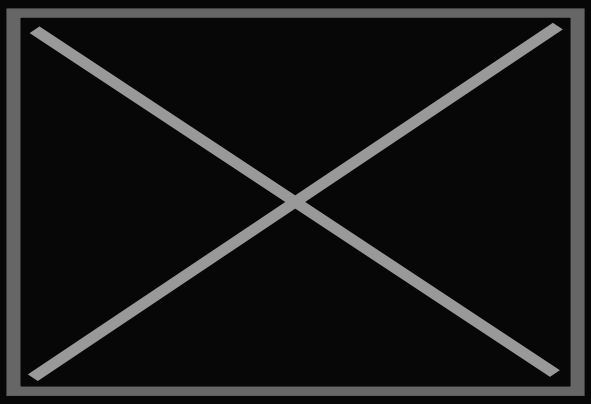
Materie prime: in Europa i prezzi saliranno ancora nel prossimo trimestre

hotel-chef-7364f779

Riguarda tutte le categorie merceologiche, con incrementi che vanno dal 3 al 15%, l'aumento dei prezzi delle materie prime food (e non food) per l'hôtellerie e la ristorazione.

A dirlo sono le stime dell'Osservatorio Internazionale **Entegra**, la più grande organizzazione acquisti di gruppo alimentare al mondo con oltre 20 miliardi di euro di potere d'acquisto, che prevede in Europa un aumento di almeno il 5% delle carni di pollo nel prossimo trimestre, mentre per quanto riguarda il salmone, al +87% già registrato anno su anno, si sommerà un ulteriore +25%.

Per la **carne**, il cui prezzo è influenzato da alcuni fattori comuni come mangimi e trasporti, l'attuale situazione geopolitica ha stravolto le previsioni fatte per l'anno 2022. Per il bovino, infatti, se la crescita dei prezzi attesa per il primo trimestre di quest'anno in Europa rientrava tra lo 0 e il 3%, gli aumenti registrati per lo stesso periodo dai maggiori produttori europei (Irlanda, Germania, Francia) superano il 10% (irlandese: 6.21% ultimo mese, 11.08% trimestre, 25.18% annuo; tedesco: 13.23% ultimo mese, 30.22% trimestre, 32.52% annuo; francese: 4.75% ultimo mese, 20.05% trimestre, 29.68% annuo).



Molto volatile il prezzo del **suino**, anche se con percentuali nettamente inferiori rispetto al bovino (la domanda di suino è trainata dalla stagionalità). Se infatti la tendenza ad inizio anno era improntata al ribasso (-23.32% a febbraio), i prezzi sono iniziati a salire a fine mese, superando i valori di dicembre dello scorso anno (+1.33). Ancora più significativo l'incremento del latte, che nei prossimi tre mesi supererà il +5% nell'Unione europea e in Italia.

Aumenti importanti anche per alcuni ortaggi, su tutti le **patate**: per le patate da industria, vista la diminuzione della disponibilità del prodotto, ci si aspetta un aumento oltre il 15% in Europa (il mercato di riferimento è l'Olanda), mentre per le patate da tavola la crescita sarà senza dubbio maggiore del 5% all'interno dell'Unione europea (il mercato di riferimento è la Francia). Diverso il discorso riguardante le **arance**, uno degli articoli più acquistati per il mondo dell'hospitality, la cui produzione nei mesi più caldi arriverà da Egitto e Sud Africa. Per il prodotto in arrivo dal primo Paese, in Europa l'aumento nei prossimi 6 mesi al supererà il 3% (in Italia non si producono in questo periodo), mentre per quelle in arrivo dal secondo Paese il prezzo dovrebbe diminuire fino al 20% in Europa per i prossimi 6 mesi, (come sopra).

Sul fronte del non food, invece, l'attenzione a plastica e alluminio è d'obbligo. Per la **plastica** (aumentata del 20.09% su base annua), la cui produzione è estremamente energivora, per il prossimo trimestre si prevede un aumento maggiore del 5%. Significativo anche l'aumento del prezzo dell' **alluminio** previsto per i prossimi 3 mesi: con le sanzioni alla Russia e la diminuzione della produzione cinese, il materiale, già aumentato del 15% su base annua, al netto di altre variabili non ancora prevedibili, supererà il 15% in Europa.

Un panorama comunque allarmante per l'intero settore dell'hospitality, dove prima il Covid-19, poi il conflitto Russia-Ucraina hanno generato un aumento dei **prezzi di elettricità e gas**, quest'ultimo aumentato del 99% nel primo bimestre del 2022, che sta mettendo in crisi certezze dell'intero comparto.

"*In questo momento di forte incertezza, siamo in grado di garantire la reperibilità delle materie prime attraverso gli strumenti e il supporto di cui ogni cliente ha bisogno per prendere decisioni quanto più in*

linea con i propri fabbisogni di acquisto. Ad esempio, nonostante l'olio di girasole abbia visto un aumento del prezzo del 26,99% su base annua in Italia e la maggior parte dei fornitori permettano l'acquisto di quantitativi molto limitati, siamo riusciti ad assicurarci 10.000 litri di olio di semi di girasole altoleico bloccati per i nostri", afferma **Antonio Tosiani**, Country Head di Entegra Italia.