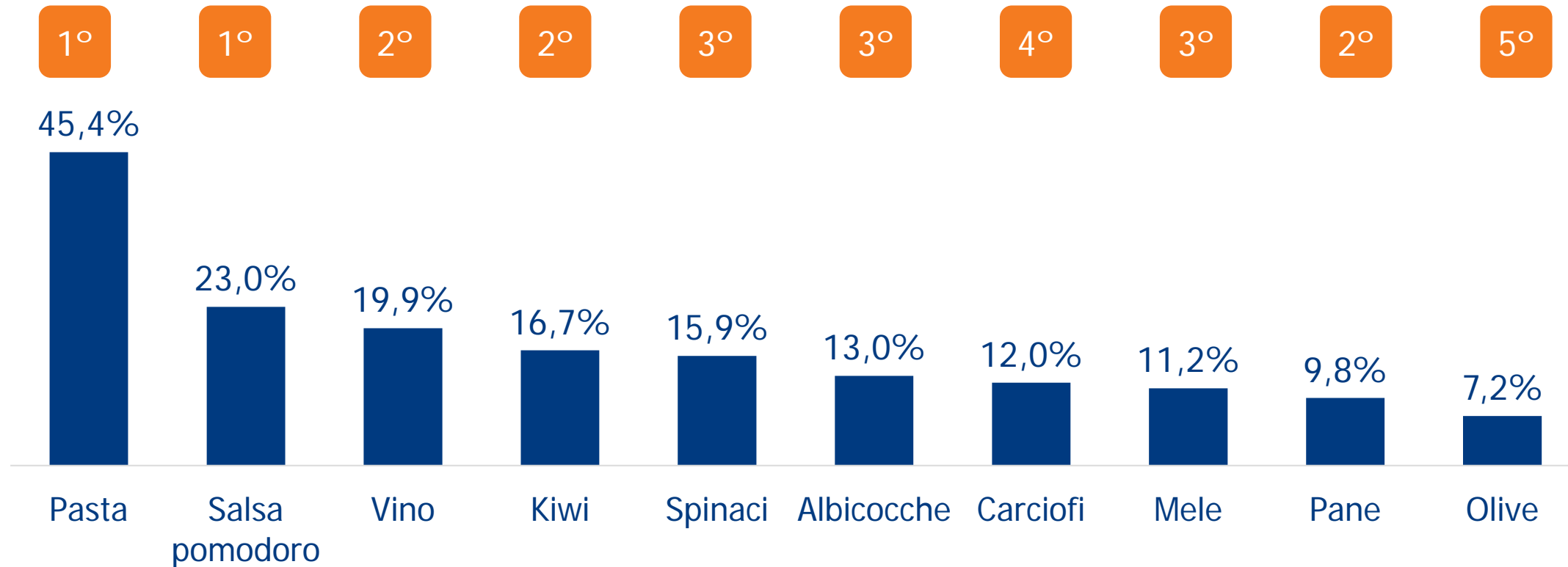


L'Italia si posiziona ai **primi posti a livello mondiale** per valore delle **esportazioni** di diversi prodotti tipici della cucina mediterranea

EXPORT

Quota dell'Italia relativa al valore delle esportazioni di alcuni prodotti agroalimentari a livello mondiale (% sul totale delle esportazioni), 2020

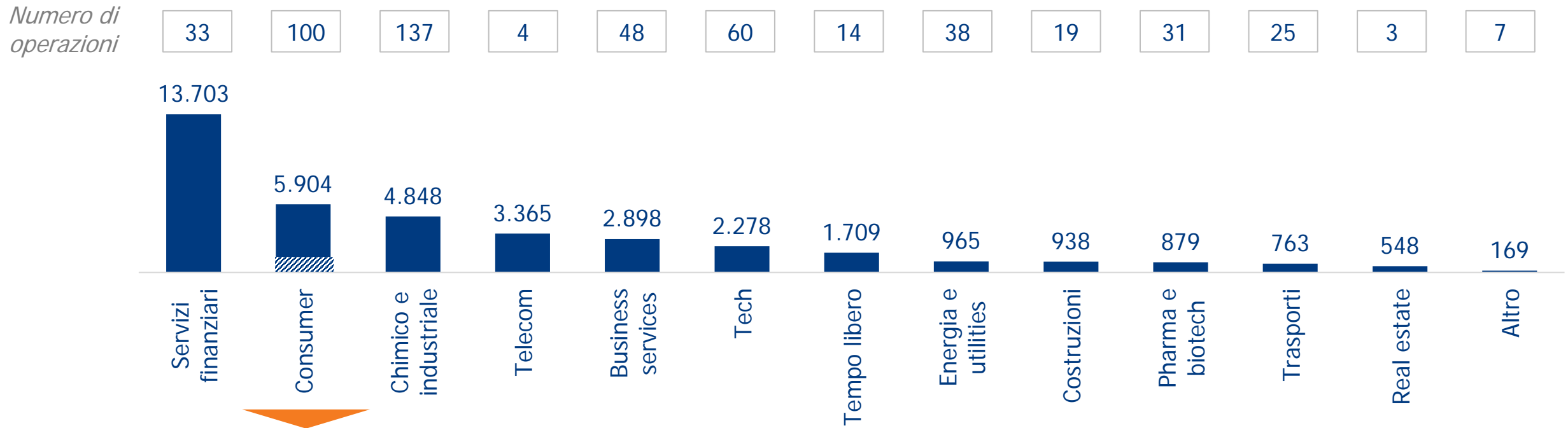
Posizione dell'Italia a livello globale



Il comparto Food&Beverage si è confermato anche nel 2020 come uno dei settori più attrattivi per gli investimenti

INVESTIMENTI

Transazioni M&A di aziende italiane (target) per settore industriale
(milioni di Euro e numero di operazioni), 2020



Il peso dell'industria **Food&Beverage** sul totale del comparto consumer:

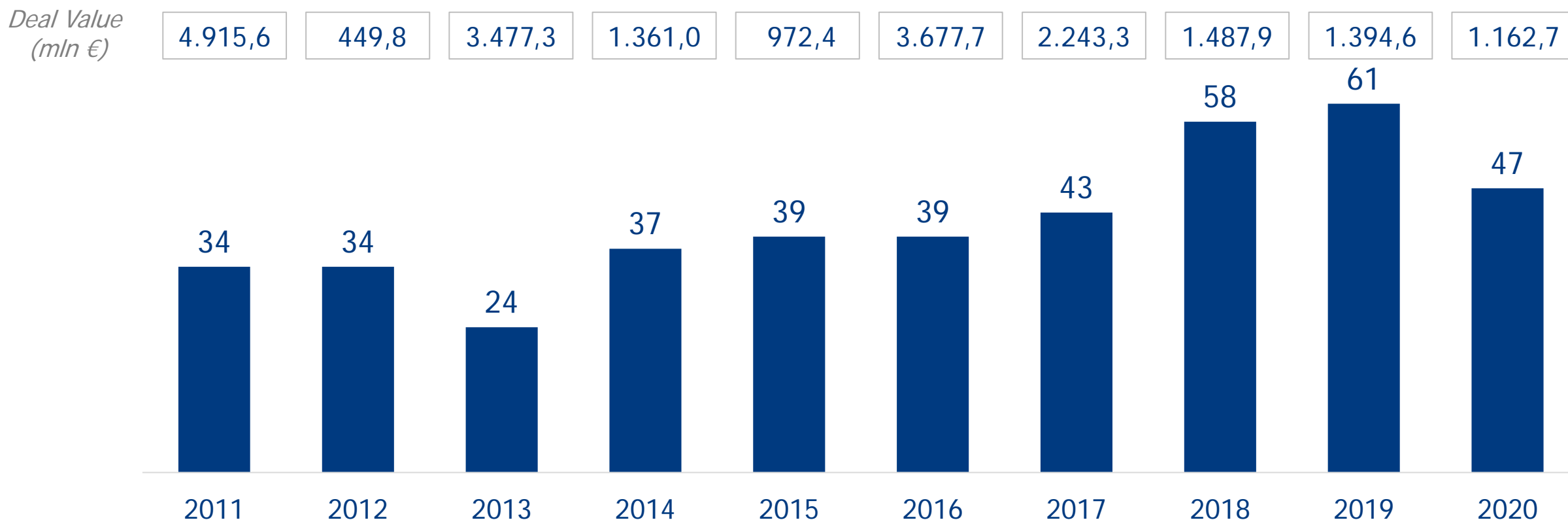
- **47%** delle operazioni totali
- **20%** del valore complessivo delle transazioni

Negli ultimi 10 anni sono state realizzate **416 operazioni M&A** di aziende italiane F&B, per un valore dichiarato pari a **€21,1 miliardi**

INVESTIMENTI

Numero totale di operazioni M&A di aziende italiane (target) del settore Food&Beverage

(unità e valore delle operazioni dichiarate in milioni di Euro), 2011-2020



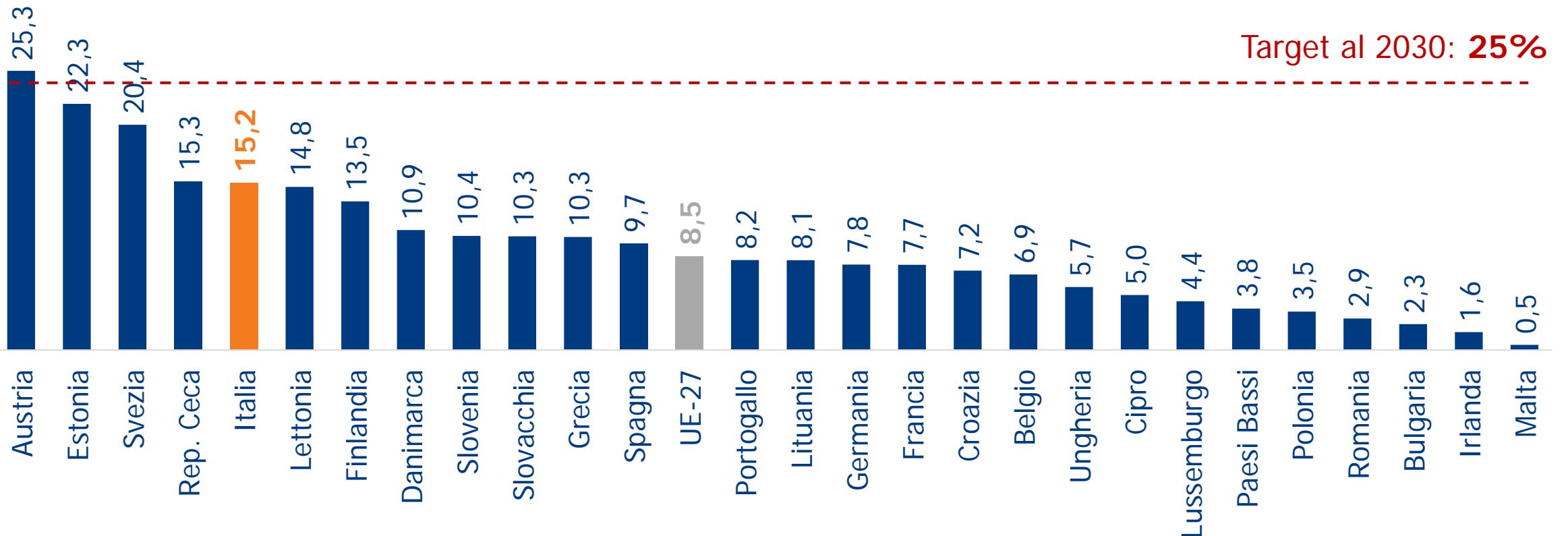
N.B. Nota metodologica: sono state incluse le categorie «consumer foods» e «wine and spirits» e sono state considerate le operazioni di M&A superiori a €5 milioni

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Mergermarket, 2021

L'Italia è tra i **top-5 Paesi EU** per il raggiungimento dell'obiettivo della «Farm to Fork» del **25% di superfici biologica al 2030**

**AGRICOLTURA
BIOLOGICA**

Superficie agricola dedicata alla coltivazione biologica nei Paesi UE-27 (% sul totale delle superfici coltivate), 2019



Il successo del cibo Made in Italy è testimoniato anche dalla diffusione dei ristoranti italiani nelle principali città del mondo

**RISTORANTI
NEL MONDO**

Ristoranti presenti in alcune città extraeuropee (numero e incidenza percentuale), 2021



Hong Kong



530 (4,0%)



296 (2,1%)



118 (0,9%)

Los Angeles



470 (4,5%)



93 (0,9%)



227 (2,2%)

Tokyo



4.998 (4,9%)



2.098 (2,1%)



489 (0,5%)

Pechino



258 (2,1%)



99 (0,8%)



29 (0,2%)

New York



1.105 (9,8%)



277 (2,5%)



299 (2,7%)

Melbourne



364 (8,5%)



101 (2,4%)



72 (1,7%)

Mosca



1.724 (12,7%)



260 (1,9%)



111 (0,8%)

Buenos Aires



366 (6,7%)



88 (1,6%)



290 (5,3%)



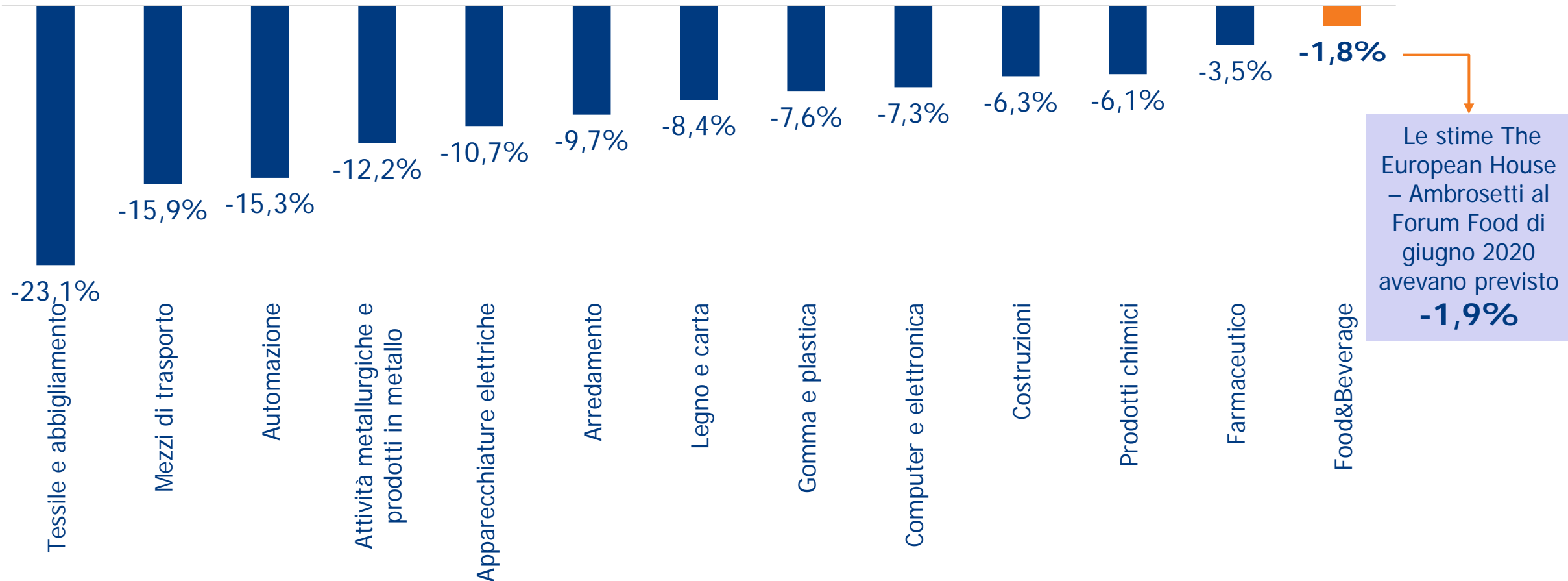
Agenda

- The European House – Ambrosetti e la Community Food&Beverage
- Il contributo della Valtellina allo sviluppo della filiera agroalimentare italiana
- La fotografia della filiera agroalimentare in Italia e i 10 punti di forza del settore
- **Gli impatti dell'emergenza COVID-19 a più di un anno dalla crisi**
- Le criticità che rallentano lo sviluppo del settore agroalimentare italiano
- Le priorità per rilanciare l'attrattività delle aziende Food&Beverage italiane: quale Agenda per l'Italia

Qual è stato l'**impatto della crisi COVID-19** sulle aziende del settore agroalimentare italiano?

Il settore Food&Beverage si è dimostrato il **più resiliente alla crisi COVID-19** tra tutti i settori della manifattura italiana in termini di Valore Aggiunto

Variatione del Valore Aggiunto nei principali settori manifatturieri in Italia (var.%), 2020 vs. 2019



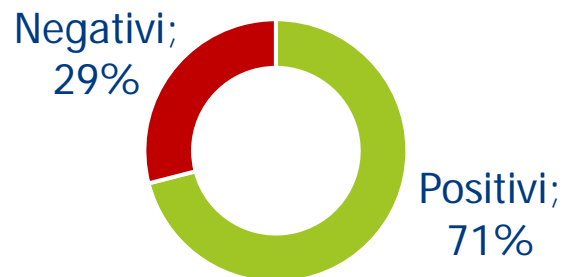
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2021

Con l'obiettivo di approfondire l'impatto del COVID-19 sul settore, The European House – Ambrosetti ha realizzato una **survey online** ai Vertici delle imprese

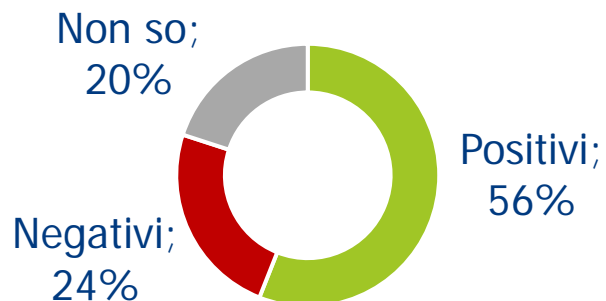
- Obiettivo: quantificare gli **effetti dello shock** economico derivante dalla crisi COVID-19 sul settore agroalimentare italiano e rilevare la percezione delle imprese sulle **priorità per il rilancio** sostenibile del Paese
- Destinatari: **Vertici delle aziende di trasformazione alimentare**
- Fatturato aggregato dei rispondenti alla survey pari a **20 miliardi di Euro (14%** del totale fatturato F&B)
- Survey somministrata tra inizio marzo e fine aprile 2021
- Sono stati analizzati gli impatti della situazione di crisi legata all'emergenza sanitaria COVID-19 su alcune variabili di riferimento:
 - ❑ **Fatturato**
 - ❑ **Fatturato per canali di vendita**
 - ❑ **Esportazioni e strategie di internazionalizzazione**
 - ❑ **Filiere di approvvigionamento**
 - ❑ **Strategie di vendita e innovazione su prodotti e processi**

La maggior parte delle imprese rispondenti ha dichiarato una **performance positiva** del fatturato 2020, che continuerà in modo ancor più sostenuto nel 2021

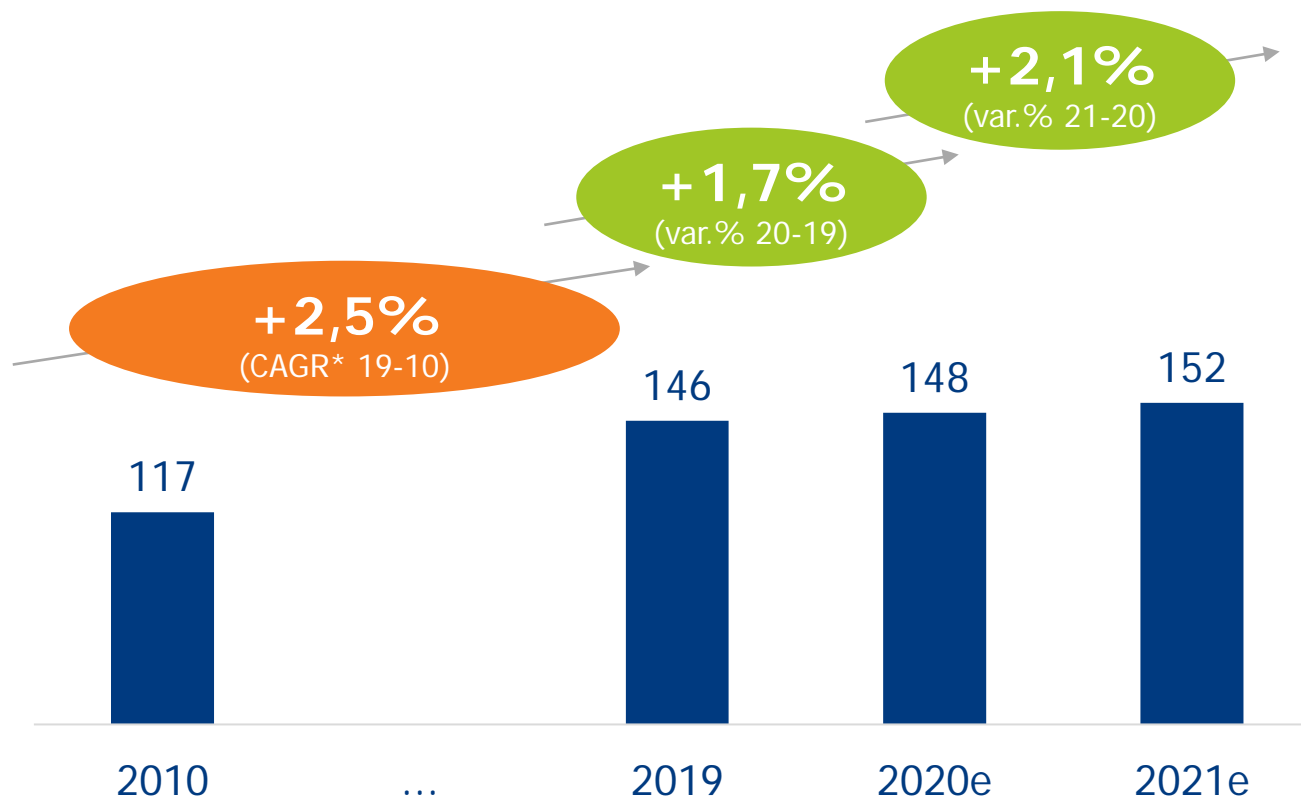
Risposta alla domanda: «Qual è stato l'impatto della crisi COVID-19 sul fatturato della sua azienda nel 2020?» (% sul totale)



Risposta alla domanda: «Quali saranno gli impatti stimati della crisi COVID-19 sul fatturato della sua azienda nel 2021?» (% sul totale)



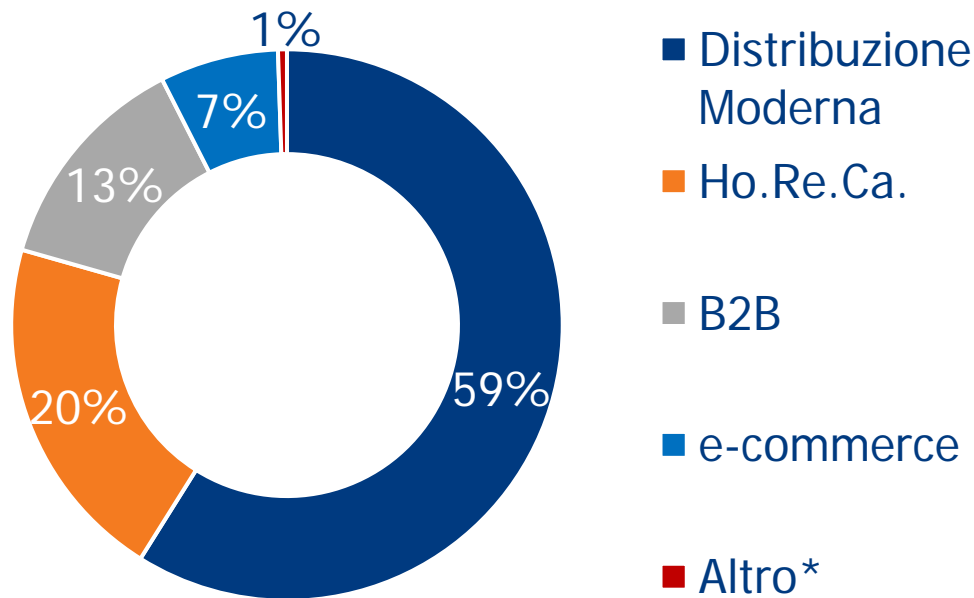
Stima di impatto sul fatturato del settore Food&Beverage in Italia (miliardi di Euro e var.%), 2010-2021e



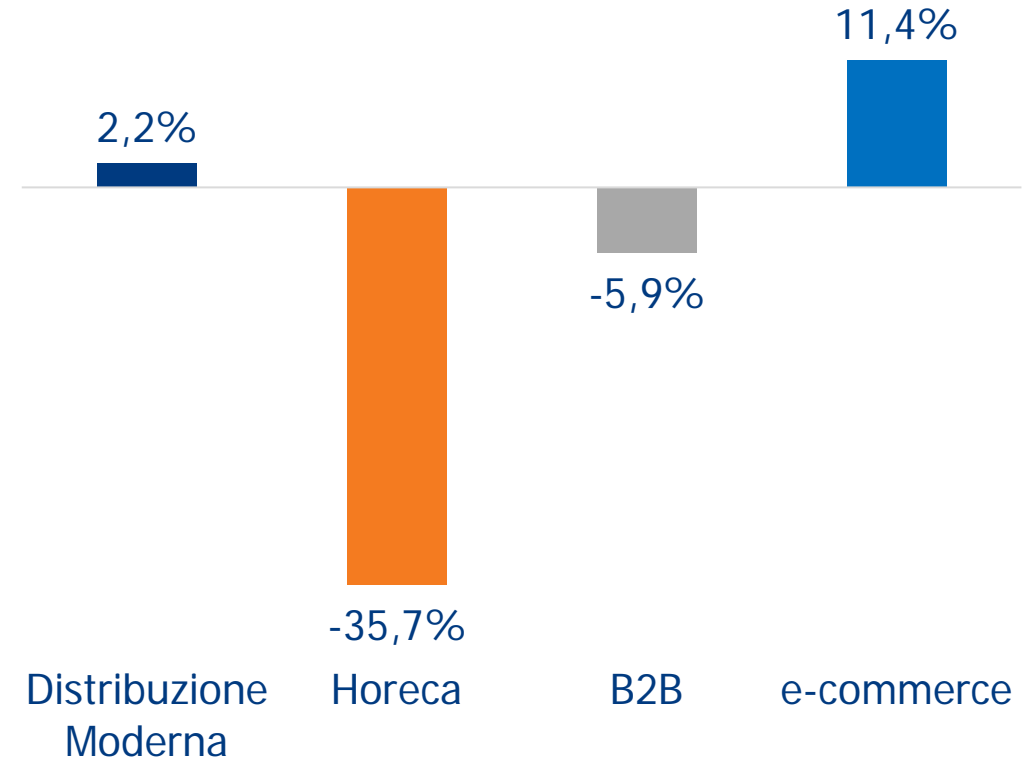
(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Il canale **Horeca** è quello che ha subito l'impatto peggiore (-35,7%), mentre l'**e-commerce** ha registrato una crescita a doppia cifra (+11,4%)

Vendite per tipologia di canale distributivo del campione di rispondenti
(% sul totale), 2020



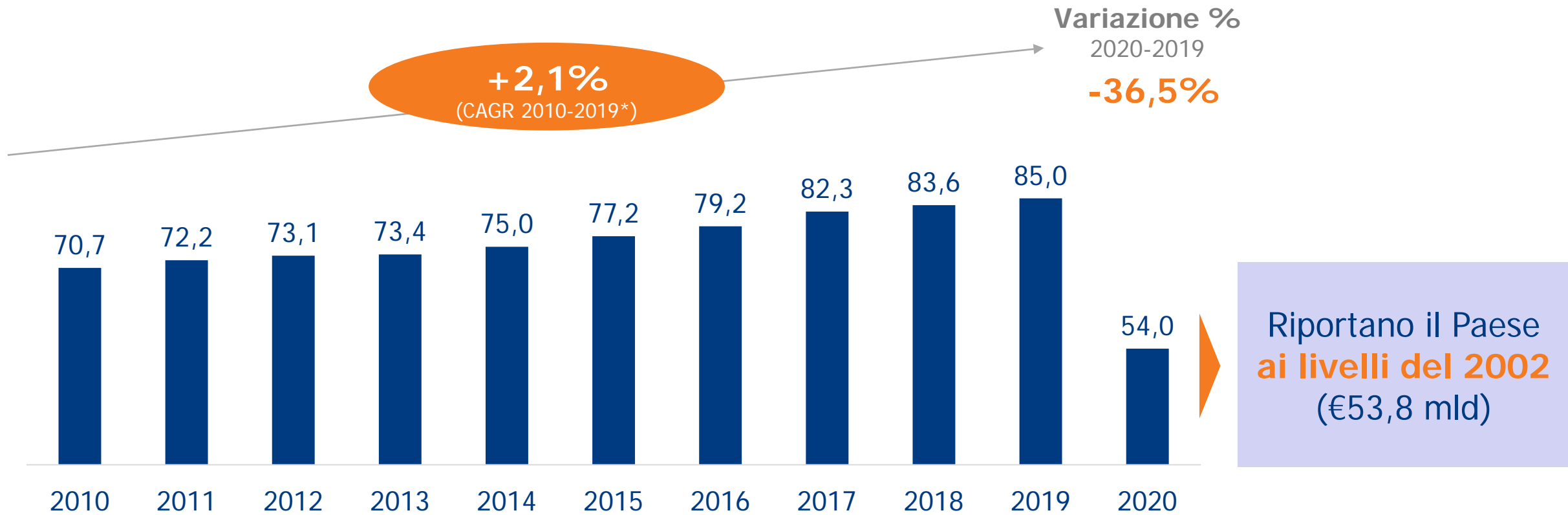
Impatti stimati sulle vendite del totale del campione per tipologia di canale
(var.% vs. 2019), 2020



(*) Diversi tipi di dettaglio specializzato

I consumi «fuori casa» hanno subito una brusca frenata (-36,5% nel 2020), dopo un decennio di costante crescita

Spesa per consumi nei servizi di ristorazione sul territorio economico delle famiglie residenti e non residenti (miliardi di Euro, prezzi correnti), 2010-2020

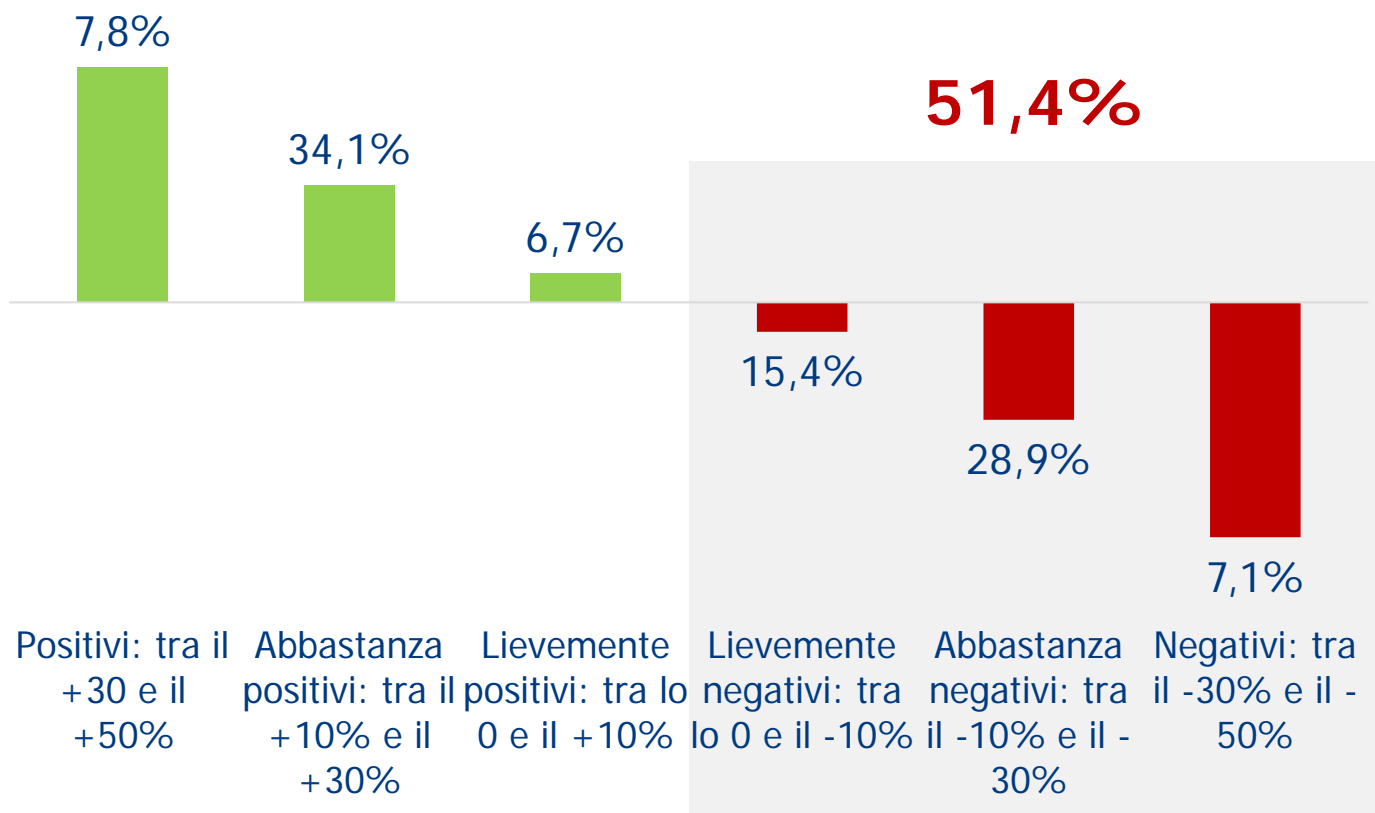


(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

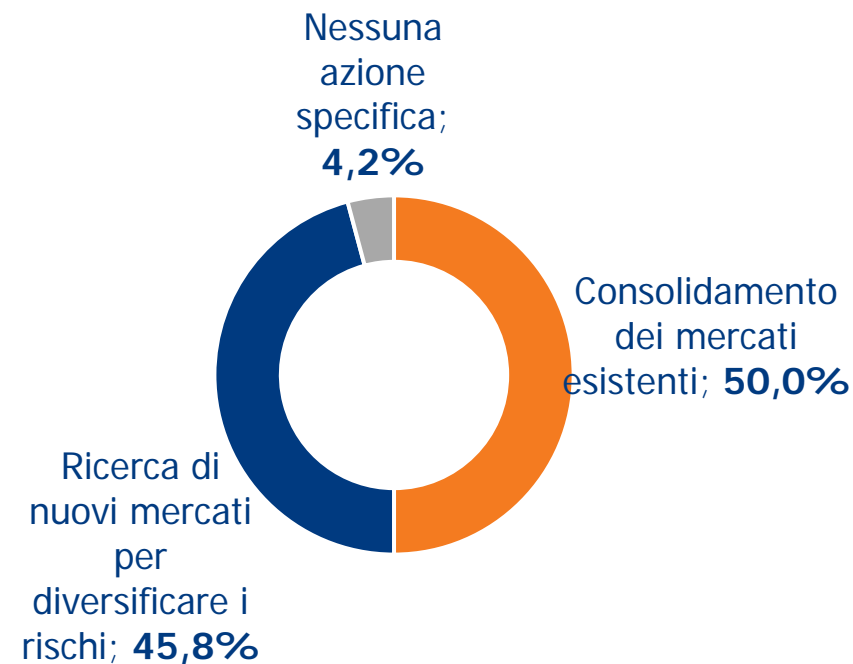
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat e stime Fipe-Confcommercio, 2021

Oltre la metà delle imprese ha dichiarato di aver subito **impatti negativi** nelle dinamiche di esportazioni

Risposta alla domanda: «Qual è stato l'impatto della crisi COVID-19 sull'export della sua azienda nel 2020?»
(% sul totale), 2021



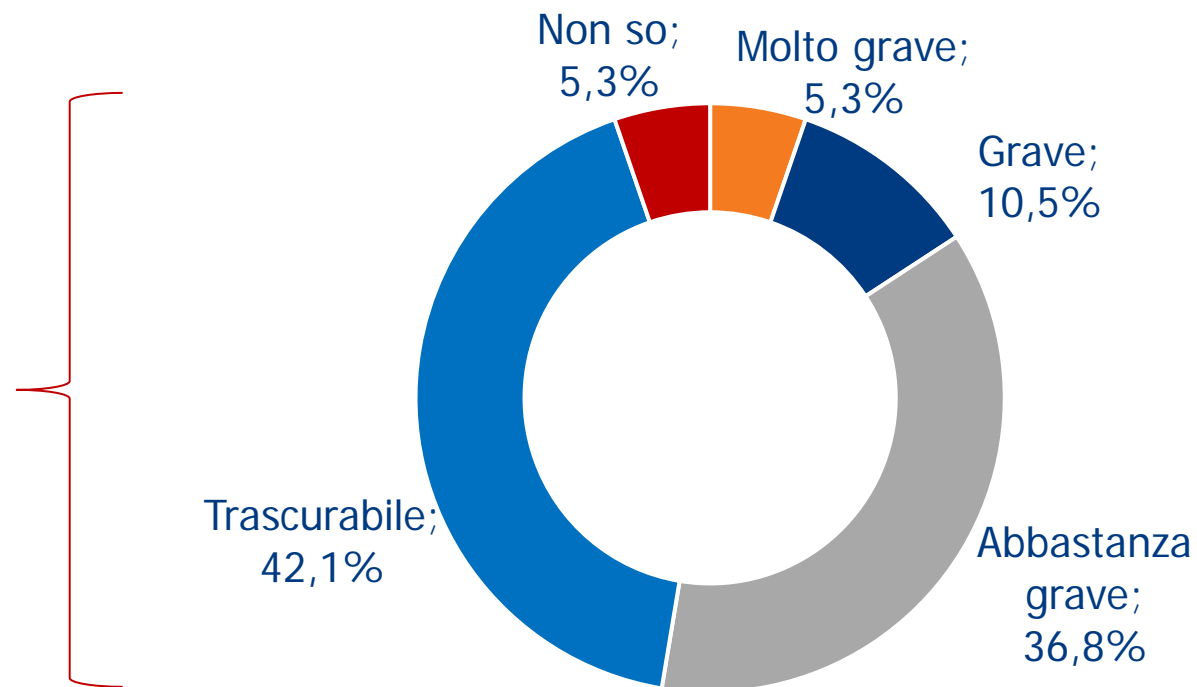
Risposta alla domanda: «Quale strategia di internazionalizzazione adotterà nel prossimo futuro?»
(% sul totale), 2021



Il **100%** delle aziende rispondenti ha avuto un impatto negativo sulla propria filiera di approvvigionamento, di cui il **53%** grave

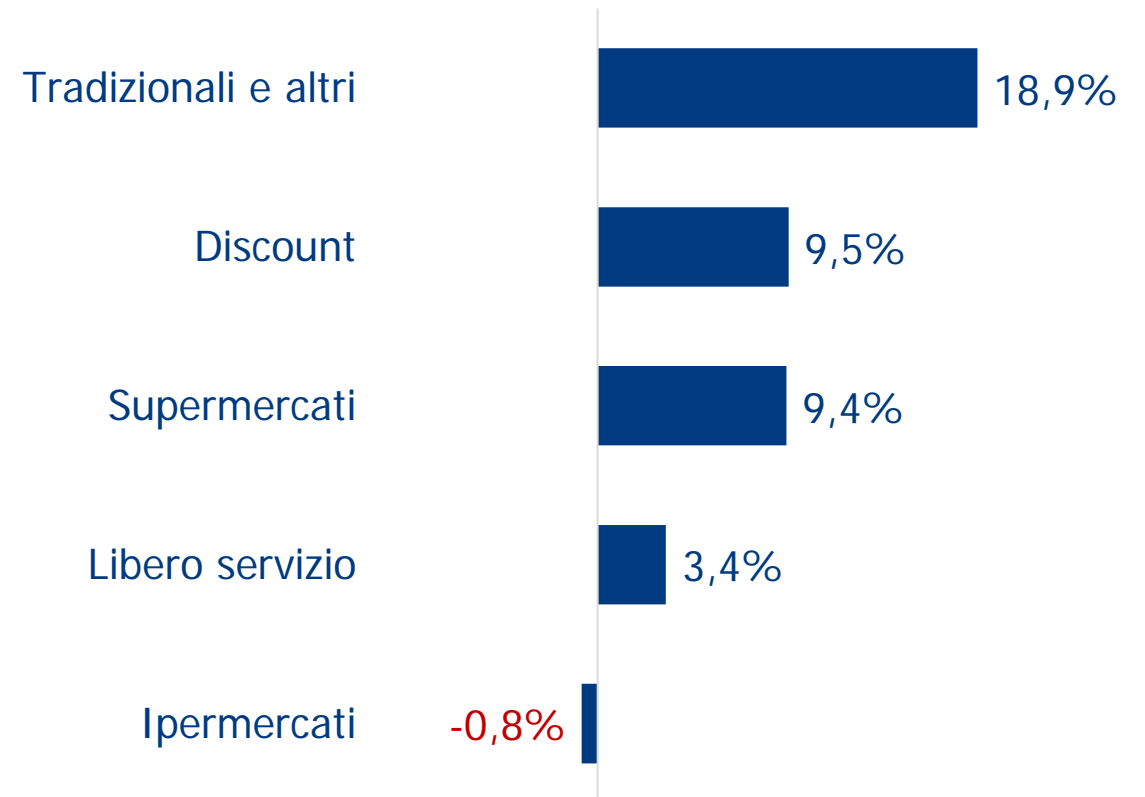
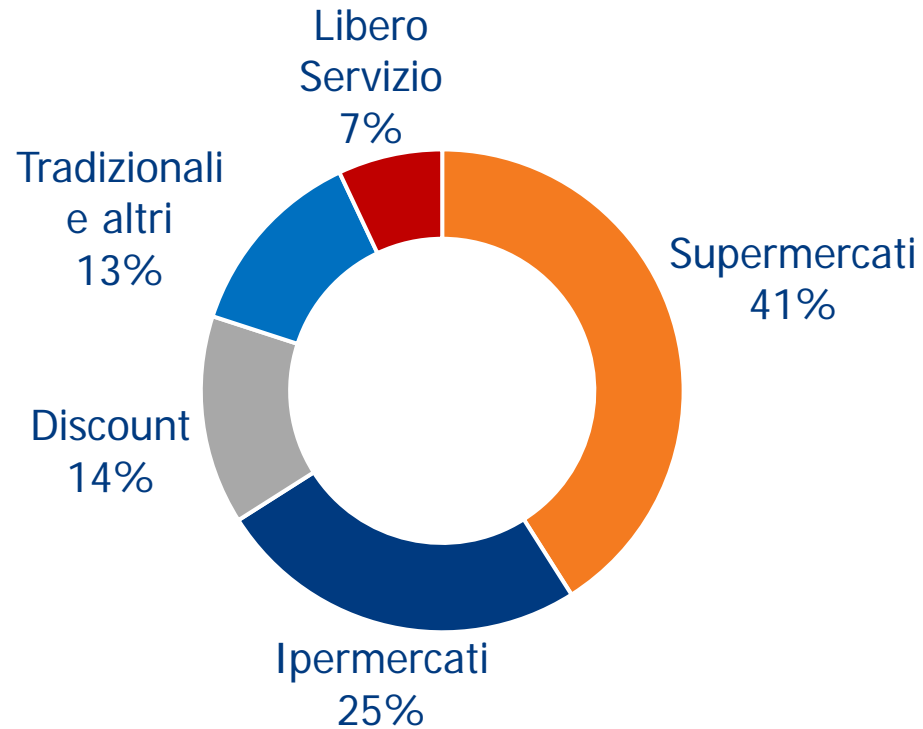
Risposta alla domanda "Qual è stato l'impatto della crisi COVID-19 sulla filiera di approvvigionamento della sua impresa?" (% sul totale dei rispondenti), 2021

53% delle imprese ha avuto un **impatto grave** sulla propria filiera di approvvigionamento



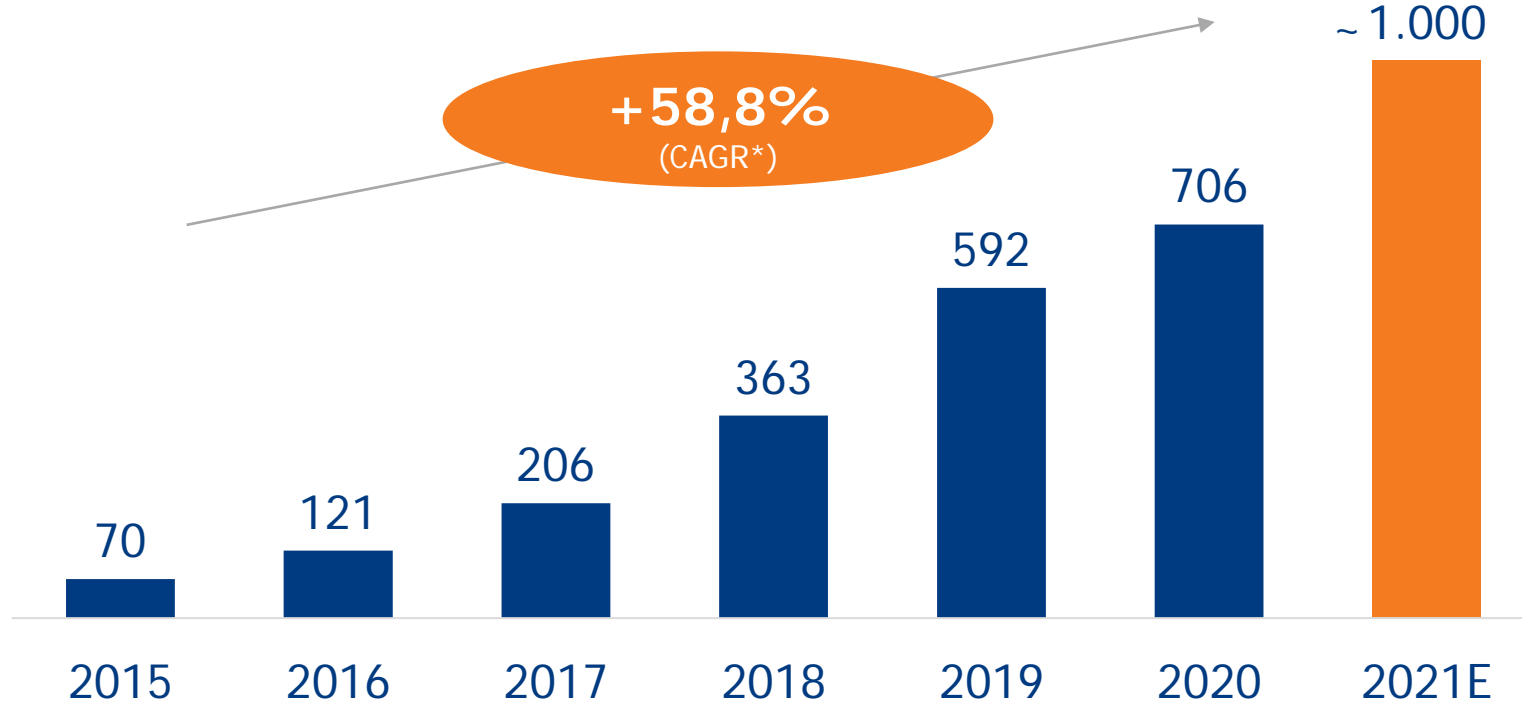
Anche a causa della pandemia, i **canali di vendita di prossimità** stanno incrementando le proprie quote di mercato rispetto ai grandi spazi

Canali di vendita dei prodotti agroalimentari in Italia
(quota % sul totale della spesa a valore e var. % vs. 2019), 2020



Complice il lockdown, nel 2020 il valore di mercato del **food delivery** ha raggiunto i 706 milioni di Euro, con una previsione per il 2021 di circa 1 miliardo di Euro

Il valore degli acquisti e-commerce B2C nel digital food delivery in Italia (milioni di Euro e CAGR*), 2015-2021E



- Il digital food delivery rappresenta il **20-25%** del settore del domicilio in Italia (era il 18% nel 2019)
- Il **70%** dei pagamenti avviene in modalità cashless
- Copertura del servizio pari al **100%** dei comuni con almeno 50.000 abitanti
- 706 milioni** di Euro il valore complessivo del mercato del digital food delivery a fine 2020, con una previsione per il 2021 di circa **1 miliardo**

(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano, 2021

Agenda

- The European House – Ambrosetti e la Community Food&Beverage
- Il contributo della Valtellina allo sviluppo della filiera agroalimentare italiana
- La fotografia della filiera agroalimentare in Italia e i 10 punti di forza del settore
- Gli impatti dell'emergenza COVID-19 a più di un anno dalla crisi
- **Le criticità che rallentano lo sviluppo del settore agroalimentare italiano**
- Le priorità per rilanciare l'attrattività delle aziende Food&Beverage italiane: quale Agenda per l'Italia

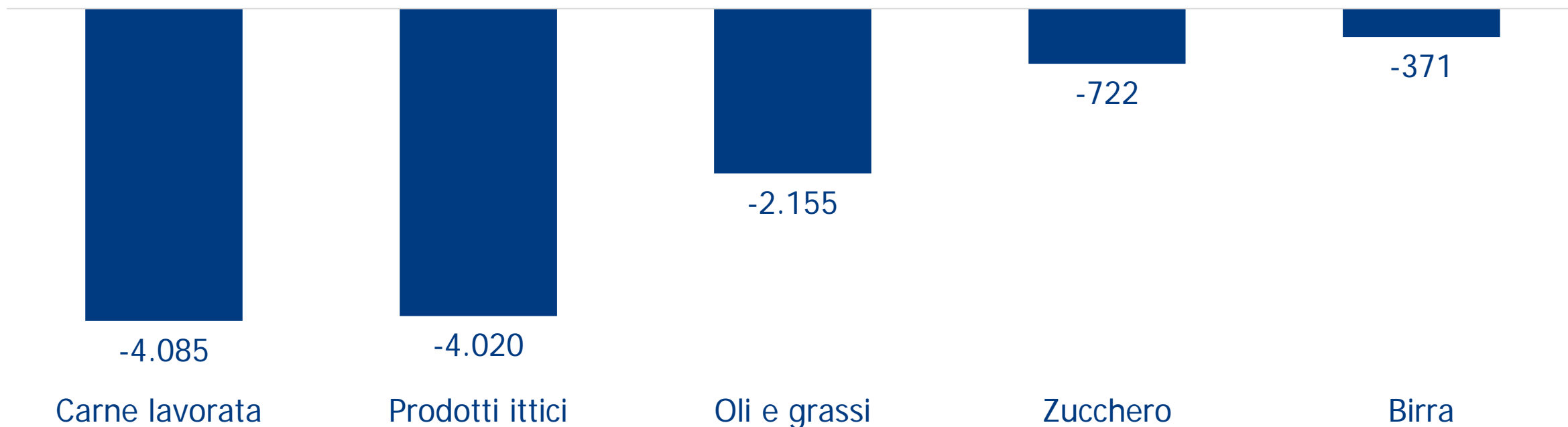
Le **principali criticità** che rallentano lo sviluppo del settore agroalimentare italiano

- L'Italia **dipende dalle importazioni estere** per molte filiere chiave della dieta mediterranea
- I **prezzi dei generi alimentari** sono in forte crescita a livello mondiale
- Nonostante la rilevanza del Made in Italy agroalimentare nel mondo, esiste un **potenziale per l'export** che l'Italia non è ancora in grado di cogliere pienamente, amplificato dal fenomeno dell'**Italian Sounding** e dall'**incognita Brexit**
- Il Food&Beverage è un settore ancora **molto frammentato**, con ricadute negative nelle performance aziendali e nella capacità di competere a livello internazionale
- La capacità del settore F&B di **attrarre investimenti** nazionali e internazionali è inferiore al resto dei peer europei

L'Italia **dipende dalle importazioni estere** per molte filiere chiave della dieta mediterranea, sia nel comparto alimentare...

IMPORT

Saldo commerciale* italiano per filiera alimentare di appartenenza
(milioni di Euro), 2020



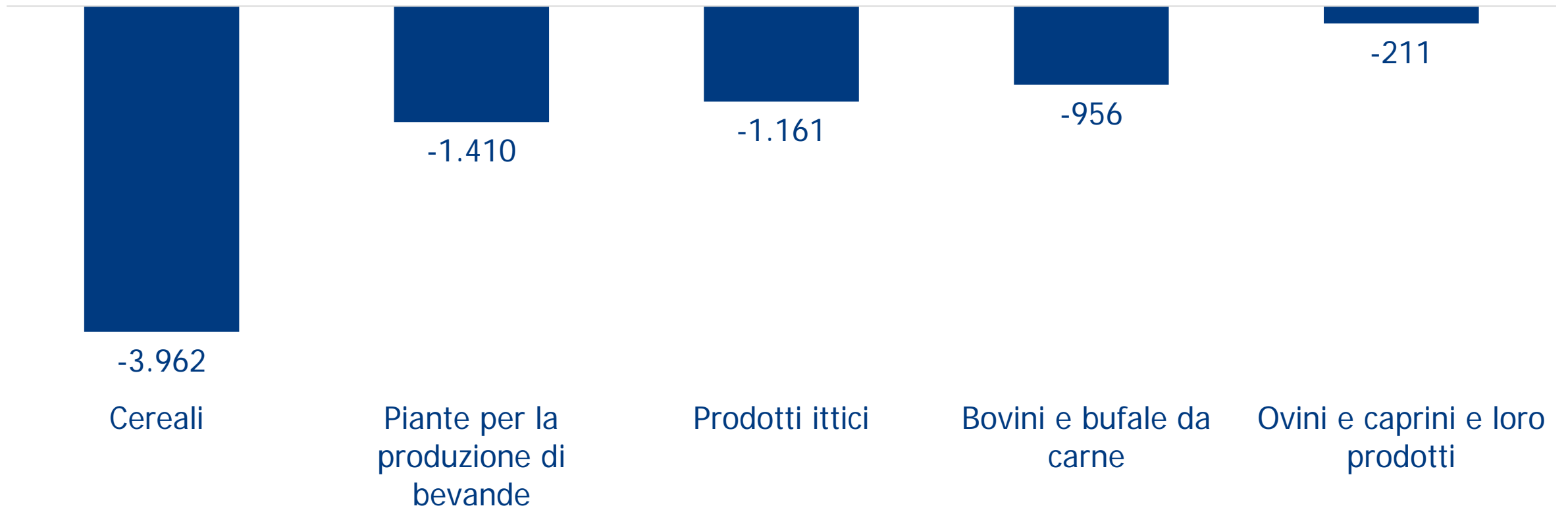
(*) Differenza tra le esportazioni e le importazioni

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2021

...che in quello agricolo

IMPORT

Saldo commerciale* italiano per filiera agricola di appartenenza (milioni di Euro), 2020



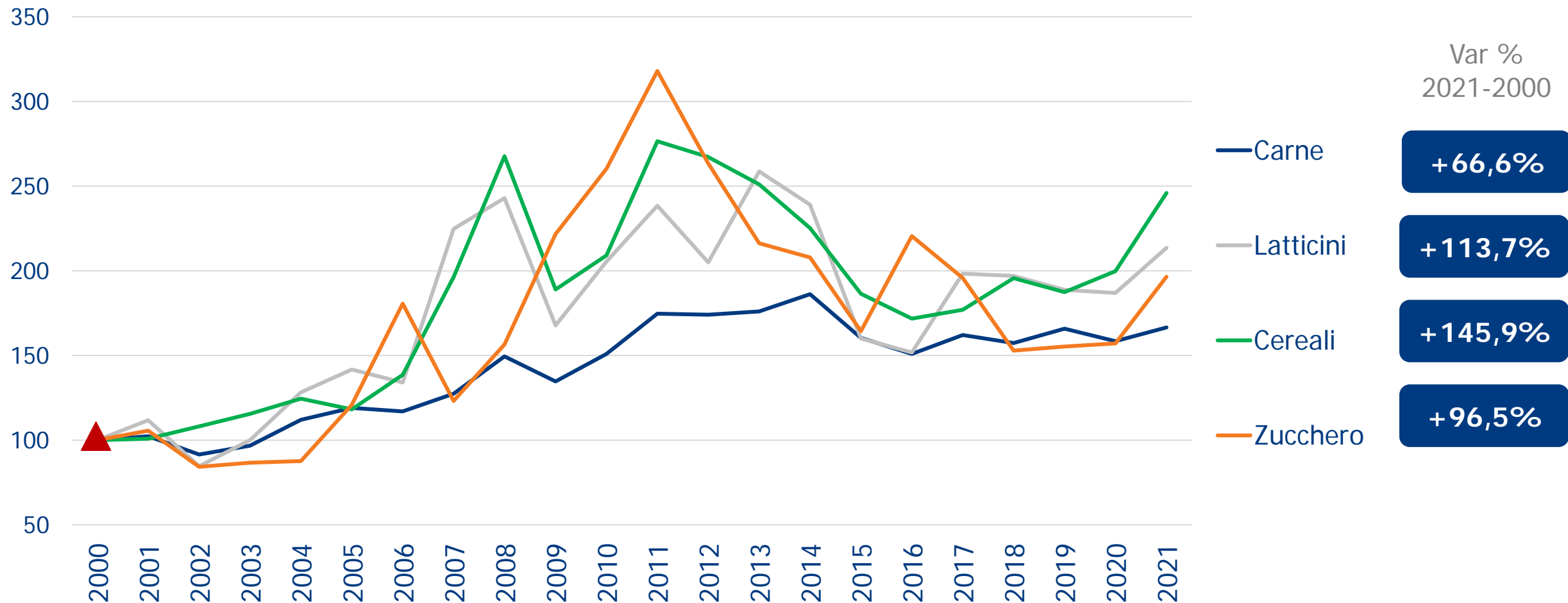
(*) Differenza tra le esportazioni e le importazioni

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2021

I prezzi dei generi alimentari sono in forte crescita a livello mondiale...

PREZZI

Indice dei prezzi FAO per alcune commodity (anno 2000 = base 100), 2000-2021

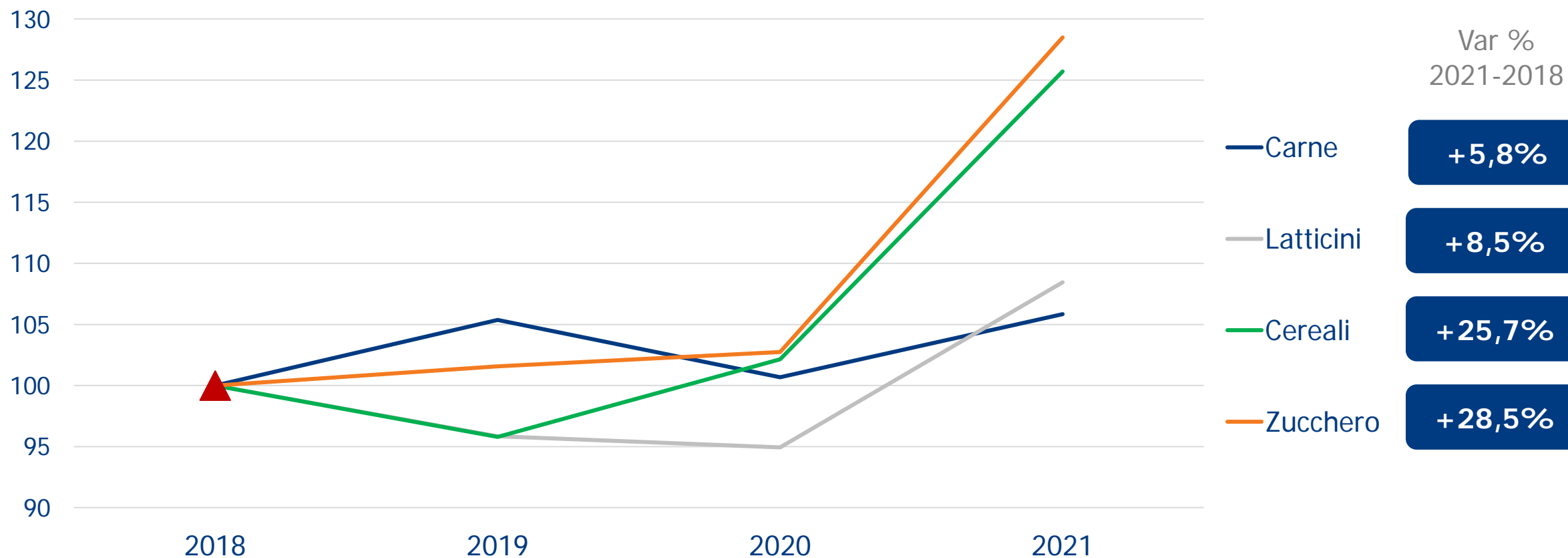


Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati FAO, 2021

...un trend confermato anche nell'ultimo triennio

PREZZI

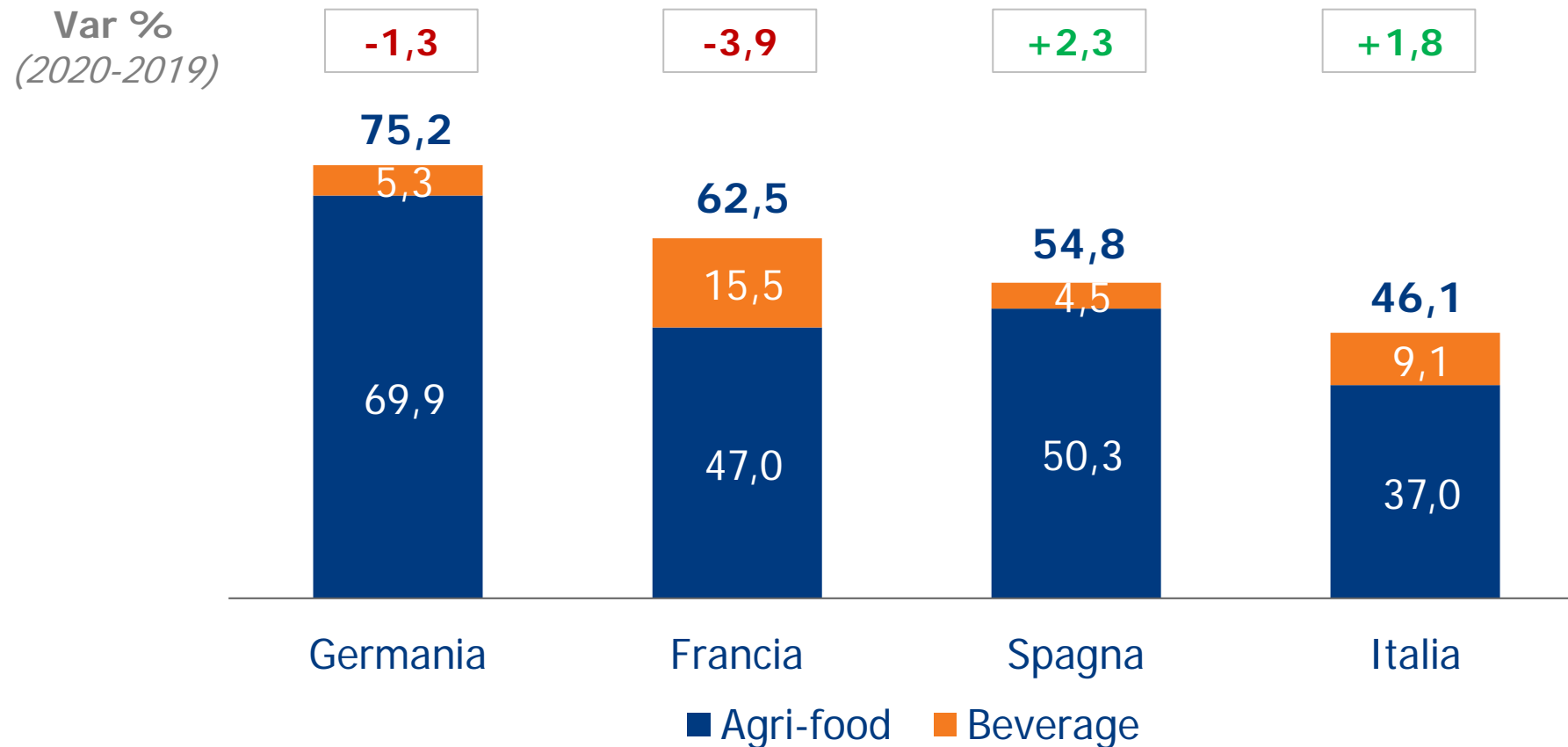
Indice dei prezzi FAO per alcune commodity (anno 2018 = base 100), 2018-2021



La filiera agroalimentare italiana è quella che **esporta meno** in termini assoluti nel confronto con i peer europei...

EXPORT

Export intra e extra UE del settore agroalimentare in Italia, Spagna, Francia e Germania
(miliardi di Euro), 2020

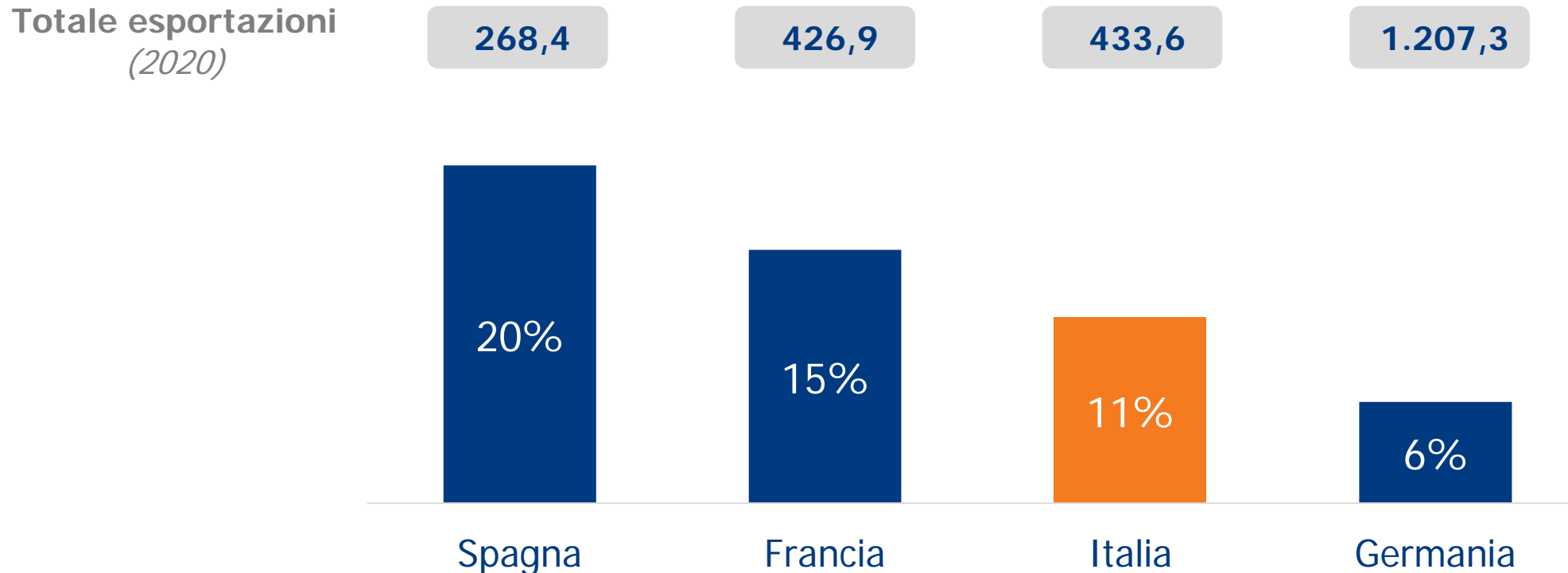


Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat e Istat, 2021

...e l'Italia si posiziona **penultima** per incidenza percentuale dell'export del settore agroalimentare sul totale delle esportazioni

EXPORT

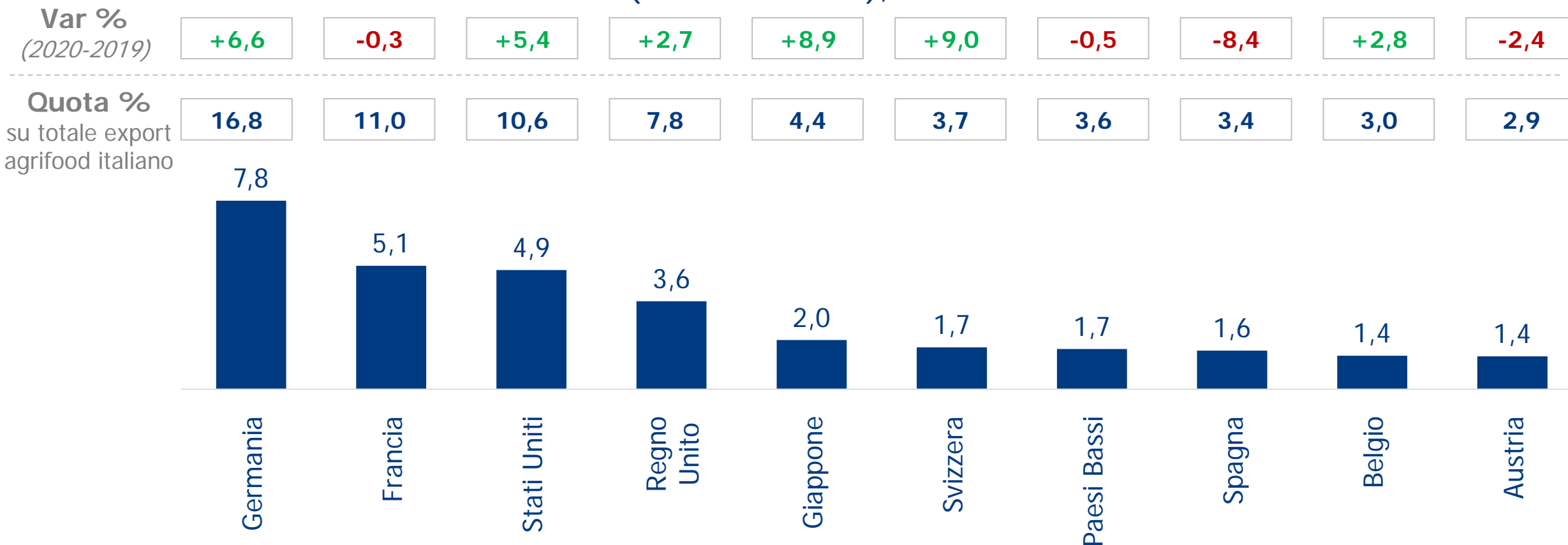
Incidenza dell'export del settore agroalimentare sul totale delle esportazioni in Italia, Spagna, Francia e Germania (valori percentuali sul totale delle esportazioni e Miliardi di Euro), 2020



I primi 5 Paesi per destinazione delle esportazioni agroalimentari italiane hanno assorbito >50% e la Cina non figura tra i primi 10 Paesi...

EXPORT

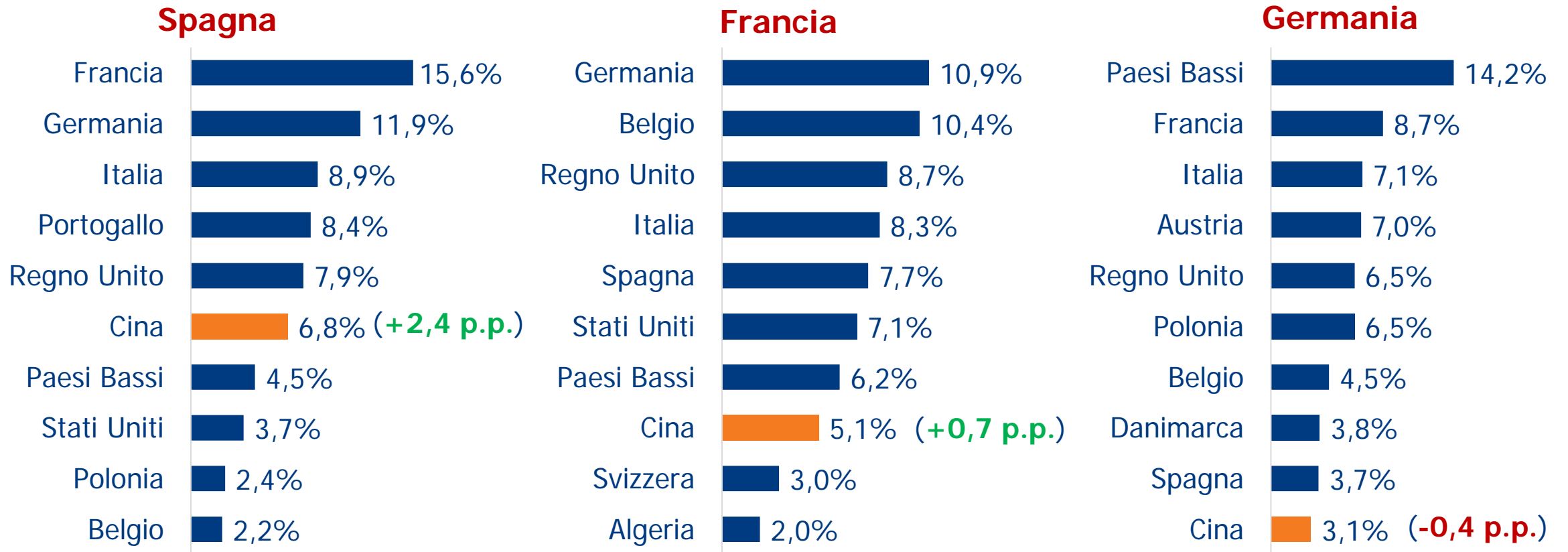
Prime 10 destinazioni delle esportazioni di prodotti agroalimentari dall'Italia (miliardi di Euro), 2020



...al contrario dei principali Paesi europei, dove la Cina rientra sempre nelle prime 10 destinazioni

EXPORT

Prime 10 destinazioni delle esportazioni di prodotti agroalimentari da Spagna, Francia e Germania (% sul totale delle esportazioni), 2020



N.B. Tra parentesi la variazione in termini di punti percentuali rispetto al 2019
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat e Istat, 2021

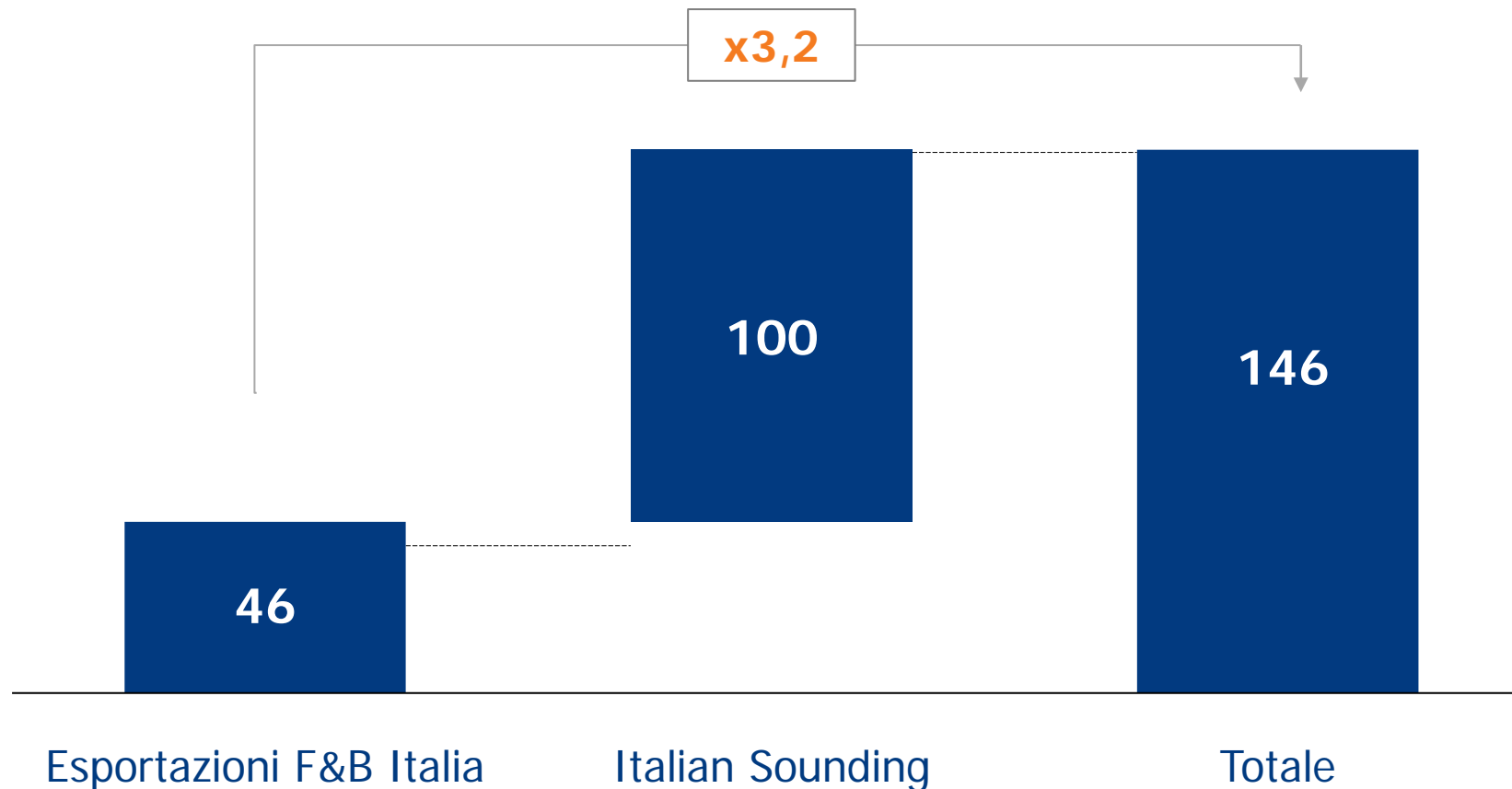


Export italiano verso la Cina: **1,2%** del totale (+0,1 p.p.) 54

Il valore del Made in Italy nel mondo è pari a 146 miliardi di Euro, di cui **100 miliardi di Euro** sono dovuti all'**Italian Sounding**

ITALIAN
SOUNDING

Valore del Made in Italy nel mondo (miliardi di Euro), 2020



L'Italian Sounding nel mondo coinvolge i prodotti di eccellenza della tradizione italiana

ITALIAN
SOUNDING

Top 10 prodotti agroalimentari italiani più imitati al mondo



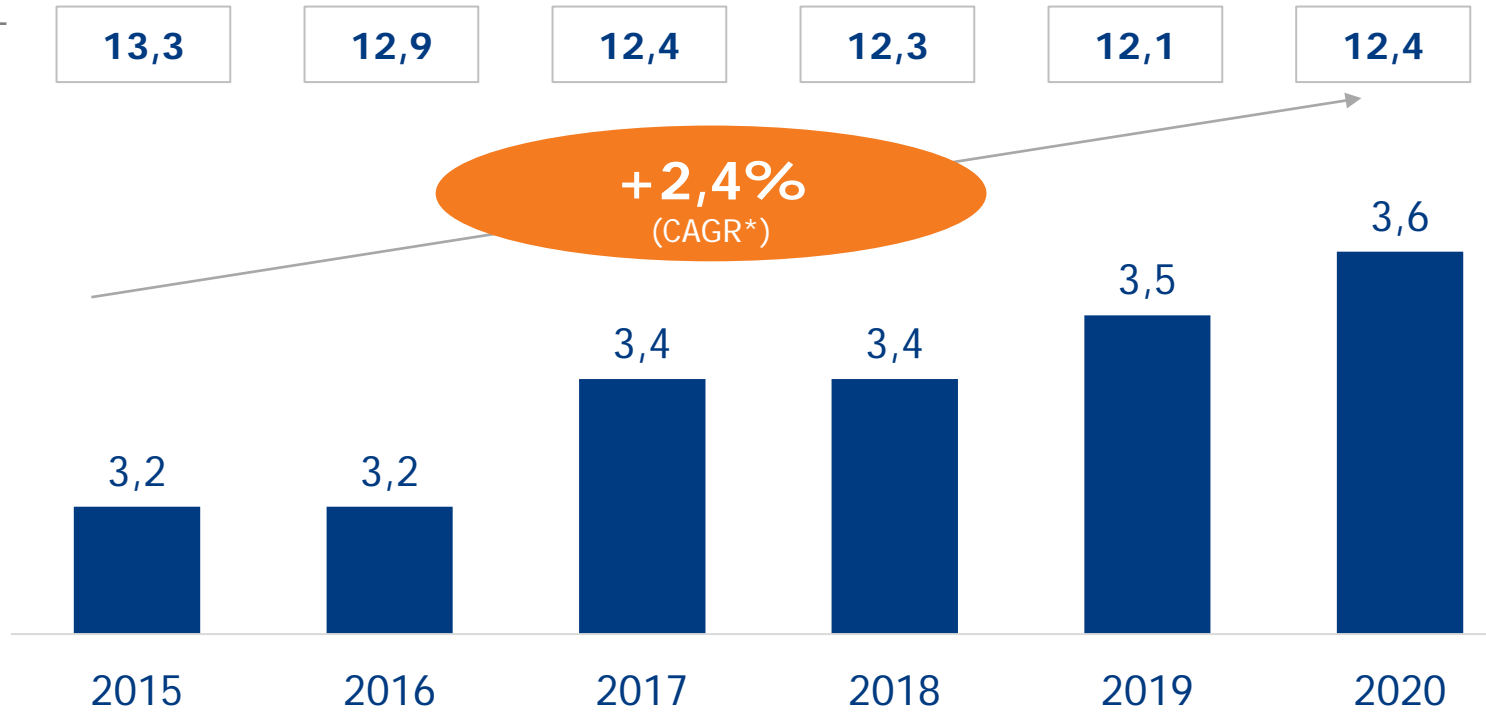
- | | | | |
|----|----------------------|-----|------------------------|
| 1° | Parmigiano reggiano | 6° | Grana Padano |
| 2° | Mozzarella di bufala | 7° | Prosciutto San Daniele |
| 3° | Prosecco | 8° | Asiago |
| 4° | Pecorino | 9° | Chianti |
| 5° | Gorgonzola | 10° | Salame |

L'effetto Brexit potrebbe mettere a rischio una quota importante di export: UK è la **4° destinazione** e rappresenta **>12%** delle esportazioni agroalimentari italiane

BREXIT

Esportazioni agroalimentari dell'Italia verso il Regno Unito
(Miliardi di Euro), 2015-2020

Quota % su totale export agri-food dell'Italia verso l'UE



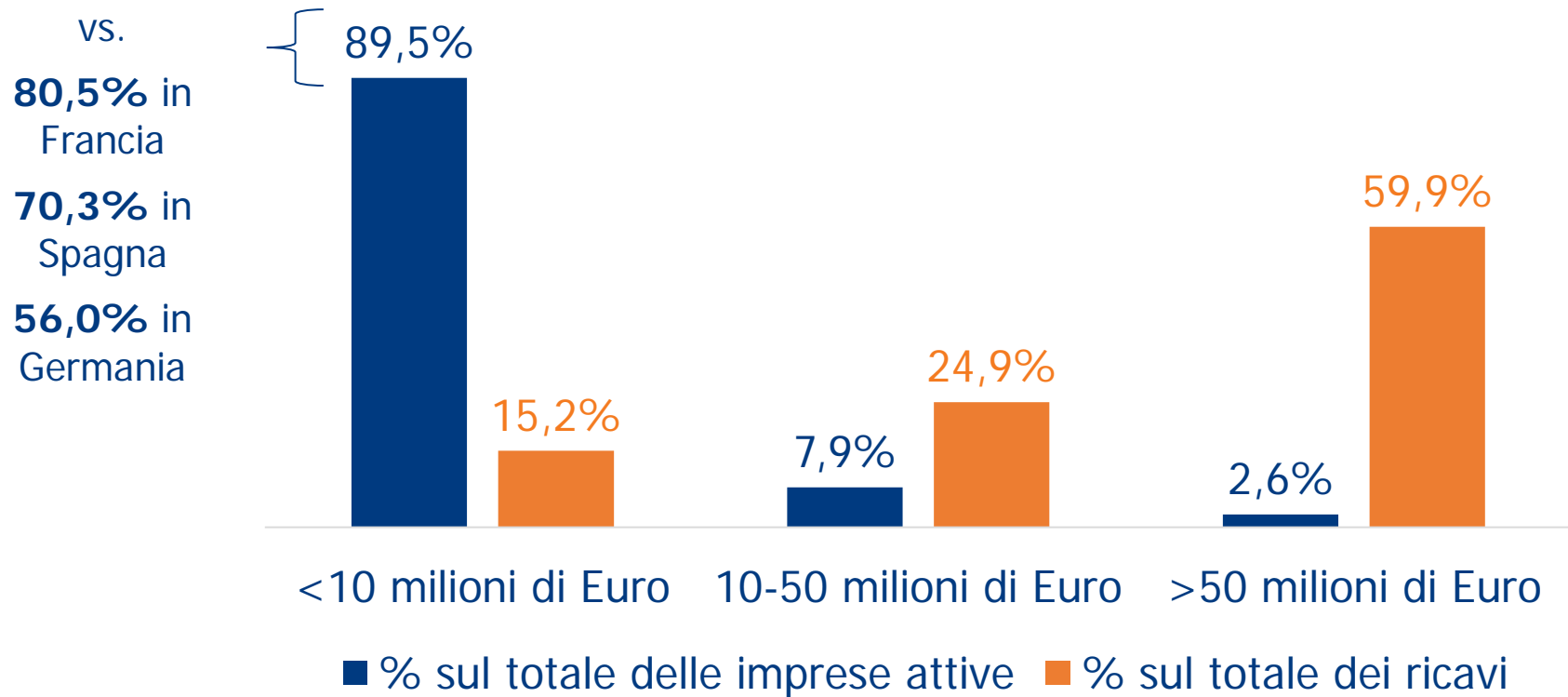
- Le esportazioni agroalimentari hanno registrato una contrazione nel mese di gennaio e febbraio 2021: **-15%** rispetto ai primi due mesi del 2020
- A novembre e dicembre 2020 l'export aveva registrato **+16%** e **+14%** (poiché le aziende hanno fatto scorta di prodotti in risposta alla **incertezza dei negoziati**)

(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto

Il Food&Beverage è un settore ancora **molto frammentato**

**FRAMMENTAZIONE
DEL SETTORE**

Numero di imprese e contribuzione ai ricavi del settore per classe di fatturato del settore Food&Beverage (valori percentuali), 2019



Questa analisi ha previsto la costruzione di un **database** con dati economici pluriennali di tutte le aziende Food&Beverage in Italia, per un totale di **oltre 2 milioni di osservazioni**

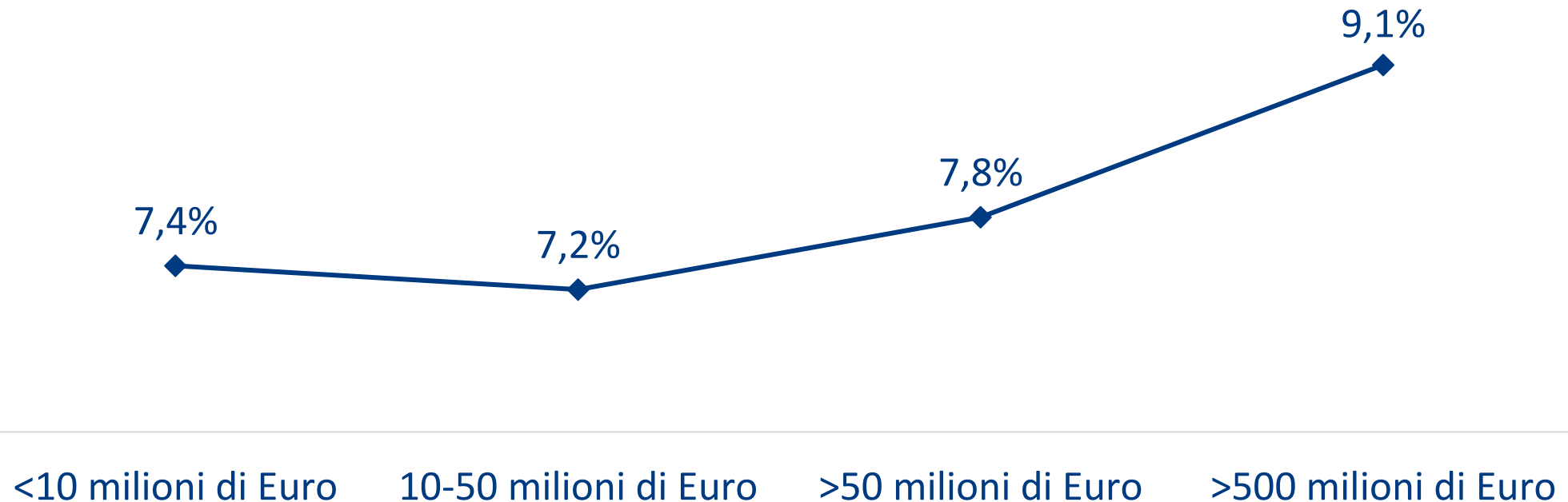
N.B. sono stati considerati i bilanci delle **19.941 società di capitali** attive nel settore alimentare e delle bevande (codici Ateco 10 e 11) nel 2019, classificate all'interno del database Aida Bureau Van Dijk

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Aida Bureau Van Dijk, 2021

Questo freno dimensionale genera **ricadute negative** nelle performance aziendali, in termini di **marginalità...**

FRAMMENTAZIONE
DEL SETTORE

EBITDA delle imprese italiane per classe di fatturato in milioni di Euro, settore Food & Beverage
(% del fatturato), 2019



N.B. sono stati considerati i bilanci delle **19.941 società di capitali** attive nel settore alimentare e delle bevande (codici Ateco 10 e 11) nel 2019, classificate all'interno del database Aida Bureau Van Dijk

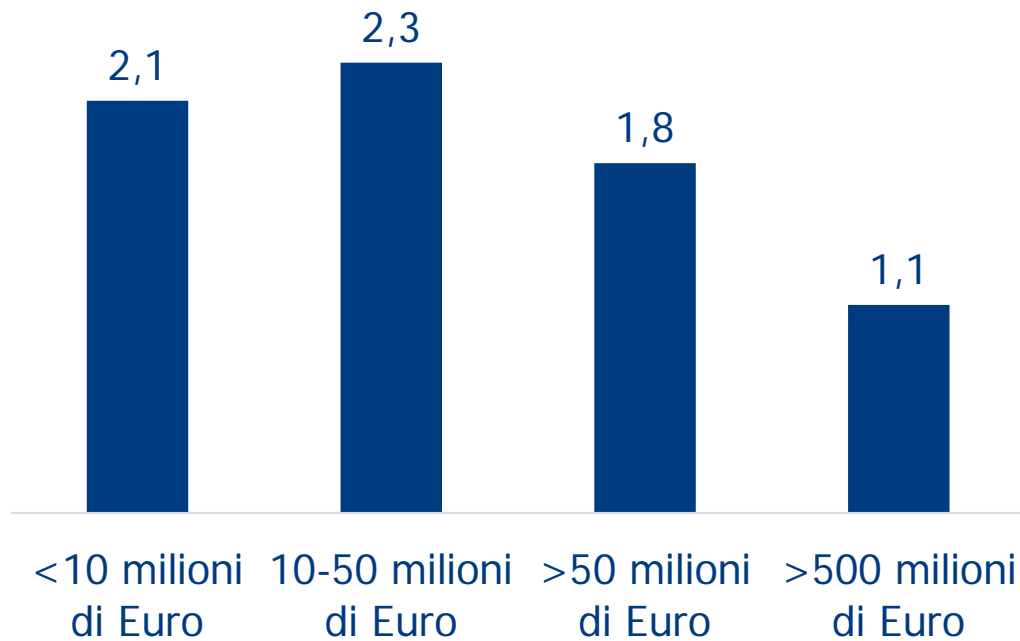
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Aida Bureau Van Dijk, 2021

... sostenibilità economica e autonomia finanziaria

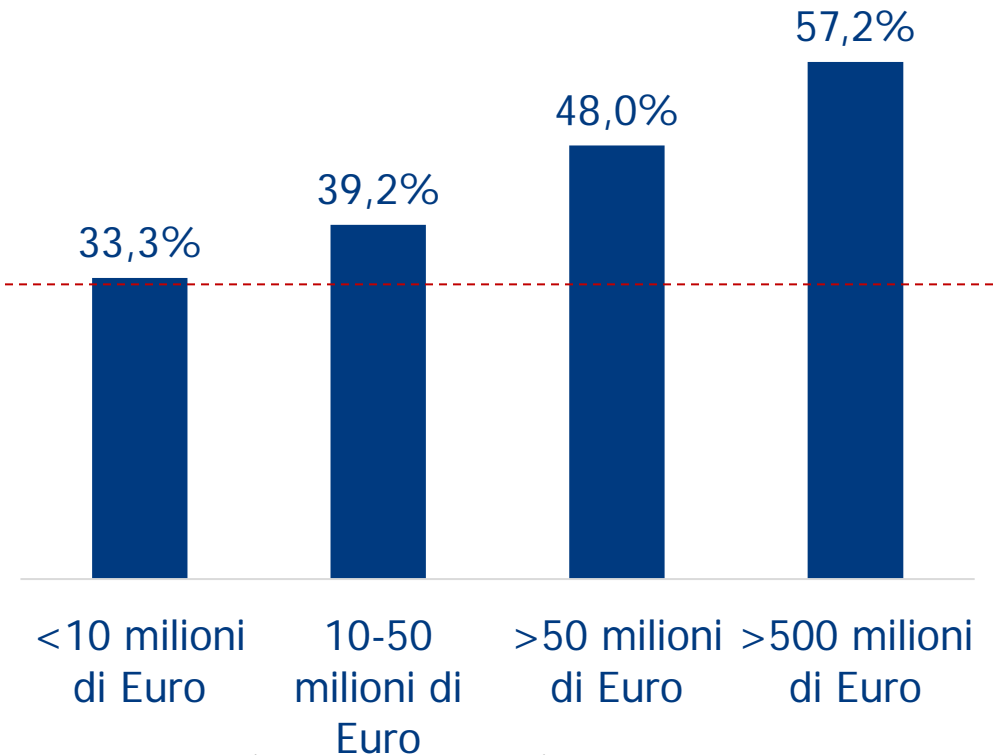
FRAMMENTAZIONE
DEL SETTORE

Indicatori di sostenibilità economica e autonomia finanziaria delle aziende Food&Beverage per classi di fatturato e relativi valori limite (PFN/EBITDA, a sinistra, e patrimonio netto/(patrimonio netto+debiti), a destra), 2019

Valore limite: **6**



Valore limite: **33%**

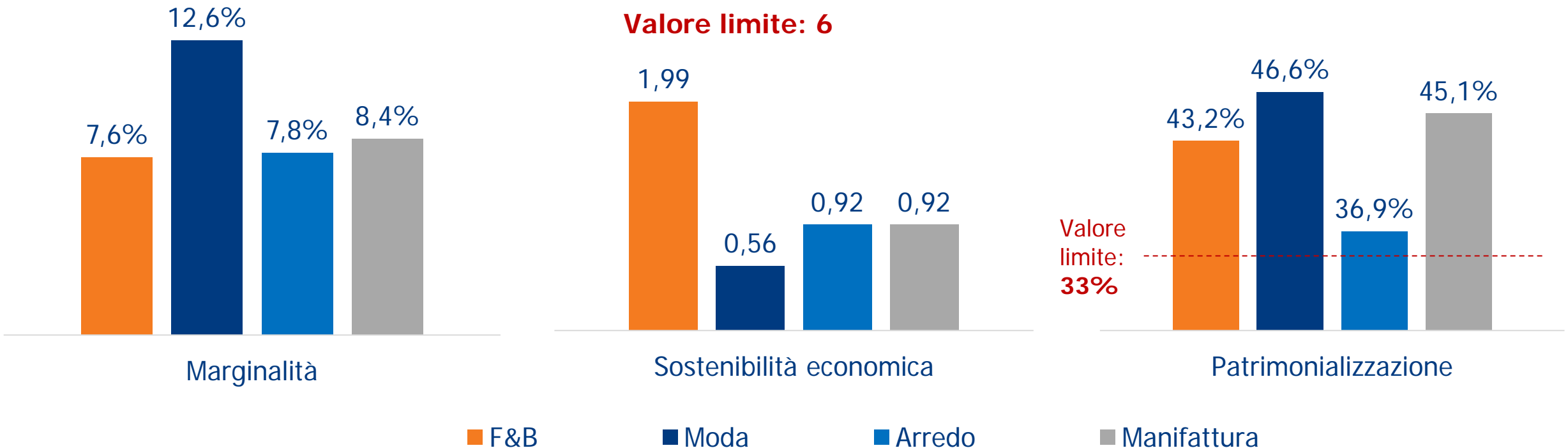


N.B. sono stati considerati i bilanci delle **19.941 società di capitali** attive nel settore alimentare e delle bevande (codici Ateco 10 e 11) nel 2019, classificate all'interno del database Aida Bureau Van Dijk

Anche per questo motivo, il settore sconta una performance economico-finanziaria media inferiore ad altri settori manifatturieri

**FRAMMENTAZIONE
DEL SETTORE**

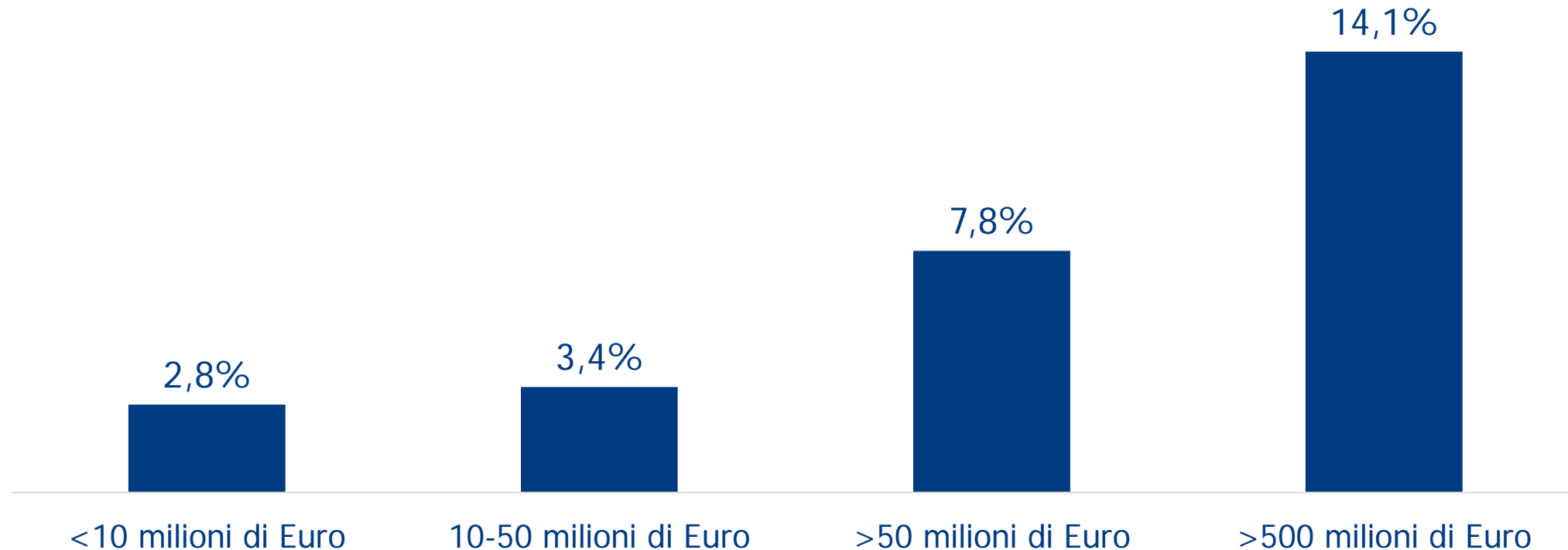
Indicatori di marginalità, sostenibilità economica e autonomia finanziaria del settore Food&Beverage a confronto con alcune filiere caratteristiche del Made in Italy e con la media manifatturiera (EBITDA/fatturato, a sinistra; PFN/EBITDA, al centro; patrimonio netto/(patrimonio netto+debiti), a destra), 2019



Le imprese più piccole del settore F&B dimostrano inoltre una **minore propensione all'investimento**

**FRAMMENTAZIONE
DEL SETTORE**

Propensione all'investimento (CAPEX medio) per classe di fatturato in milioni di Euro del settore Food & Beverage (valori percentuali), 2019



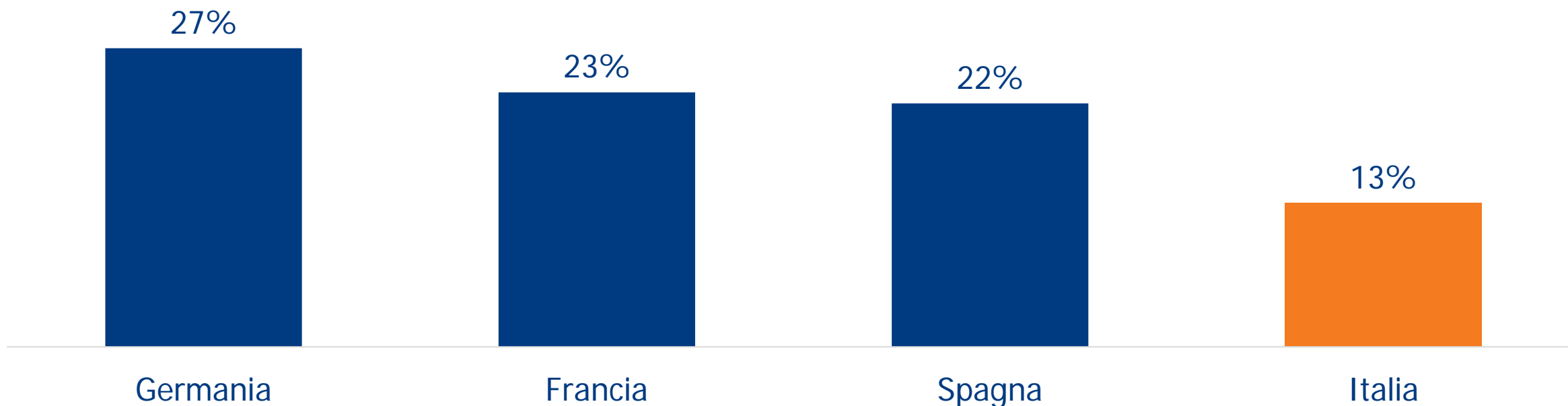
N.B. sono stati considerati i bilanci delle **19.941 società di capitali** attive nel settore alimentare e delle bevande (codici Ateco 10 e 11) nel 2019, classificate all'interno del database Aida Bureau Van Dijk

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Aida Bureau Van Dijk, 2021

In Italia le operazioni di M&A superiori a €100 milioni sono solo il **13%**
la metà della Germania ...

M&A

Operazioni M&A (target) del settore Food&Beverage oltre i 100 milioni in alcuni Paesi UE
(quota % sul totale), media ultimi 5 anni



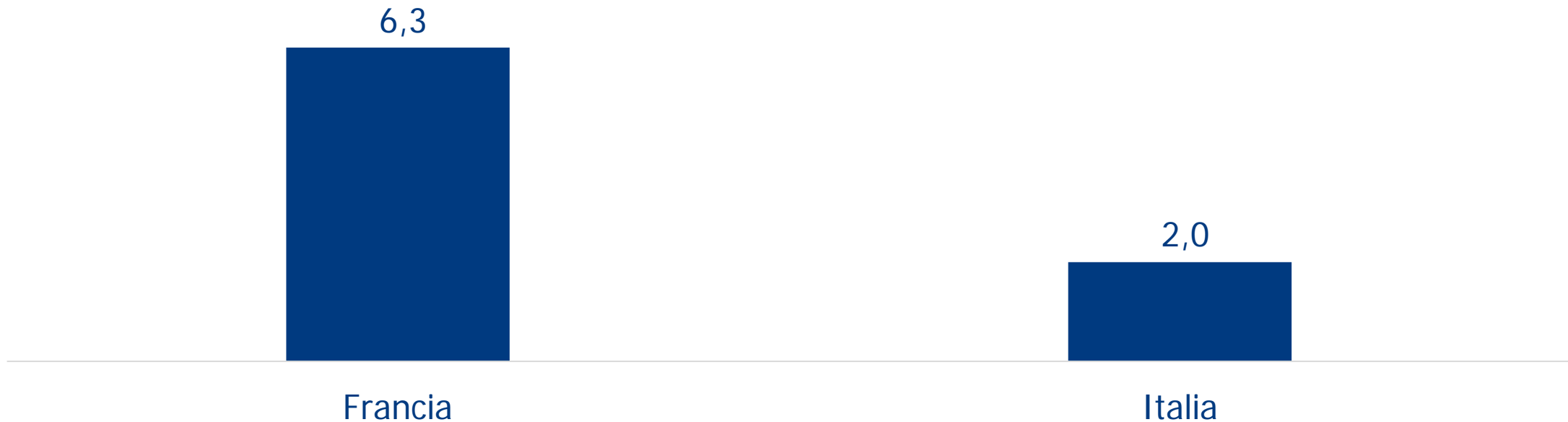
N.B. Nota metodologica: sono state incluse le categorie «consumer foods» e «wine and spirits» e sono state considerate le operazioni di M&A superiori a €5 milioni.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Mergermarket, 2021

...e anche per **valore delle operazioni** l'Italia registra un valore pari a **un terzo di quello francese**

M&A

Valore delle operazioni di M&A dichiarate (target) del settore Food&Beverage in Italia e Francia (miliardi di Euro), media ultimi 5 anni



N.B. Nota metodologica: sono state incluse le categorie «consumer foods» e «wine and spirits» e sono state considerate le operazioni di M&A superiori a €5 milioni.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Mergermarket, 2021

Agenda

- The European House – Ambrosetti e la Community Food&Beverage
- Il contributo della Valtellina allo sviluppo della filiera agroalimentare italiana
- La fotografia della filiera agroalimentare in Italia e i 10 punti di forza del settore
- Gli impatti dell'emergenza COVID-19 a più di un anno dalla crisi
- Le criticità che rallentano lo sviluppo del settore agroalimentare italiano
- **Le priorità per rilanciare l'attrattività delle aziende Food&Beverage italiane: quale Agenda per l'Italia**

Le **priorità** per rilanciare la competitività del settore agroalimentare



PREMESSA: la strategia «**Farm to Fork**» è uno dei pilastri dello European Green Deal per la transizione sostenibile e circolare della filiera agroalimentare

I **sei obiettivi** della Strategia «Farm to Fork»:

- Garantire una produzione alimentare sostenibile
- Garantire la sicurezza alimentare
- Favorire una filiera alimentare sostenibile dall'inizio alla fine: dalla lavorazione alla vendita (sia all'ingrosso sia al dettaglio), e anche i servizi accessori, come l'ospitalità e la ristorazione
- Promuovere il consumo di cibi sostenibili e sostenere la transizione verso abitudini alimentari sane
- Ridurre gli sprechi alimentari
- Combattere le frodi alimentari lungo la filiera



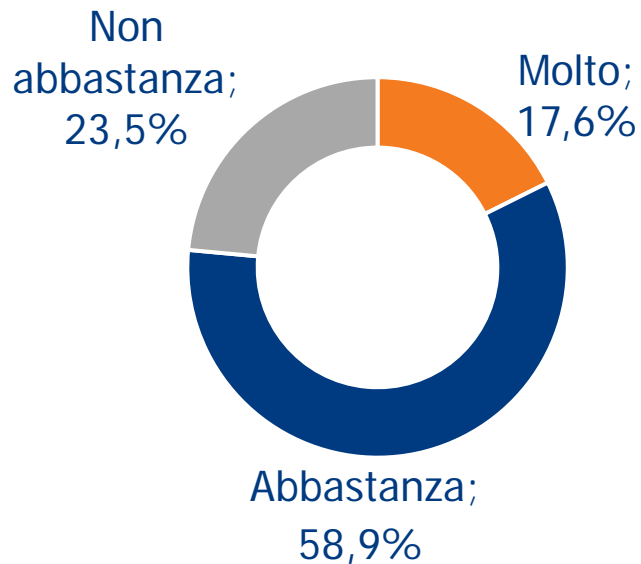
10 miliardi di Euro del programma **Orizzonte Europa** (2021-2027) saranno investiti in attività di Ricerca & Innovazione riguardanti i prodotti alimentari, la bioeconomia, le risorse naturali, l'agricoltura, la pesca, l'acquacoltura e l'ambiente

Lo scopo è posizionare nei prossimi 10 anni il sistema alimentare dell'Unione Europea a **standard di riferimento per la sostenibilità a livello globale**

- Gli obiettivi fondamentali della strategia sono focalizzati sulla **preservazione della biodiversità** dei territori e sulla **garanzia del benessere animale**:
 - Ridurre del **-50%** l'uso di **pesticidi chimici** entro il 2030
 - **Dimezzare la perdita di nutrienti**, garantendo al tempo stesso che la fertilità del suolo non si deteriori, riducendo di almeno il **-20%** l'uso di **fertilizzanti** entro il 2030
 - Ridurre del **-50%** le vendite totali di **antimicrobici** per gli animali d'allevamento e di **antibiotici** per l'acquacoltura entro il 2030
 - Trasformare il **25%** dei terreni agricoli in aree destinate all'**agricoltura biologica** entro il 2030

Tre aziende italiane su quattro ritengono che la strategia «Farm to Fork» contribuirà a rendere le filiere agroalimentari più sostenibili

Risposta alla domanda: «La Strategia «Farm to Fork» contribuirà a rendere le filiere agroalimentari più sostenibili?» (% sul totale), 2021

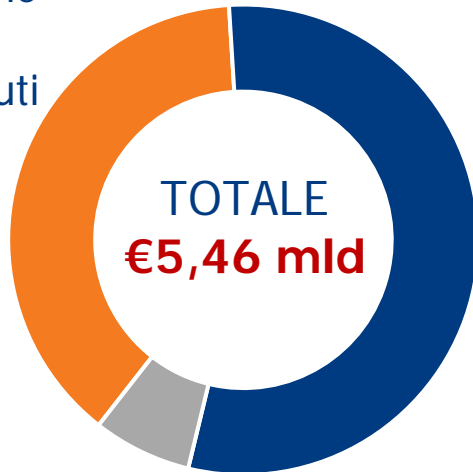


- Le aziende identificano i seguenti **punti di forza** della Strategia:
 - Garanzia di accesso ad alimenti sani e sostenibili
 - Controllo, tracciabilità e trasparenza nella filiera
 - Aumento del valore delle produzioni agricole, in particolare quelle biologiche
 - Creazione di un sistema agroalimentare europeo più equo, salutare e rispettoso dell'ambiente
- I **punti di miglioramento** individuati sono:
 - Necessità di una defiscalizzazione e decontribuzione per le aziende che investono in sostenibilità
 - Necessità di avviare una rivoluzione dei processi di politica industriale e non semplici dichiarazioni
 - Lotta allo spreco attraverso la digitalizzazione delle filiere
 - Attenzione alla sostenibilità del packaging

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) attribuisce grande rilevanza all'Agricoltura sostenibile e all'Economia Circolare, con €5,46 miliardi dedicati

Fondi del PNRR dedicati ad Agricoltura sostenibile ed Economia Circolare (Miliardi di Euro), 2021

Migliorare la capacità di gestione efficiente e sostenibile dei rifiuti e il paradigma dell'economia circolare
2,10



Sviluppare progetti integrati*
0,37

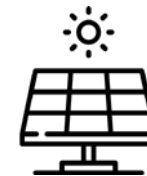
Sviluppare una filiera agroalimentare sostenibile
2,99



€830 milioni dedicati all'attuazione di **contratti di filiera** nel settore



€830 milioni dedicati allo sviluppo di una **logistica** efficiente e sostenibile



€830 milioni dedicati a sostituzione e ammodernamento immobili agricoli con **pannelli fotovoltaici**



€500 milioni dedicati all'**innovazione e meccanizzazione** nel settore agricolo e agroalimentare

(*) Si intendono progetti che si svilupperanno in 19 piccole isole, che fungeranno da «laboratorio» per l'implementazione di innovazioni in ambito sostenibilità ed Economia Circolare.

Rispetto allo scorso anno, le aziende dichiarano di dare priorità all'innovazione dei processi negli investimenti di breve termine...

Risposta alla domanda: «Quali sono gli ambiti di investimento della sua azienda nel prossimo futuro?»
 (% sul totale, possibilità di risposta multipla), 2021 vs. 2020 (precedente edizione della survey)



...così come nel medio-lungo periodo, seguiti dalla **sostenibilità ambientale**

Risposta alla domanda: «Quali sono gli ambiti di investimento della sua azienda nel medio-lungo termine?» (% sul totale, possibilità di risposta multipla), 2021 vs. 2020 (precedente edizione della survey)



Le imprese identificano alcune **misure chiave** per la ripartenza del settore

Favorire ammodernamento impianti

Supporto al Made in Italy

Supporto a investimenti

Incentivi alle aggregazioni tra aziende

Combattere il lavoro sommerso

Sburocratizzazione

Lotta all'evasione fiscale

Comunicazione e sensibilizzazione

Agevolazioni fiscali e contributive

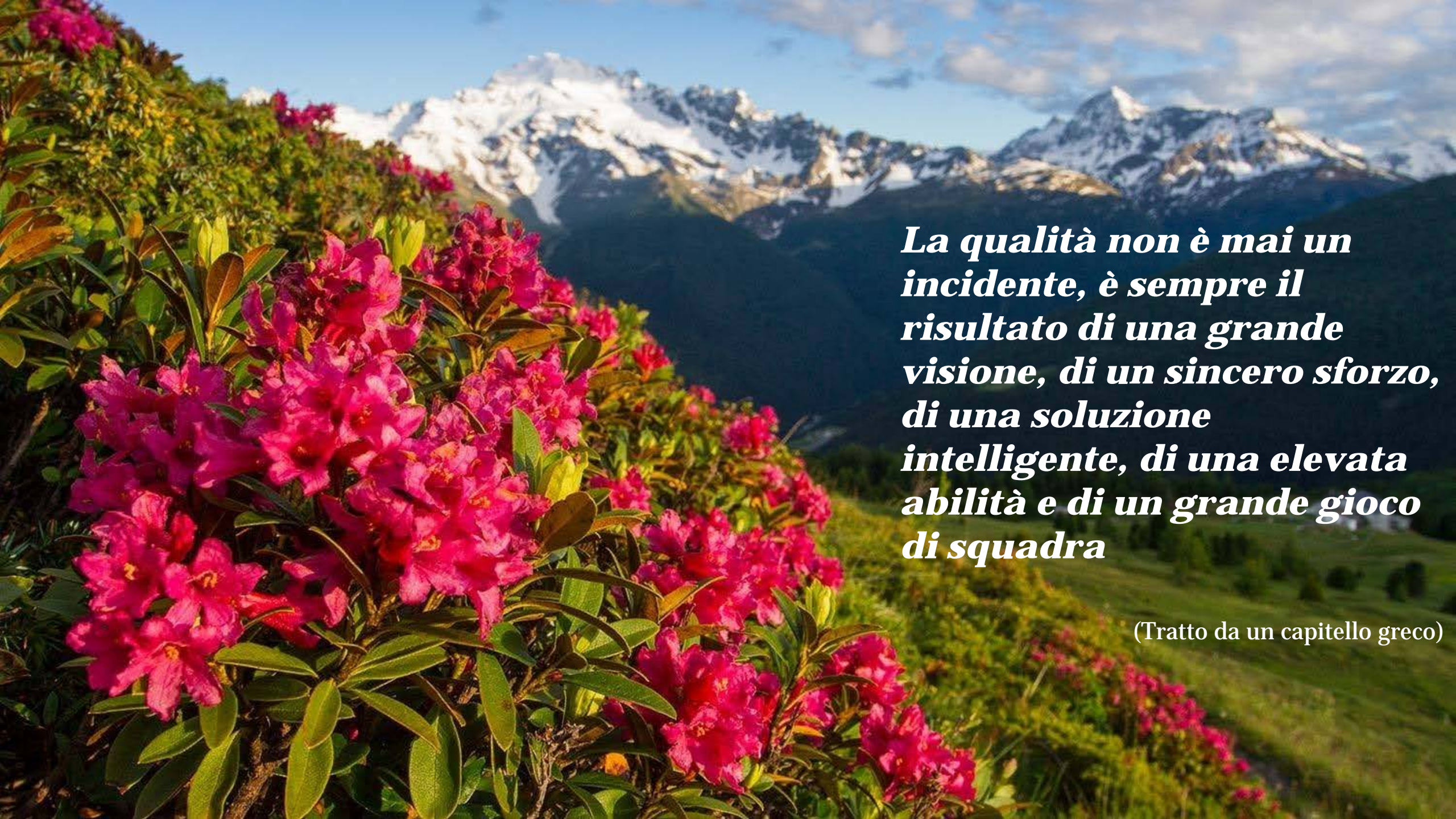
Favorire la riconversione del packaging

Recupero degli sprechi

Accorciamento della filiera

N.B. La dimensione delle parole chiave è in proporzione alla frequenza con la quale vengono citate nelle risposte alla survey

Fonte: elaborazione su dati survey di The European House – Ambrosetti alle aziende del settore Food&Beverage in Italia, 2021



***La qualità non è mai un
incidente, è sempre il
risultato di una grande
visione, di un sincero sforzo,
di una soluzione
intelligente, di una elevata
abilità e di un grande gioco
di squadra***

(Tratto da un capitolo greco)



Grazie per l'attenzione

Valerio De Molli

Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti

Sito: www.ambrosetti.eu

E-mail: valerio.de.molli@ambrosetti.eu

Twitter: [@ValerioDeMolli](https://twitter.com/ValerioDeMolli)

Hashtag: [#ForumFood2021](https://twitter.com/hashtag/ForumFood2021)