

6° Forum Food & Beverage di Bormio

AGROALIMENTARE: FUTURO IN SALITA

Con una impegnativa gara ciclistica non competitiva da Bormio a Santa Caterina Valfurva e al Rifugio Forni si è concluso domenica il Forum annuale sul F&B promosso da The European House – Ambrosetti: 17,2 Km e 953 m. di dislivello da superare “sfidando” i campioni delle due ruote Ivan Basso e Alberto Contador. Un vero e proprio Team building per i manager del nostro agroalimentare che vi hanno partecipato, metafora del percorso “in salita”, disegnato da The European House – Ambrosetti durante il Forum, con cui dovranno confrontarsi nei prossimi mesi

Bormio, 21 giugno – Le analisi dell’impatto economico dello scenario di crisi attuale sul settore agroalimentare che hanno tenuto banco al Forum di Bormio hanno messo in luce le pesanti **ricadute sui consumi e sulle famiglie italiane**. 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), **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 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 subito 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. Le imprese della Grande Distribuzione sono chiamate a risposte efficaci, in grado di far fronte a una situazione che rischia di diventare strutturale nel medio periodo, per andare incontro alle esigenze delle famiglie calmierando i prezzi. Evidenze molto preoccupanti anche per la filiera produttiva: il paper analizza le principali criticità di 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), è solo al 5° posto in UE 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. È proprio su queste performance non esaltanti verso l’export che il comparto può avere i maggiori margini di sviluppo. Sono sei le direttrici lungo cui filiera e politica possono muovere assieme, un vero e proprio programma di lavoro congiunto riassunto nella grafica.



Le priorità per rilanciare la competitività della filiera agroalimentare italiana

Spazi di export importanti possono venire dalla lotta all'Italian Sounding - il fenomeno preoccupante (e dilagante) 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. Le 84 Camere di Commercio Estere riunite in collegamento da Roma al Forum di Bormio, coordinate dal Presidente di **Assocamerestero, Gian Domenico Auricchio**, sono già impegnate in prima linea nel contrastare questo fenomeno.

In ottica propositiva, The European House – Ambrosetti e Assocamerestero, alla luce delle evidenze della ricerca congiunta sul tema Italian Sounding, hanno indicato agli stakeholders italiani della filiera agroalimentare possibili strumenti e azioni per cercare di superare questa criticità o quanto meno ridurne l'impatto. ([Il Manifesto per il contrasto all'Italian Sounding](#))

In sintesi, si tratta di **favorire la consapevolezza del consumatore straniero** verso le valenze distintive del Made in Italy agroalimentare, prevedere **agevolazioni fiscali** con nuovi accordi di libero scambio UE-Paesi Internazionali e accordi bilaterali più favorevoli per le imprese agroalimentari, **combattere la comunicazione ingannevole, strutturare una rete comune di attori istituzionali all'estero, favorire il consolidamento delle imprese F&B italiane**, attraverso reti d'impres del settore, **sfruttare gli 'ambasciatori' del Made in Italy** presenti all'estero, **dare impulso alla tracciabilità** sfruttando la tecnologia di blockchain e smart labeling e, in generale, contribuire a dare supporto tecnologico alle PMI italiane del F&B.

Rimanendo in tema di export, l'appuntamento di Bormio ha offerto anche l'occasione per scoprire le potenziali opportunità di **nuovi mercati** dove il Made in Italy è presente solo in modo parziale e che, quindi, presenterebbero interessanti margini di crescita e business. Il focus, in questo caso, è stato posto sulle **Filippine, tra i paesi dell'area ASEAN attualmente in forte sviluppo economico**.

Ospiti d'eccezione a Bormio, il viceministro del Governo delle Filippine Ceferino P. Rodolfo e il sottosegretario Ariel T. Cayan, intervenuti alla presentazione della ricerca

“L'internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana: le Filippine come partner e mercato di riferimento”, in prospettiva di una collaborazione crescente tra i due Paesi, propiziata attraverso un progetto voluto e sostenuto, anche finanziariamente, dalla nostra Ambasciata a Manila sotto la guida dell'Ambasciatore nel Paese Marco Clemente.

Questi sono alcuni dei temi maggiormente discussi durante la sesta edizione del 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 nei due giorni del 17 e 18 giugno a Bormio. Un evento al quale hanno preso parte stakeholders di aziende alimentari, ma anche esponenti politici, nutrizionisti, esperti di marketing e dello sport che si è dimostrato vincente nella formula phygital, come dimostrano i numeri dei partecipanti, circa 250 tra i presenti in sala e quelli collegati da remoto. Il Forum è stato molto seguito anche sui social: tra venerdì 17 e domenica 19, i 274 tweet del profilo The European House – Ambrosetti sul Forum hanno ottenuto 44.3K visualizzazioni e l’hashtag #ForumFood2022 ha ottenuto circa 6 milioni di impressioni su twitter mentre i due post LinkedIn (pubblicati sabato e domenica) hanno ottenuto 16.200 visualizzazioni, 175 reazioni e sono stati condivisi 21 volte.

Qui il

programma: <https://www.dropbox.com/s/brnlt8w87uiwk2d/Programma%20Forum%20Food%20ITA%20final.pdf?dl=0>

Cartella stampa, presentazioni e immagini disponibili al seguente link:

<https://www.ambrosetti.eu/forum-food-2022/>

UFFICIO STAMPA - Lead Communication

Anita Lissona, 335 498993, anita.lissona@leadcom.it

Carlo Petronella, 389 2443460 carlo.petronella@leadcom.it

Alessandro Garavaglia, 338 9099342 alessandro.garavaglia@leadcom.it