

## **Italgrob. A Roma gli Stati Generali del mercato Food & Beverage: il valore è di oltre 200 miliardi di euro e occupa 2 milioni di persone**

*I principali player del mercato del Food & Beverage si sono incontrati per discutere delle problematiche urgenti a partire dall'aumento dei prezzi.*

*Siglato, inoltre, l'accordo Italgrob-Italian Exhibition Group: fino al 2027 sarà la fiera Beer&Food Attraction ad ospitare l'International Ho.Re.Ca. Meeting*

**Roma, 3 novembre 2023** – Italgrob (Federazione Nazionale Distributori Horeca), l'associazione nazionale di riferimento per il fuori casa, ha presentato oggi a Roma uno studio che offre una fotografia del mercato Food & Beverage in Italia.

Per la prima volta sono stati coinvolti tutti i principali player del mercato, dai produttori (**Centromarca**) ai ristoratori (**Fipe**) e i due principali canali di sbocco delle produzioni Food & Beverage, ovvero il canale dei consumi domestici, rappresentato da **Federdistribuzione**, e il canale Ho.re.ca. rappresentato dalla **Federazione Italgrob**, con l'obiettivo di affrontare, nella loro complessità e in maniera sinergica e collaborativa, le problematiche urgenti del mercato a partire dall'aumento dell'inflazione.

### **Il valore del mercato e le criticità**

Fra consumi domestici e consumi extradomestici, il valore del mercato del Food & Beverage è di **oltre 200 miliardi di euro**. Si tratta di un asset fondamentale per l'economia del Paese che partendo dalle produzioni agricole, passando per le industrie di trasformazione, distribuzione, punti vendita e punti di consumo occupa circa **2 milioni di persone**.

Secondo lo studio realizzato dalla società di ricerche e analisi di mercato **Circana**, presentata dal Dott. **Marco Colombo**, che ha analizzato i dati e trend in atto, sia nel canale retail sia nel canale Ho.re.ca., dopo aver recuperato le gravi perdite accusate nel periodo pandemico, **il comparto della distribuzione alimentare e bevande è tornato ai livelli di volume del 2019**. Tuttavia, sotto la pressione delle dinamiche inflattive degli ultimi dodici mesi, che hanno generato **un aumento dei prezzi di oltre il 7%**, la tendenza positiva che ancora si leggeva ad inizio anno si sta progressivamente esaurendo proiettando una chiusura d'anno in parità con il 2022.

### **Prospettive di mercato per il 2024**

Le prospettive per l'anno a venire sui consumi fuori casa rimangono poco ottimistiche. In misura più rilevante, la distribuzione moderna, toccata da **una crescita dei prezzi media dell'11,2% nell'anno**, ha subito **una riduzione degli acquisti di oltre il 2%**. Nello specifico, per quanto i fattori climatici siano stati favorevoli ai consumi di settore, la distribuzione di bevande all'ingrosso ha visto nei primi nove mesi dell'anno un effetto inflazione pari al 6,9% e vendite verso i canali di sbocco ancora poco sopra la parità in confronto ad incrementi prezzo del 10,5% nella Grande Distribuzione con un rispettivo -4% di sell-out.

Nel contesto attuale, con l'arresto del travaso di volumi tra fuori-casa e in-casa, si impone quindi la necessità di rinvigorire l'offerta complessiva verso il consumatore facendo leva sulle peculiarità dei

canali, ovvero ampiezza, specializzazione e servizio nei grossisti, convenienza e comodità nella distribuzione moderna, sostenuta da politiche di sviluppo da parte dell'industria di marca, con l'innovazione come leva principale.

*“Obiettivo degli Stati Generali - ha dichiarato il presidente di Italgrob, **Antonio Portaccio** - è quello di ricercare e attuare quelle modalità di collaborazione per affrontare sfide sempre più complesse. Partendo dagli Stati Generali, contiamo di avviare una fattiva collaborazione fra i diversi canali distributivi con l'obiettivo di evitare inutili e dannose competizioni e implementare una cooperazione sinergica, visto anche il processo di ibridazione che da anni è in atto. Di fronte ad uno scenario caratterizzato dall'aumento dell'inflazione che ha eroso fortemente il potere di acquisto delle famiglie rallentandone i consumi, bisogna creare le condizioni di benessere diffuso favorendo la ripartenza della domanda interna e gli investimenti. In questa fase più che mai, è fondamentale alzare lo sguardo fuori dal proprio perimetro e fare sistema, attraverso un confronto costruttivo, per individuare le soluzioni e superare le difficoltà”.*

Per **Sergio Marchi**, Capo della Segreteria Tecnica di Francesco Lollobrigida, Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, intervenuto su delega del Ministro: *“Occorre ragionare secondo un'ottica di filiera, come sistema Italia. Proveniamo da un periodo non facile con il caro prezzi che condiziona in maniera significativa il mercato. Per invertire la tendenza bisogna incentivare il sistema delle filiere con investimenti importanti, al fine di dare risposte al settore agroalimentare nel suo complesso. In tale contesto è stato fondamentale lo stanziamento di risorse da parte del Governo volto a sostenere il potere d'acquisto e quindi i consumi. In questa prospettiva contiamo di ottenere ulteriori finanziamenti e di poter dare altre risposte al settore agroalimentare”.*

*“Quella tra Italian Exhibition Group e Italgrob è una relazione di lunga data che fino ad oggi ha prodotto risultati molto soddisfacenti – ha affermato **Corrado Peraboni**, Amministratore Delegato di IEG, Italian Exhibition Group - la firma dell'accordo di oggi e lo svolgimento dell'International Ho.re.ca Meeting a Rimini fino al 2027, ci rendono quindi orgogliosi e ci permettono di proseguire per i prossimi anni nel segno di una proficua collaborazione. Come IEG abbiamo messo in atto importanti investimenti in fiere come SIGEP e Beer&Food Attraction, anche in virtù delle indicazioni dei nostri partner, delle associazioni e delle imprese distributrici, indispensabili per progettare al meglio le future edizioni di queste manifestazioni rappresentative e di riferimento nel settore del fuoricasa”.*

Secondo **Raffaele Langella**, Direttore Generale di Confindustria: *“Il quadro economico per il 2024 appare particolarmente complesso. Alcuni settori come il turismo, tuttavia, presentano margini di crescita e questo lascia ben sperare. Il sistema di Confindustria, pertanto, intende mettere a disposizione ulteriori strumenti che possono rivelarsi molto utili per esplorare nuove possibilità di business e prospettive di mercato”.*

Per il Dott. **Marco Colombo**, che ha presentato lo studio realizzato dalla società di ricerche e analisi di mercato Circa: *“Alla luce dei dati emersi dalla ricerca, si rileva il ruolo fondamentale degli investimenti per sostenere i punti vendita, garantire prodotti di alto valore e favorire le spinte all'innovazione. Certamente l'interazione fra canali assume un'importanza essenziale per incentivare lo sviluppo e rilanciare il comparto”.*

**Giorgio Santambrogio** Vicepresidente Federdistribuzione, ha affermato che: *“Le caratteristiche culturali, la propensione all'utilizzo delle tecnologie e la disponibilità di tempo del cliente incideranno*

*in maniera significativa sull'ibridazione dei diversi canali. La tecnologia assumerà un ruolo sempre più importante, per tale ragione occorrerà fare sistema. Non dobbiamo più considerare i diversi settori come isole a sé stanti ma sarà il cliente a decidere”.*

**Vittorio Cino**, Direttore Generale Centromarca, ha dichiarato che: *“Il processo di ibridazione è in atto da tempo, la difficoltà di oggi è che non capiamo in quale direzione stanno andando i consumatori. Il valore, la qualità e l'innovazione resteranno un elemento distintivo di un prodotto. È necessario, in quest'ottica, porre l'attenzione sulla rivoluzione digitale e sulla sostenibilità che stanno impattando enormemente sull'innovazione del prodotto e sul servizio”.*

Secondo **Luciano Sbraga**, Direttore Centro studi Federazione Italiana Pubblici Esercizi (Fipe): *“Il mondo del fuori casa, che Fipe rappresenta, è un mondo che ha reagito con molta intensità a diverse tempeste. Se noi guardiamo al rendimento dei consumi, a valore la ristorazione ha recuperato molto mentre la distribuzione commerciale ha perso a volume. Sono due mondi completamente diversi dove esiste l'esperienza di consumo e vanno trattati in modo diverso. Nel fuori casa il prodotto è il luogo dove si consuma e si fa l'esperienza. La competizione fa parte di questo mondo ed è un settore molto attrattivo, naturalmente non fa paura ma occorre farlo ad armi pari con le stesse regole”.*

Per **Dino Di Marino**, Direttore Generale di Italgrob: *“Oggi abbiamo avviato un percorso, che continueremo a novembre 2024 sempre qui, nella casa degli imprenditori della distribuzione e dei servizi, insieme ai rappresentanti del comparto per realizzare gli Stati Generali del mercato Food & Beverage, gettando lo sguardo oltre il nostro perimetro. Adesso abbiamo il dovere di agire, partendo dal mettere in pratica in maniera concreta le idee, le soluzioni, le proposte che oggi sono emerse. I distributori che Italgrob rappresenta non sono solo operatori logistici, ma operatori di servizi evoluti ed essenziali capaci di garantire sia a livello locale che nazionale un alto contenuto di servizio in termini di consulenza di prodotti e di formazione. Oggi Italgrob è pronta a cogliere le opportunità che il settore alimentare offre, con la consapevolezza che solo attraverso la collaborazione costruttiva potremo affrontare le complesse sfide che abbiamo dinanzi”.*

In occasione del convegno, inoltre, è stata presentata la 13esima edizione **dell'International Horeca Meeting** di Italgrob che avrà luogo, come consuetudine, nel più ampio contesto di **Beer&Food Attraction** a Rimini dal 18 al 20 febbraio 2024. La rinnovata edizione della manifestazione dedicata al mondo Horeca è stata annunciata dai manager di **I.E.G. - Italian Exhibition Group**, l'A.D. **Corrado Peraboni** e **Flavia Morelli** Group Exhibition Manager - Food & Beverage Division.

Durante l'evento, **Italian Exhibition Group** e **Italgrob** hanno annunciato il rinnovo della partnership per lo svolgimento dell'**International Horeca Meeting** all'interno della fiera **Beer&Food Attraction** per le edizioni **2025-2026-2027**.

L'accordo, siglato tra il Presidente di Italgrob, **Antonio Portaccio** e l'Amministratore Delegato di Italian Exhibition Group, **Corrado Peraboni**, nasce con l'intento di proseguire nel percorso avviato insieme anni fa dalle due realtà, per sostenere e supportare l'eccellenza nella distribuzione del fuori casa, promuoverne la crescita e valorizzare le relazioni professionali di un settore in continua evoluzione.

Un messaggio di vicinanza agli imprenditori del comparto è stato inviato da **Alberto Luigi Gusmeroli**, Presidente della Commissione Attività Produttive della Camera dei Deputati, il quale ha aggiunto che il settore della distribuzione Ho.re.ca. è nodale per la crescita economica del nostro Paese.

Inoltre, sulle ricerche prodotte da Trade Labe, presentata dal Prof. **Luca Pellegrini**, e Formind, presentata dal Dott. **Antonio Faralla**, sono intervenuti **Febo Leondini**, Presidente AFDB, **Luca De Siero**, Direttore Generale DORECA Italia e Consigliere Italgrob, e **Massimo La Torre**, Business Unit Manager Partesa Italia e Consigliere Italgrob, **Alessandro Capuano**, Direttore Di.AI. e membro staff tecnico Italgrob.