

# Aziende alimentari in crescita trainate dai mercati esteri

Ad Expo presentato uno studio della "Cattolica" e **Fiere di Parma**

Sono stati presentati ieri ad Expo i primi risultati della ricerca *Le performance delle aziende alimentari italiane e i fattori che le hanno rese possibili*. Lo studio, frutto dell'accordo tra l'Università Cattolica del Sacro Cuore - particolarmente attraverso il Laboratorio UCSC Expo-LAB - e **Fiere di Parma** (presenti nel padiglione "Cibus è Italia" di diversi relatori della Cattolica: Ornaghi, Cocconcelli, Antoldi, Cerarato; Divella di Federalimentare e Cellie di **Fiere Parma**) si concentra sull'analisi delle performance delle imprese del settore alimentare italiano. La rilevanza del comparto sta nei numeri: 58.000 imprese, di cui 13.300 sono società di capitali e (solo) 6.250 sono imprese industriali (9 addetti), un fatturato aggregato di 133 miliardi. Un vero e proprio pilastro del sistema produttivo italiano che spiega l'interesse del mondo accademico per l'analisi delle strategie e dei risultati delle imprese alimentari.

Oggetto di questa ricerca sono le 448 imprese (società di capitale) di dimensioni maggiori del settore alimentare, per un totale di 57 miliardi di fatturato aggregato, selezionate da 13 comparti,

in funzione del peso degli stessi sul settore alimentare.

La prima fase della ricerca ha previsto la raccolta e l'analisi dei principali dati di bilancio delle imprese nei 7 anni dal 2007 al 2013. La seconda fase della ricerca (ancora in corso) si è basata sulla somministrazione di un questionario alle 120 imprese caratterizzate da maggiore competitività (*top champions*) e rappresentative dei diversi comparti.

La crescita dei ricavi nei 7 anni oggetto d'indagine, distinta per comparti, mette in luce come il settore nel suo complesso sia cresciuto a un tasso annuo medio del 3,87%. Il confronto tra i singoli comparti e il dato medio mostra, tuttavia, realtà molto differenziate tra loro. Carni, Condimenti, Dairy, Gastronomia, Pasta mostrano i tassi di crescita più elevati. Anche l'andamento dei ricavi nel tempo conferma la diversità delle traiettorie di crescita tra i settori: accanto a settori come Carni e Dairy che mostrano un trend relativamente costante di crescita, ve ne sono altri (ad esempio Acqua e bevande, Snack, Olio) nei quali l'andamento nel tempo è più irregolare.

Dal punto di vista della redditività, il rapporto EBITDA/vendi-

te si attesta sull'8,51% medio nei 7 anni in esame (con valori superiori al 9% nel biennio 2009-2010). Il dato per singoli comparti rivela, ancora una volta, realtà piuttosto differenti. In alcuni comparti (Carni, Salumi, Olio), la maturità del business e/o la forte competizione sul prezzo depresse in modo significativo i margini aziendali. L'andamento nel tempo mostra che, accanto a comparti con una redditività sostanzialmente stabile come Condimenti e Gastronomia (entrambi oscillanti tra 10 e 12%), ve ne sono altri - Dairy e Salumi - nei quali la riduzione dei margini appare strutturale. La ricerca ha inteso valutare se e in che misura esista una relazione statisticamente significativa tra crescita dei ricavi, redditività aziendale e dimensione aziendale.

Per quanto riguarda i questionari, l'analisi dei dati è tuttora in corso. Un set di domande comunque è stato specificamente dedicato ad analizzare l'impatto della crisi e le risposte delle imprese alla stessa. Su questo aspetto, l'analisi rivela che nel periodo 2007-2013 la crescita delle imprese è stata trainata soprattutto dai mercati esteri, evidenziando l'importanza dell'internaziona-

lizzazione per la competitività: per oltre il 50% delle imprese il mercato domestico nei 7 anni considerati si è ridimensionato o è rimasto invariato, mentre oltre il 70% dei rispondenti ha dichiarato che nello stesso periodo il mercato estero è cresciuto, dentro e fuori il mercato interno europeo.

L'internazionalizzazione si conferma una vocazione "storica" per le imprese alimentari italiane: oltre il 70% delle imprese è presente nei mercati esteri da oltre 15 anni. I mercati europei (Francia, Germania, Regno Unito) sono considerati particolarmente strategici oggi per l'impresa, ma nell'opinione dei soggetti intervistati, è destinata a crescere nel tempo l'importanza dei mercati extra-europei (USA e Cina). Ai fini dello sviluppo internazionale, inoltre, le competenze legate all'analisi/selezione dei mercati esteri più attrattivi e alla negoziazione sono percepite come particolarmente critiche. Oltre che nella ricerca di opportunità di sviluppo internazionale, le risposte alla crisi si sono concentrate principalmente nei seguenti ambiti: investimento nell'innovazione dei processi produttivi (93% dei rispondenti), sviluppo nuovi prodotti (78%).



Tabella 1. Distribuzione del campione di imprese per comparto

Comparto	Ricavi 2013	N° Imprese
Acque e bevande	3.208.615.161	27
Birra	1.536.635.591	12
Carni	6.879.825.415	23
Colonnali	2.499.926.439	22
Condizionati	362.721.107	7
Conservati	3.976.893.779	38
Dairy	13.730.583.600	73
Gastronomia & Piatti Pronti	1.554.712.205	26
Infino	1.655.104.661	17
Infra	2.344.446.805	14
Pasta	6.261.719.689	68
Sottani	4.203.242.699	37
Snack, Confectionery, Bakery	8.540.278.627	84
<b>Totale</b>	<b>57.811.807.383</b>	<b>414</b>

A fianco e sotto due grafici che sintetizzano lo stato della ricerca presentata ad Expo dall'università Cattolica e da Fiere Parma

Crescita dei ricavi 2007-2013 (CAGR) per comparti

