

# Food & beverage, le aziende: “È l'inflazione energetica il nostro più grande problema”

20230614132414inflazione-804393c7

Per sette aziende italiane su dieci (il 69,2%) il **problema più grave è l'inflazione energetica**. È quanto emerge da una survey di **The European House – Ambrosetti** proposta a un campione di 500 aziende del comparto food&beverage, presentata a Bormio durante il forum **“La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”**.

Nella lista degli impatti negativi di quella che è stata definita un'attuale «poli-crisi», il comparto f&b mette al secondo posto il **rincarico delle materie prime (49,9%)**, e via via gli strascichi della pandemia (23,0%) e la difficoltà di approvvigionamento degli input produttivi (22,2%). Ultimo, invece, l'impatto dei danni legati alla siccità (il 13,5% delle imprese), che trova spiegazione nella storica dipendenza delle aziende italiane dalle materie prime estere.

## LA LEVA DEL PREZZO? SÌ, MA NON TROPPO

Ad oggi, nonostante una pressione crescente sui costi operativi, quasi quattro imprese su dieci (il 39,4%) affermano di aver aumentato i propri prezzi al consumo meno di quanto sia aumentata l'inflazione, e **l'11,6% è stato persino in grado di non aumentare il prezzo**.

*“È la dimostrazione del ruolo sociale delle imprese in questo contesto di difficoltà anche del potere di acquisto dei cittadini – ha affermato **Valerio De Molli**, Managing Partner & Cceo, The European House – Ambrosetti – Da solo l'assorbimento di parte del peso dell'inflazione da parte degli operatori della filiera non è comunque sufficiente: questo contributo si inserisce infatti in un quadro che vede i consumi alimentari fermi da oltre un decennio e con una flessione del 3,4% nell'ultimo anno dovuta al momento di crisi, ma non solo. L'Italia è il Paese in cui il salario medio annuale è cresciuto di meno negli ultimi 30 anni tra Usa, Paesi Bassi, Germania, Uk, Francia e Spagna, e dal 2021 al 2022 i salari medi reali si sono ulteriormente ridotti del -3,1% contribuendo così a **una sostanziale immobilità del potere d'acquisto**”.*

## L'AGROALIMENTARE E LA DIPENDENZA DALL'ESTERO

Nel corso dell'evento di Bormio è stato poi rimarcato come **l'intera filiera agroalimentare italiana sostenga circa 30 macro-settori**, contribuendo alla realizzazione del 16,4% del Pil nazionale. Con 282 miliardi di euro di valore aggiunto, di cui 64,1 diretti, il contributo dell'agroalimentare al Pil italiano è pari a 2,5 volte il settore automotive di Francia e Spagna messe insieme.

Nel 2022 la bilancia commerciale della filiera agroalimentare italiana è tornata, tuttavia, negativa con un saldo di -2 miliardi di euro, dopo i primi tre anni di solidità dal 2019 al 2021. L'esposizione internazionale della filiera agroalimentare è guidata da un deficit agricolo in continuo peggioramento, che ammonta a -13,2 miliardi di euro nello scorso anno. Infatti, **a causa della dipendenza agricola dall'estero, il Paese ha perso circa 100 miliardi di euro di Pil nel periodo 2010-2022.**

## SOSTENIBILITÀ, SEMPRE E COMUNQUE

The European House – Ambrosetti, inoltre, ha presentato **importanti dati relativi all'atteggiamento degli italiani nel post-pandemia**, che hanno puntato su una maggiore qualità della spesa alimentare e oggi comprano **un 10,5% in più di alimenti sostenibili certificati**, un +7,5% di alimenti biologici e a km zero mentre riducono cibi pronti e confezionati (-5,2%) e cibo spazzatura (-4,4%).

*“Le abitudini d'acquisto stanno cambiando con una graduale maggiore attenzione ai temi della salute – ha spiegato **Benedetta Brioschi**, Associate Partner e Responsabile Food&Retail, The European House – Ambrosetti – **Ma nel Paese bisogna ancora lavorare sugli aspetti culturali: solo il 17,3% dei cittadini sa che la dieta mediterranea prescrive il consumo di almeno cinque porzioni giornaliere di frutta e verdura, e solo il 5% mette in pratica questi dettami anche se siamo i primi esportatori di alcuni prodotti che sono alla base di questo tipo di alimentazione”.***

Secondo la ricerca Ambrosetti per le imprese **un prodotto diventa sostenibile soprattutto nella sua fase di produzione** (risposta data dal 38,9% delle 500 aziende del settore food & beverage coinvolte), ma per molte (il 32,3%) è, invece, l'alta qualità delle materie prime il fattore principale di sostenibilità. Nei piani dei prossimi 3-5 anni le aziende dichiarano di voler dedicare maggiore attenzione soprattutto alla sostenibilità della produzione (il 12,7% del totale) e alla riduzione degli sprechi (il 13,7%).

*“L'adozione di comportamenti più sostenibili nel carrello della spesa – ha concluso **Benedetta Brioschi** - **può anche essere un efficace contrasto all'attuale rincaro dei prezzi agroalimentari. I consumatori italiani si comportano in base alle rispettive disponibilità economiche: le famiglie meno***

*abbienti si sono orientate verso la riduzione degli sprechi alimentari nel 17,4% dei casi; le famiglie più abbienti, invece, acquistano maggiormente prodotti che possano salvaguardare il proprio benessere, per il 33,3% dei casi”.*