Food e hospitality, l’export che verrà. Le stime di PwC Italia

food-e-hospitality-shutterstock-1499354942-5a5900d4

Le previsioni dell’ Ufficio Studi PwC Italia nell’ambito di food e hospitality: entro il 2023 l’export italiano crescerà del 24%, volerà a €532 miliardi.

Le previsioni per l’export in Italia stimano una crescita continua nel prossimo biennio: nel 2021 si attende un rimbalzo dell’11,3%, rispetto al calo in valore del 9,7% registrato nel 2020, che permetterà un pieno ritorno ai livelli pre-pandemia, con un aumento ulteriore del 5,4% nel 2022 e una crescita del 4,0%, in media, nel biennio successivo.

Andrea Toselli, Presidente e Amministratore Delegato di PwC Italia spiega: “Le ultime previsioni del Governo ci danno segnali positivi sulla crescita del Pil nazionale, stimata intorno al 6% su base annua. **Secondo le rilevazioni dell'Ufficio Studi di PwC l’export italiano, che nel 2021 ha già superato i livelli pre-pandemia, entro il 2023 toccherà 532 miliardi di euro, con una crescita del 24% rispetto al 2020.**

Ad incidere positivamente saranno anche i 6,8 miliardi di risorse stanziate dal PNRR ed i fondi complementari a sostegno diretto dell’agroalimentare italiano, che oggi rappresenta oltre 500 mila addetti.

Un segnale importante che conferma come il Food e l’hospitality restino comparti chiave del tessuto produttivo italiano sui quali investire per il benessere del Paese".

L’export agroalimentare

Il valore dell’export nel mercato agroalimentare è in continua crescita così come il suo peso sul totale dell’export italiano, che aumenterà dell’11% nel 2021 rispetto al valore pari a 44,6 miliardi di euro nel 2020. **L’agroalimentare è infatti il comparto che ha risentito meno della crisi pandemica, non essendo stato colpito da particolari restrizioni o fermi produttivi** (*dati Interscambio Settoriale Agroalimentare 2021, Osservatorio Economico Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale*).

Nel 2020 il valore delle vendite all’estero di prodotti italiani è rimasto in crescita, così come il suo peso sul totale dell’export italiano, passando dal 9,2% (2019) al 10,3% nel 2020 (*dati Interscambio Settoriale Agroalimentare 2021, Osservatorio Economico Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale*).

Gli effetti dello stop forzato alle attività ricettive e ricreative della filiera Ho.Re.Ca. sono stati infatti parzialmente contenuti dall’incremento della spesa per i consumi domestici nonché dal maggiore utilizzo di soluzioni di food delivery, iniziate a diffondersi durante la pandemia e destinate a permanere.

I trend di ripresa per il settore Food

Le previsioni di consumo dell’Ufficio Studi di PwC Italia per il periodo 2021- 2024, formulate sulla base dell’ultima edizione del World Economic Outlook del Fondo Monetario Internazionale, segnalano tassi di crescita superiori ai livelli pre-Covid sia per gli scambi mondiali che per le esportazioni italiane nel settore alimentare.

I segmenti che mostrano la ripresa più rapida per il commercio mondiale sono olio (+7,6%) e pesce (+7,1%), mentre a trainare le esportazioni italiane, sono i segmenti del pesce (+9,9%) e dei latticini +(7,9%).

Ma a guidare la ripresa del settore agroalimentare italiano sono anche i cambiamenti di consumo.

Nel 2022 si mangerà più italiano, biologico e locale. La pandemia da Covid- 19 ha modificato

la relazione dei consumatori con il cibo, evidenziando una maggiore attenzione per la salute, la cura per l'ambiente, con una propensione per il cibo italiano, biologico e locale, con una crescita anche del Ready to Eat.

Tra i trend emergono quello della sostenibilità e del Click&Collect: 81% degli italiani considera importanti le indicazioni in etichetta su come riciclare la confezione per valutare la sostenibilità di un prodotto e il 46% degli italiani è disposto a pagare di più per un prodotto alimentare sostenibile.

Nel 2021 il 17% di tutto l'e-commerce sarà di largo consumo, aumenta del 9% la quota di mercato rispetto al 2019 di chi è disposto a pagare di più per un prodotto alimentare sostenibile; aumenta del 17% il prezzo medio del carello online rispetto a quello fisico.

Costretti a casa dai lockdown, gli italiani hanno aumentato i loro consumi domestici, con la spesa alimentare aumentata di 6 miliardi di euro in un anno, passando da 165 miliardi di euro nel 2019 a 171 miliardi di euro nel 2020. Tanto, ma non abbastanza per compensare quanto si è perso nei pubblici esercizi sul mercato del Fuori Casa, dove i consumi sono crollati di 31 miliardi di euro (*Rapporto annuale ristorazione Fipe 2020*).

In termini di spesa pro-capite siamo tornati indietro di 26 anni, al 1994. Pandemia e restrizioni hanno inoltre modificato il rapporto tra i consumatori e i pubblici esercizi.

Servizi di Hospitality

Nonostante il 97,5% dei ristoratori abbia registrato nel 2020 un calo di fatturato, i dati 2021 segnano +82,7% nel 2° trimestre 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

È in forte risalita anche l’export italiano della Ristorazione professionale, che nei primi tre mesi del 2021 registra un aumento del +20,8% a valore rispetto al 1° trimestre 2020, superando anche i livelli pre-Covid con una crescita del +7,5% sullo stesso periodo nel 2019.

Entro il 2024 si prevede un ritorno a ritmi di sviluppo accelerati per gli scambi mondiali. Fra i segmenti più dinamici si evidenziano proprio la **Ristorazione professionale (+6,9% medio annuo nel periodo 2021-’24 a valore) e la vendita di Caffè e macchine (+7% medio annuo).**

Anche a livello italiano, l’export dei servizi di hospitality sarà guidato dai comparti Caffe e macchine, panificazione e pasticceria.