Agroalimentare: tutte le sfide per il Food&Beverage dal Forum di Bormio

361ae88018abe22cdec9ffb540d29598-06d9fe90

Si prospetta un futuro in salita per il settore agroalimentare italiano. E' quanto emerge dal Forum ‘La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni’, organizzato da The European House – Ambrosetti e andato in scena negli scorsi gironi a Bormio.

A fronte di una riduzione generalizzata della spesa media mensile delle famiglie nell’ultimo decennio (-1,1% medio annuo su tutte le categorie di spesa), le analisi mostrano infatti come l’**incidenza della spesa alimentare è cresciuta di +2,9 punti percentuali nel periodo**, risultando la voce che aumenta maggiormente la propria incidenza sul totale della spesa delle famiglie, insieme a quella per l’abitazione e le bollette. Queste due voci sono destinate a incrementare notevolmente la propria incidenza sul totale anche nel biennio 2021-2022, essendo le categorie maggiormente impattate dalla crisi inflattiva.

Il peso dell'inflazione

Il paper evidenzia come l’attuale inflazione energetica e alimentare stia colpendo le fasce più povere della popolazione. Il **costo del paniere medio** per le famiglie appartenenti al quintile di reddito più basso ha subìto un’impennata del +8,0% da marzo 2021 a marzo 2022, mentre l’impatto inflattivo per le famiglie nel quintile più alto si attesta a +4,7%. Uno scenario dovuto a fattori esogeni che legittima le **previsioni di un’inflazione su base annua superiore al 10%**, che impatterà in modo asimmetrico sui consumatori e sugli operatori del retail.

Evidenze molto preoccupanti sono registrate anche per la **filiera produttiva**: un settore senza dubbio florido, ma che ad esempio è cresciuto meno di altri (pur riportando una progressione del 6,2%, è al terz’ultimo posto per crescita tra le filiere), e che è solo al 5° posto all'interno dell'Unione europea per

valore dell’export e al penultimo posto nel cluster dei top 10 exporter per incidenza delle esportazioni agroalimentari sul fatturato (pari al 22,5%).

Export: le opportunità di crescita

Spazi di export importanti possono venire dalla **lotta all'Italian sounding** - il fenomeno dei prodotti alimentari che ‘suonano’ come italiani e non lo sono - che sottrae al nostro export un valore, per la prima volta stimato con un algoritmo matematico, di circa 80 miliardi di euro.

Un fenomeno, ha sottolineato il **Manifesto per il contrasto all’Italian Sounding** elaborato da The European House – Ambrosetti e Assocamerestero, che potrebbe essere mitigato con serie di azioni: favorendo la consapevolezza del consumatore straniero verso le valenze distintive del Made in Italy agroalimentare; prevedendo agevolazioni fiscali con nuovi accordi di libero scambio Ue-Paesi Internazionali e accordi bilaterali più favorevoli per le imprese agroalimentari; combattendo la comunicazione ingannevole; strutturando una rete comune di attori istituzionali all’estero; facilitando il consolidamento delle imprese F&B italiane, attraverso reti d’imprese del settore; sfruttando gli ‘ambasciatori’ del Made in Italy presenti all’estero; dando impulso alla tracciabilità; investendo sulla tecnologia di **blockchain e smart labeling** e, in generale, contribuendo a dare supporto tecnologico alle Pmi italiane del F&B.