Food: nel prossimo biennio crescita doppia rispetto al Pil

shutterstock-506516848-d88fffdc

Il 2021 ha segnato una forte ripresa nel settore del food, con una crescita record del 6,8%, superiore a quella del Pil (6,6%). La crescita si protrarrà anche nel 2022 e nel 2023, con tassi intorno al 4% annuo, più del doppio del Pil.

Emerge dal Food Industry Monitor (FIM), l'Osservatorio sul settore food realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e da Ceresio Investors. Giunto alla sua 8° edizione, l'Osservatorio è dedicato quest'anno **all'analisi del rapporto tra innovazione e crescita sostenibile delle aziende alimentari**, con un focus sulle aziende familiari e le specificità dei loro modelli di business. La redditività commerciale (ROS) ha raggiunto il 6,5% nel 2021, e le proiezioni indicano una sostanziale tenuta anche per 2022, nonostante le forti tensioni sui prezzi delle materie prime. La **struttura finanziaria delle aziende del settore resta solida**, con una lieve crescita del tasso di indebitamento. Nel 2021 le esportazioni hanno ripreso a crescere con un tasso superiore al 10%, in forte rimbalzo rispetto al -0,4% del 2020. Le esportazioni continueranno a crescere, ma a tassi molto più contenuti fino al 2023.

Previsioni 2022-2023

I comparti delle farine e del caffè saranno interessati nel 2022 da una **crescita a due cifre**, questo anche per effetto dell'aumento dei costi delle materie prime. Faranno bene anche i comparti dell'**olio, dei surgelai e del latte**. Il vino crescerà del 4,8%, appena al di sotto della media settoriale. I **comparti più dinamici** per le esportazioni nel 2022 saranno: **distillati, birra, latte e soft drink**, ma anche vino e pasta fanno bene nell'export.

L'analisi delle performance di sostenibilità evidenzia che **il 98% delle aziende** utilizza del tutto o in parte materie prime a **ridotto impatto ambientale**. Circa l'88% delle aziende usa in via esclusiva o

prevalente **packaging sostenibili**. Circa il 57% ha ottenuto una o più certificazioni inerenti alla sostenibilità ambientale e il 30% circa pubblica un bilancio di sostenibilità, mediamente da almeno tre anni.

"Materie prime a ridotto impatto ambientale significa che sono state prodotte secondo criteri quali il km zero o l'agricoltura biologica, con fonti di energia rinnovabile e/o packaging da materie prime riciclate. La tendenza è molto diffusa, anche se utilizzata in modo non esclusivo", ha precisato **Carmine Garzia** , Responsabile Scientifico dell'Osservatorio, docente di Management presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. *"Se dunque il 98% delle aziende utilizza del tutto o in parte materie prime sostenibili, solo un 22% le utilizza in modo prevalente. Rispetto ai dati dello scorso anno, le imprese stanno comunque incrementando in modo significativo gli investimenti in sostenibilità".*

Le società familiari hanno un ruolo preponderante nel settore del food

Il 78% del campione di aziende analizzato è controllato da una o più famiglie. **L'86%** ha un Consiglio d'Amministrazione **interamente composto da membri della famiglia**, l'11% è caratterizzato da una composizione del CdA mista, che comprende membri esterni e interni alla famiglia; il 3% ha un CdA composto interamente da membri esterni, mentre solo l'8% delle imprese analizzate ha un CEO esterno alla famiglia.

"Un elemento su cui riflettere – sottolinea **Alessandro Santini**, Head of Corporate & Investment Banking per Ceresio Investors – *se si considera che circa il 65% delle aziende è attualmente gestito dalla prima generazione di imprenditori, il 30% dalla seconda e poco più del 4,5% riesce a giungere alla terza e quarta generazione. In molti casi insomma non si considerano i benefici di un modello gestionale aperto, che preveda l'affiancamento di manager esterni a membri familiari, e questo è spesso una delle* ***cause di forte freno allo sviluppo****. In taluni casi può minare la continuità familiare dell'azienda".*

In generale, comunque, le aziende familiari che riescono a mantenere una guida solida e stabile hanno **performance di redditività e produttività superiori a quelle con un CEO non familiare**. *"I dati dimostrano che la scelta vincente è un management team con membri della famiglia affiancati da manager professionisti, cosa che consentirebbe alle aziende di ottenere migliori performance di redditività (ROS) e soprattutto di costruire un profilo di sostenibilità più solido"*, conclude **Gabriele Corte**, direttore generale di Banca del Ceresio.