

Capitolo quinto

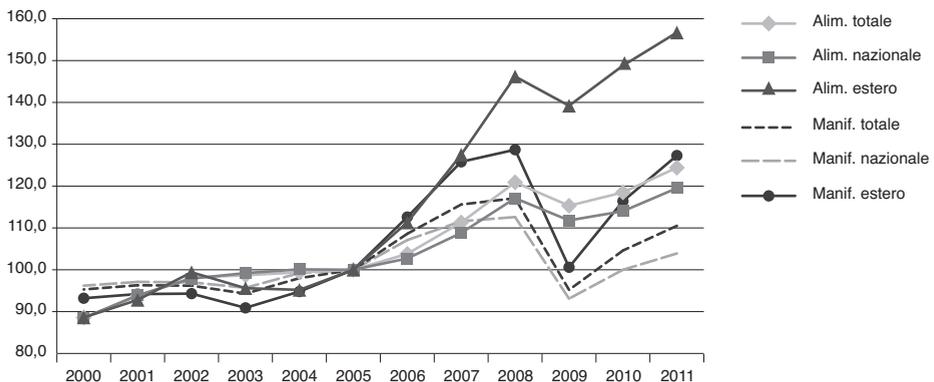
L'industria alimentare

La dinamica economico-produttiva

Il fatturato dell'industria alimentare nel 2011 è risultato in crescita, a valori correnti, del 2,4% rispetto al precedente anno, raggiungendo 127 miliardi di euro (dati Federalimentare), nonostante gli effetti della crisi economica abbiano continuato a farsi sentire a livello di sistema economico nazionale. Tale crescita si inserisce in un andamento positivo che ha caratterizzato l'ultimo decennio, pur con una maggiore espansione nel primo quinquennio. L'unico rallentamento si è verificato nel 2009 a causa della complessiva congiuntura sfavorevole.

Anche i dati ISTAT sull'indice del fatturato del settore mettono in luce una crescita nell'ultimo anno, intorno al 5%, portando il valore di tale indice a 124,4 (fig. 5.1). Tuttavia, si rileva una grande differenza fra il livello raggiunto dall'indice del fatturato nazionale, pari a 119,5 (+4,9% rispetto al 2010), e quello del fatturato estero, molto più elevato, essendo pari a 156,7 (+5,3%).

Fig. 5.1 - *Indice del fatturato dell'industria alimentare e manifatturiera (2005=100)*



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT.

Nel 2011 i mercati esteri hanno avuto, quindi, un ruolo cruciale per l'espansione del settore come negli ultimi anni. Le esportazioni hanno raggiunto, infatti, 23 miliardi di euro, secondo i dati di Federalimentare, con un incremento del 10% a valori correnti rispetto al 2010. Grazie a tale andamento il rapporto export/fatturato è salito al 18,1%, contro il 16,9% dell'anno precedente.

Anche per il complesso dell'industria manifatturiera si rileva una considerevole crescita dell'indice del fatturato estero, che ha consentito di incrementare quello totale, a un livello di 110,5, però, ben inferiore a quello dell'industria alimentare.

A livello comunitario, l'Italia continua a mantenere la terza posizione in termini di dimensione di fatturato settoriale, in base ai dati di FoodDrinkEurope¹, collocandosi dopo la Germania (152 miliardi di euro) e la Francia (144 miliardi di euro), entrambe caratterizzate da fatturati in aumento. Alle spalle del nostro paese si posizionano il Regno Unito (89 miliardi di euro), la Spagna (81 miliardi di euro), l'Olanda, la Polonia e il Belgio.

Al contrario della dinamica del fatturato, l'indice della produzione industriale dell'ISTAT riferito a industria alimentare bevande e tabacco evidenzia per il 2011 una flessione dell'1,9% in confronto all'anno precedente, con un valore pari a 100,9 (tab. 5.1), quale risultato di una variazione positiva per l'indice di produzione delle bevande (+2,3%) e di un calo per la sola industria alimentare (-1,8%). Ciò evidenzia una certa problematicità che l'industria alimentare italiana ha vissuto nell'ultimo anno, nonostante le note caratteristiche anticicliche del settore, di cui è segno anche la contrazione, in termini reali, dei consumi alimentari domestici (-1,1% secondo i dati ISTAT). Pertanto, nell'evoluzione del fatturato la componente "prezzi" sembra che possa aver giocato un ruolo non marginale. D'altro canto, nell'insieme delle attività manifatturiere l'indice della produzione ha fatto registrare solo una leggera contrazione nel 2011, ma il livello è rimasto a 88,4, quindi ben al di sotto di quello dell'alimentare.

In ogni caso, i comparti alimentari caratterizzati da una variazione positiva dell'indice ISTAT sono rappresentati da: lavorazione e conservazione del pesce (+4,9%), birra (+2,9%), vino (+2%), acque minerali e bibite analcoliche (+1,9%). I comparti, invece, in cui si rileva un andamento particolarmente negativo della produzione sono costituiti da: zucchero (-28,9%), pane e pasticceria fresca (-9,4%), piatti preparati (-5%), prodotti per l'alimentazione animale (-4%), condimenti e spezie (-3,2%) .

¹ FDE (2012), *Data and trends of the European Food and Drink Industry 2011*, www.food-drinkeurope.eu.

Tab. 5.1 - Evoluzione della produzione dell'industria alimentare italiana

(indici grezzi - 2005=100)

	Media			Var. % 2011/10
	2009	2010	2011	
Prod. lavor. conserv. carne e derivati	100,6	101,8	100,2	-1,5
Lavorazione conserv. pesce e derivati	96,6	98,7	103,6	4,9
Lavorazione conserv. frutta e ortaggi	113,2	112,2	111,5	-0,7
Fabbric. oli e grassi vegetali e animali	110,0	123,1	120,8	-1,9
Industria lattiero-casearia	97,6	100,5	100,1	-0,4
Lavorazione granaglie e prod. amidacei	93,1	95,3	93,0	-2,4
Fabbric. prodotti da forno e farinacei	103,7	105,6	99,6	-5,7
- pane e pasticceria fresca	104,3	106,9	96,9	-9,4
- fette biscottate, biscotti, pastic. cons.	110,0	112,2	112,6	0,4
- paste alimentari, cuscus e simili	96,2	95,5	94,5	-1,1
Fabbric. altri prodotti alimentari	92,4	96,1	95,4	-0,7
- zucchero	26,6	27,4	19,5	-28,9
- cacao, cioccolato, caramelle e conf.	98,7	103,6	103,8	0,2
- tè e caffè	108,8	114,7	112,5	-1,9
- condimenti e spezie	114,4	108,6	105,2	-3,2
- piatti preparati	81,9	111,5	105,9	-5,0
- preparati omogeniz. e di alim. dietetici	100,6	100,9	100,0	-0,8
Fabbric. prodotti alimentazione animale	93,4	96,9	93,0	-4,0
Industria delle bevande	105,1	105,6	107,0	1,3
- bevande alcoliche distillate	113,5	115,7	113,1	-2,2
- vino (di uva non autoprodotta)	103,9	106,4	108,6	2,0
- birra	100,0	100,3	103,2	2,9
- acque minerali e bibite analcoliche	103,7	101,0	102,9	1,9
Industria alimentare	100,0	102,2	100,4	-1,8
Industria delle bevande	104,4	104,5	107,0	2,3
Industria alimentare bevande e tabacco	100,5	102,8	100,9	-1,9
Industria manifatturiera	82,8	88,5	88,4	-0,2

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT.

La dinamica del valore aggiunto e dell'occupazione

In linea con la contrazione dell'indice della produzione, il valore aggiunto dell'industria alimentare bevande e tabacco è sceso nel 2011 a 23,8 miliardi di euro, mettendo in luce una riduzione del 2,6% a prezzi correnti rispetto all'anno precedente (tab. 5.2). Tale andamento sembra riflettere l'effetto delle quotazioni delle materie prime agricole che sono risultate alquanto elevate.

L'evoluzione del settore, invece, appare positiva facendo riferimento ai prezzi concatenati; in questo caso si è avuta una crescita dell'1%, che indica un certo recupero di redditività in termini reali. Un andamento abbastanza simile si rileva nell'industria in senso stretto, per la quale il valore aggiunto a prezzi correnti si è contratto (-0,5%), mentre quello a valori reali è aumentato (+1,2%). Nel settore primario, invece, si evidenzia un incremento significativo del valore aggiunto in termini nominali (+4,9%), a cui ha contribuito l'elevato livello delle quotazioni dei prodotti agricoli, e una diminuzione in termini reali (-0,4%).

Tab. 5.3 - Evoluzione dell'occupazione nell'industria alimentare italiana

	(migliaia di occupati)				
	2009	2010	2011	Var. % 2011/00	Var. % 2011/10
Agricoltura, silvicoltura e pesca	961	975	955	-12,8	-2,0
Industria alimentare bevande e tabacco	460	455	468	3,5	2,9
Industria in senso stretto	4.952	4.786	4.798	-6,8	0,2
Totale	24.840	24.661	24.743	7,9	0,3
% occupati industria alimentare in rapporto a:					
- agricoltura, silvicoltura e pesca	47,9	46,7	49,0	18,8	5,0
- industria in senso stretto	9,3	9,5	9,7	11,1	2,6
- Totale	1,9	1,8	1,9	-4,0	2,5

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT.

Le caratteristiche strutturali

Dal punto di vista della struttura produttiva, secondo i dati di Infocamere-Movimprese, l'industria alimentare italiana nel 2011 comprende 59.679 imprese realmente attive, di cui 56.389 operano nella produzione di alimenti e 3.290 in quella delle bevande (tab. 5.4). Se si considerano, però, le imprese iscritte il numero sale a 67.705, di cui 63.708 operano negli alimenti e 3.997 nelle bevande. Rispetto al precedente anno si rileva un lieve calo delle imprese attive (-0,1%), che coinvolge sia le imprese degli alimenti che quelle delle bevande. Un po' più elevata è la contrazione delle imprese registrate (-0,3%) a causa del maggiore numero delle cessazioni rispetto alle nuove iscrizioni. Tuttavia, i dati del terzo trimestre del 2012 evidenziano un'inversione di tendenza, con un incremento sia delle imprese registrate che di quelle attive.

Tab. 5.4 - Situazione delle imprese alimentari in Italia

	2010			2011			2012	Var. % 2011/10		
	alimentari	bevande	totale	alimentari	bevande	totale	III trim.	alimentari	bevande	totale
Imprese alimentari										
registrate	63.885	4.013	67.898	63.708	3.997	67.705	67.753	-0,3	-0,4	-0,3
attive	56.432	3.298	59.730	56.389	3.290	59.679	59.693	-0,1	-0,2	-0,1
iscritte	1.413	32	1.445	1.314	29	1.343	292	-	-	-
cessate	2.937	159	3.096	3.067	142	3.209	501	-	-	-
variazioni	1.324	72	1.396	1.576	97	1.673	392	-	-	-
alim. att./manifat. att. (%)	10,3	0,6	10,9	10,5	0,6	11,1	11,3	1,4	1,2	1,4
Imprese alimentari attive										
società di capitale	10.002	1.473	11.475	10.310	1.483	11.793	12.016	3,1	0,7	2,8
società di persone	17.417	867	18.284	17.432	857	18.289	18.253	0,1	-1,2	0,0
imprese individuali	27.291	735	28.026	26.962	720	27.682	27.497	-1,2	-2,0	-1,2
altre forme	1.722	223	1.945	1.685	230	1.915	1.927	-2,1	3,1	-1,5
Totale	56.432	3.298	59.730	56.389	3.290	59.679	59.693	-0,1	-0,2	-0,1

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere - Movimprese.

Il perdurare della crisi economica non sembra pertanto intaccare, almeno in modo significativo, la struttura produttiva del settore, tenendo anche presente l'andamento abbastanza positivo degli indicatori settoriali negli ultimi anni.

Nel complesso delle attività manifatturiere si registra una diminuzione più marcata delle imprese, che determina un leggero aumento dell'incidenza delle imprese alimentari su quelle manifatturiere, pari all'11,1%.

Con riferimento alla forma giuridica delle imprese, nel 2011 si rileva un aumento significativo delle società di capitale (+2,8%), in ulteriore crescita nel terzo trimestre del 2012. L'aumento ha riguardato soprattutto le imprese produttrici di alimenti (+3,1%). Le società di capitale sono nettamente prevalenti nelle imprese delle bevande, mentre nella produzione di alimenti esse rappresentano ancora una quota abbastanza limitata, pari al 18,3%. Le società di persone, invece, risultano stazionarie, evidenziando però un calo per le imprese delle bevande. Una flessione si rileva anche per le imprese individuali (-1,2%), che continuano a costituire la categoria maggiormente rappresentata nel settore (46,4%), data la nota frammentazione della struttura produttiva.

Le imprese artigiane attive nell'industria alimentare risultano essere nel 2011 pari a 39.545, rappresentando il 66,3% del totale delle imprese del settore e l'11,5% delle manifatturiere artigiane (tab. 5.5). La quasi totalità di esse opera nella produzione di alimenti. Contrariamente all'andamento rilevato per il totale delle imprese del settore, quelle artigiane hanno fatto registrare un lieve aumento rispetto all'anno precedente (+0,3%), che riguarda sia le imprese degli alimenti che quelle delle bevande.

Tab. 5.5 - *Situazione delle imprese artigiane alimentari in Italia*

	2010			2011			2012	Var. % 2011/10		
	alimentari	bevande	totale	alimentari	bevande	totale	III trim.	alimentari	bevande	totale
Imprese alimentari artigiane										
registrate	39.003	816	39.819	39.119	820	39.939	40.047	0,3	0,5	0,3
attive	38.631	805	39.436	38.738	807	39.545	39.654	0,3	0,2	0,3
iscritte	2.301	46	2.347	2.461	56	2.517	550	-	-	-
cessate	2.139	34	2.173	2.213	42	2.255	411	-	-	-
alimentari artigiane attive/ alimentari attive (%)	68,5	24,4	66,0	68,7	24,5	66,3	66,4	0,4	0,5	0,4
alimentari artigiane attive/ manif. artigiane attive (%)	11,1	0,2	11,3	11,3	0,2	11,5	11,7	1,8	1,8	1,8
Imprese alimentari artigiane attive										
società di capitale	1.692	89	1.781	1.872	104	1.976	2.112	10,6	16,9	10,9
società di persone	13.356	339	13.695	13.478	339	13.817	13.874	0,9	0,0	0,9
imprese individuali	23.525	375	23.900	23.326	362	23.688	23.604	-0,8	-3,5	-0,9
altre forme	58	2	60	62	2	64	73	6,9	0,0	6,7
Totale	38.631	805	39.436	38.738	807	39.545	39.663	0,3	0,2	0,3

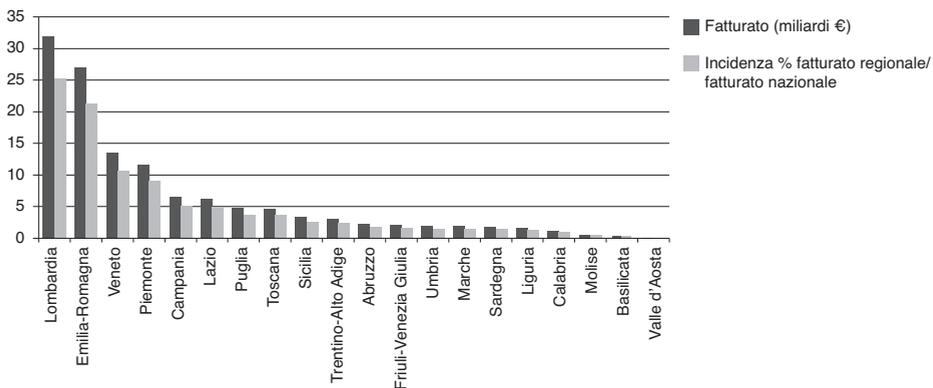
Fonte: elaborazioni su dati Infocamere - Movimprese.

L'analisi delle diverse forme giuridiche mette in luce una forte crescita delle società di capitale, pari al 10,9%, che però rimangono una componente limitata per questa tipologia di imprese (intorno al 5%). Tale andamento può essere comunque interpretato come un segnale di una tendenza verso forme giuridiche proprie delle imprese di maggiori dimensioni. Una variazione positiva ha caratterizzato pure le società di persone (+0,9%), che arrivano a rappresentare una quota intorno al 35% del totale. Sono aumentate anche le altre forme (+6,7%), il cui numero è però molto esiguo (0,2% del totale), mentre si osserva una contrazione nelle imprese individuali (-0,9%), che in ogni caso continuano a costituire circa il 60% del totale.

La distribuzione regionale

I dati forniti da Federalimentare consentono di mettere in luce il contributo delle diverse regioni italiane al fatturato nazionale dell'industria alimentare (fig. 5.2). La Lombardia si colloca in prima posizione per dimensione del fatturato settoriale, con 32 miliardi di euro pari al 25% del valore nazionale, seguita dall'Emilia-Romagna con 27 miliardi di euro (21%). Queste due regioni da sole concentrano il 46% del totale alimentare. A esse segue un gruppo di sei regioni (Veneto, Piemonte, Campania, Lazio, Puglia e Toscana) con livelli di fatturato abbastanza elevati, compresi fra 4 e 14 miliardi di euro. Un altro gruppo comprende le regioni (Sicilia, Trentino-Alto Adige, Abruzzo, Friuli-Venezia Giulia, Umbria e Marche) che presentano fatturati medio-bassi, compresi fra 2 e 4 miliardi di euro, a cui segue il gruppo delle rimanenti regioni i cui valori di fatturato risultano inferiori a 2 miliardi di euro.

Fig. 5.2 - Fatturato dell'industria alimentare italiana per regioni



Fonte: elaborazioni su dati Federalimentare.

La distribuzione regionale per numero di imprese alimentari (tab. 5.6) traccia un quadro che presenta differenze abbastanza marcate rispetto al precedente.

Le due regioni che mostrano il maggior numero di imprese sono la Campania (12% sul totale nazionale) e la Sicilia (11,8%). Successivamente a esse si colloca un gruppo di regioni (Lombardia, Puglia, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto e Lazio) caratterizzate da un numero piuttosto elevato di imprese del settore, con una quota sul totale nazionale compresa fra il 10% e il 6%. Un altro gruppo è costituito dalle regioni (Calabria, Toscana, Abruzzo, Sardegna, Liguria e Marche) con un numero di imprese medio basso, con incidenze comprese fra il 6% e il 2%. Infine, si collocano le restanti regioni con un'incidenza inferiore al 2%.

Tab. 5.6 - *Distribuzione regionale delle imprese alimentari e manifatturiere in Italia*

	Alimentari attive			Manifatturiere attive		Alimentari/ manifatturiere
	2011	distrib. %	var. % 2011/10	2011	distrib. %	%
Piemonte	4.090	6,9	0,7	42.040	7,8	9,7
Valle d'Aosta	134	0,2	0,0	880	0,2	15,2
Lombardia	5.973	10,0	0,7	106.321	19,7	5,6
Trentino-Alto Adige	734	1,2	1,4	8.088	1,5	9,1
Veneto	3.687	6,2	0,1	57.484	10,7	6,4
Friuli-Venezia Giulia	833	1,4	-1,9	10.267	1,9	8,1
Liguria	1.769	3,0	0,1	11.229	2,1	15,8
Emilia-Romagna	4.938	8,3	0,8	48.690	9,0	10,1
Toscana	2.958	5,0	0,3	49.152	9,1	6,0
Umbria	918	1,5	1,7	8.346	1,6	11,0
Marche	1.712	2,9	1,0	20.999	3,9	8,2
Lazio	3.643	6,1	0,1	31.071	5,8	11,7
Abruzzo	2.068	3,5	-0,2	12.877	2,4	16,1
Molise	579	1,0	2,8	2.356	0,4	24,6
Campania	7.143	12,0	-0,3	40.991	7,6	17,4
Puglia	5.110	8,6	-0,4	28.913	5,4	17,7
Basilicata	897	1,5	-0,4	4.148	0,8	21,6
Calabria	3.449	5,8	-2,3	13.184	2,4	26,2
Sicilia	7.052	11,8	-1,1	29.931	5,6	23,6
Sardegna	1.992	3,3	-0,5	11.380	2,1	17,5
Totale	59.679	100,0	-0,1	538.347	100,0	11,1

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere - Movimprese.

Le due distribuzioni territoriali, per fatturato e per numerosità delle imprese, evidenziano molteplici differenze imputabili alle diversità esistenti nelle dimensioni medie delle imprese del settore e, quindi, al differente ruolo che assumono le piccole imprese nell'ambito regionale, considerando in termini generali che nelle regioni del Sud tendono a prevalere imprese di dimensioni inferiori rispetto a quelle del Nord.

La variazione della numerosità delle imprese nel 2011 ha evidenziato un leggero aumento nelle regioni del Nord e del Centro, con l'unica eccezione del Friuli-Venezia Giulia, mentre nelle regioni del Sud si rileva una flessione, tranne che nel Molise.

Le principali imprese

A livello europeo nel 2011 sono intervenuti, secondo i dati di fonte Food-DrinkEurope, diversi cambiamenti nel ranking delle principali imprese operanti nel settore alimentare (tab. 5.7).

Tab. 5.7 - Principali imprese alimentari presenti in Europa - 2011

	Fatturato (miliardi di euro)	Occupati (migliaia)	Sede centrale	Attività prevalente
1 Nestlé	12,4	95	Svizzera	multi-prodotto
2 Heineken N.V.	11,0	36	Paesi Bassi	birra
3 Lactalis ¹	9,4	31	Francia	lattiero-caseario
4 Groupe Danone ¹	9,4	46	Francia	lattiero-caseario
5 Associated British Food	8,7	73 ¹	Regno Unito	zucchero, amido, preparati
6 Unilever Plc/Unilever NV	8,2	29	Paesi Bassi/Regno Unito	multi-prodotto
7 Vion ¹	8,0	22	Paesi Bassi	multi-prodotto, ingredienti
8 Carlsberg ¹	7,6	14	Danimarca	birra
9 Danish Crown	7,0	24	Danimarca	carni
10 Südzucker	6,2	18	Germania	zucchero, multi-prodotto
11 FrieslandCampina ¹	5,9	13	Paesi Bassi	lattiero-caseario
12 Oetker-Group ¹	5,8	26	Germania	multi-prodotto
13 Nutreco	4,7	5	Paesi Bassi	carni
14 Anheuser-Busch InBev	4,1	-	Belgio	birra
15 Barilla ¹	3,9	14	Italia	pasta, dolciario
16 SABMiller Plc	3,5	14	Regno Unito	birra
17 Diageo Plc	3,1	3	Regno Unito	bevande alcoliche
18 Kerry Group ¹	3,0	23	Irlanda	multi-prodotto
19 Pernod Ricard	2,9	3	Francia	bevande alcoliche
20 Bongrain ¹	2,8	14	Francia	lattiero-caseario
21 Barry Callebaut	1,8	3	Svizzera	confetteria
22 Tate&Lyle	1,6	2	Regno Unito	ingredienti alimentari
23 Parmalat	1,2	2	Italia	lattiero-caseario
24 Ebro Foods ¹	1,0	-	Spagna	lattiero-caseario, riso, zucchero

¹ Questo dato è riferito all'anno 2010.

Fonte: elaborazioni su dati FoodDrinkEurope.

Il gruppo svizzero *Nestlé* rimane il primo per fatturato delle attività alimentari europee, con un valore di 12,4 miliardi di euro. In seconda posizione sale il gruppo olandese *Heineken*, con un fatturato di 11 miliardi di euro e un numero di occupati pari a 36.000. In terza posizione arriva il gruppo francese lattiero-caseario *Lactalis*, che raggiunge 9,4 miliardi di euro di fatturato e 31.000 occupati; tale gruppo è stato protagonista di una forte crescita negli ultimi anni, in special modo in Italia². Lo stesso livello di fatturato si rileva in un altro gruppo francese lattiero-caseario, cioè *Danone* (9,4 miliardi di euro); successivamente si colloca il gruppo inglese *Associated British Food*, con un fatturato di 8,7 miliardi di euro.

Il gruppo anglo-olandese *Unilever* scende alla sesta posizione, con un fattu-

² Cfr. Annuario dell'agricoltura italiana - 2010, Cap. V, pp. 68-69.

rato di 8,2 miliardi di euro, mentre lo scorso anno si era classificato al secondo posto; *Unilever*, infatti, ha effettuato numerose dismissioni di impianti e marchi alimentari e in Italia ha mantenuto solo alcune attività e brand a elevato valore aggiunto. Successivamente, si trova un altro gruppo olandese, *Vion*, con un fatturato di 8 miliardi di euro. In ottava e nona posizione si collocano due gruppi danesi, cioè *Carlsberg* (7,6 miliardi di euro) specializzato nella birra e *Danish Crown* (7 miliardi di euro) nelle carni. Chiude le prime dieci posizioni il gruppo tedesco *Sudzucker* (6,2 miliardi di euro).

Occorre notare che i dati di *FoodDrinkEurope* relativi al 2011 non riportano fra le maggiori imprese europee il gruppo italiano *Ferrero*, che nel precedente anno si classificava in ottava posizione. In ogni caso, secondo la stessa fonte, *Ferrero* nel ranking mondiale dell'industria alimentare raggiunge un fatturato di 7,2 miliardi di euro e si colloca al ventinovesimo posto. Al quindicesimo posto dei maggiori gruppi alimentari europei si situa invece, come lo scorso anno, il gruppo *Barilla* con un fatturato di 3,9 miliardi di euro. Inoltre, in ventitreesima posizione si rileva il gruppo *Parmalat* con un fatturato di 1,2 miliardi di euro; tale gruppo però nel 2011 è stato acquisito, come noto, da *Lactalis*.

Si può osservare come i gruppi olandesi siano i più numerosi (cinque includendo *Unilever*), seguiti da quattro gruppi francesi e altrettanti inglesi.

Per l'esame della realtà italiana si è fatto riferimento ai dati di Mediobanca sulle principali società italiane³, in linea con le analisi effettuate nelle ultime edizioni di questo volume, utilizzando il fatturato delle imprese e non il consolidato dei gruppi, il cui valore può includere anche le attività all'estero (tab. 5.8). Tuttavia in alcuni casi si è utilizzato il fatturato consolidato in quanto era l'unico dato disponibile.

Nell'ambito delle maggiori dieci imprese, al primo posto si colloca *Veronesi* (di cui è disponibile solo il consolidato) con un fatturato di 2.579 milioni di euro, grazie a una crescita dell'11,2% rispetto al precedente anno, e un numero di occupati intorno a 7.000 unità. In seconda posizione si trova *Ferrero*, con un fatturato di 2.502 milioni di euro (+7%) e quasi 6.000 occupati. *Barilla* si situa in terza posizione, con un fatturato di 2.301 milioni di euro, anch'esso in crescita (+2,4%). Successivamente si posizionano il *Consorzio Cooperativo Gesco* (1.269 milioni di euro), collegato al gruppo *Amadori*, e la filiale italiana del gruppo *Nestlé* (1.237 milioni di euro).

In sesta e settima posizione si rilevano due imprese controllate da gruppi esteri, vale a dire *Coca Cola Italia* (1.148 milioni di euro) e *Big* (1.094 milioni di euro) del gruppo francese *Lactalis*. Successivamente si colloca *Lavazza*, il cui fatturato raggiunge 1.078 milioni di euro grazie a una significativa crescita nell'ultimo anno (+9,5%). Ancora due imprese collegate a gruppi esteri si osser-

³ Mediobanca (2012), *Le principali società italiane 2012*, www.mbres.it/it/publications.

vano in nona e decima posizione, *Kraft Foods Italia* (970 milioni di euro) e *Galbani* (895 milioni di euro), ancora del gruppo *Lactalis*.

Tab. 5.8 - *Principali imprese alimentari presenti in Italia - 2011*

	Fatturato (milioni di euro)	Var. % 2011/10	Occupati	Attività prevalente	
1	Veronesi Holding ¹	2.579	11,2	7.043	mangimi e carni
2	Ferrero Spa (gruppo Ferrero)	2.502	7,0	5.938	dolciario
3	Barilla G. e R. Fratelli Spa (gruppo Barilla Holding)	2.301	2,4	4.210	pasta
4	Gesco Consorzio Cooperativo Scarl (gruppo Amadori)	1.269	12,5	545	carni
5	Nestlé Italiana Spa (gruppo Nestlé Italiana)	1.237	10,4	3.407	dolciario
6	Coca Cola Hbc Italia Srl	1.148	0,2	3.098	bevande analcoliche
7	BIG Srl (gruppo Lactalis Italia)	1.094	4,9	1.115	lattiero-caseario
8	Luigi Lavazza Spa (gruppo Luigi Lavazza)	1.078	9,5	1.606	caffè
9	Kraft Foods Italia Spa (gruppo Kraft Foods Italia Intellectual Property)	970	21,7	392	lattiero-caseario
10	Egidio Galbani Spa (gruppo Lactalis Italia)	895	7,2	1.841	lattiero-caseario
11	Parmalat Spa (gruppo Parmalat)	821	0,1	1.630	lattiero-caseario
12	Granarolo Spa (gruppo Granarolo)	787	3,3	1.179	lattiero-caseario
13	SanPellegrino Spa ² (gruppo SanPellegrino)	707	1,9	1.547	bevande analcoliche
14	Conservas Italia Scrl (gruppo Conservas Italia)	652	-0,9	1.984	conservas vegetali
15	Heineken Italia Spa	638	3,1	926	birra
16	Acqua Minerale San Benedetto Spa (gruppo Zoppas Finanziaria)	615	8,5	1.070	acque minerali
17	Carapelli Firenze Spa	588	-3,1	314	oli e grassi
18	Bolton Alimentari Spa (gruppo Bolton Alimentari; ex Trinity)	558	5,4	625	conservas ittiche
19	Davide Campari Milano Spa (gruppo Davide Campari)	545	10,4	637	bevande alcoliche
20	Bunge Italia Spa	530	-21,7	190	oli e grassi
21	Consorzio Latterie Virgilio Scrl (gruppo Consorzio Latterie Virgilio)	476	15,9	222	lattiero-caseario
22	Unigrà Spa (gruppo Unigrà)	451	14,8	341	oli e grassi
23	Heinz Italia ³	440	-	809	prodotti dietetici e per l'infanzia
24	Roquette Italia Spa	435	25,0	456	amidi e prodotti amidacei
25	Unipeg Scrl (gruppo Unipeg)	409	-0,2	298	carni
26	Eurovo Srl	401	11,8	239	uova
27	Fratelli De Cecco Spa	379	10,2	514	pasta
28	Zanetti ⁴ (gruppo Zanetti)	372	15,5	351	caffè
29	Bauli ⁵ Spa	368	8,9	1.183	dolciario
30	Grandi Molini Italiani Spa (gruppo Garaldi Molini Italiani)	351	31,5	225	molitorio
31	Colussi Spa (gruppo Colussi)	341	4,4	1.023	dolciario
32	Star Spa	338	2,5	396	conservas vegetali
33	Danone Spa	333	4,1	336	lattiero-caseario
34	Alcar Uno Spa (gruppo Alcar Uno)	327	7,1	158	carni
35	Pastificio Rana Spa (gruppo Pastificio Rana)	300	3,7	804	pasta
36	Consorzio Agrario Lombardo Veneto Scarl (gruppo Cons. Agr. Lomb. Ven.)	293	7,5	198	mangimi
37	Illycaffè Spa (gruppo Illycaffè)	293	13,1	649	caffè
38	Fruttital ⁶ (gruppo GF Group)	285	4,1	254	distribuzione frutta e verdura
39	Fileti Simar Srl	283	10,6	-	carni
40	Martini Alimentare	283	12,7	-	bevande alcoliche
41	Parmareggio (gruppo Consorzio Granterre)	274	13,8	266	lattiero-caseario
42	San Carlo Gruppo Alimentare	272	2,1	263	pane e snack
43	Sterilgarda Alimenti	267	6,0	268	lattiero-caseario
44	Latteria Soresina	262	13,9	391	lattiero-caseario

Segue Tab. 5.8 - Principali imprese alimentari presenti in Italia - 2011

	Fatturato (milioni di euro)	Var. % 2011/10	Occupati	Attività prevalente
45 F. Divella (gruppo F. Divella)	261	15,0	300	pasta
46 La Doria Spa (gruppo La Doria)	260	0,4	664	conserven vegetali
47 Salov Spa (gruppo Salov)	258	-1,1	201	oli e grassi
48 Carnj	256	12,3	1.562	carni
49 GIV - Gruppo italiano Vini ⁷	252	15,1	439	vini
50 Ambrosi Industria Casearia (gruppo Ambrosi Industria Casearia)	252	15,1	209	lattiero-caseario

* Fatturato consolidato.

¹ Già Veronesi Finanziaria.

² In data 1-I-2011 ha incorporato Nestlè Vera, Beltè Italiana e Centrale Molini.

³ In data 1-V-2010 ha incorporato la Plada Industriale. I dati 2010 sono stati omessi in quanto non confrontabili.

⁴ In data 1-I-2011 ha incorporato la Caseificio San Gervasio.

⁵ Dall'1-VII-2010 conduce in affitto l'attività operativa della controllata Motta.

⁶ Già Fruttital Distribuzione.

⁷ Nel corso del 2011 ha incorporato GIV Verona.

Fonte: elaborazioni su dati Mediobanca.

È interessante osservare come nella larga maggioranza delle imprese incluse fra le maggiori cinquanta dell'industria alimentare italiana si sia avuta una crescita del fatturato rispetto al precedente anno, particolarmente elevata per talune imprese; solo in cinque casi, infatti, si osserva una diminuzione.

Questo andamento appare in linea con l'espansione del fatturato settoriale risultante dai dati Federalimentare e rappresenta un segnale di positività in un contesto economico generale in cui pesa ancora la situazione di crisi. Inoltre, nell'arco dell'ultimo triennio, il 2011 costituisce l'anno in cui si rileva la maggiore crescita del fatturato nel campione delle maggiori cinquanta imprese: nel 2010, infatti, la variazione positiva riguardava il 64% delle imprese, mentre nel 2009 il 54% delle maggiori imprese mostrava una variazione negativa.

Si può pensare che le esportazioni abbiano contribuito in modo significativo all'espansione del fatturato delle imprese, ma purtroppo non sono disponibili dati disaggregati sul fatturato estero. Tuttavia, il forte aumento del valore delle esportazioni registrato da Federalimentare per il 2011 denota la loro importanza come leva per la crescita. I mercati internazionali continueranno a essere un fondamentale canale di destinazione dei prodotti alimentari italiani e, quindi, occorre ulteriormente rafforzare la loro presenza all'estero con la pianificazione di adeguate strategie.

La riorganizzazione strategica delle imprese nel comparto dei prodotti da forno

La categoria dei prodotti da forno appare alquanto composita e variegata; in linea con la nuova classificazione delle attività economiche (NACE REV. 2), dal

punto di vista economico-produttivo si possono distinguere due principali comparti: quello della produzione del pane e della pasticceria fresca, da un lato, e quello della biscotteria e pasticceria conservata, dall'altro. Nel primo, per le particolari specificità produttive, sono presenti prevalentemente imprese di tipo artigianale, mentre nel secondo trovano ampia diffusione processi di tipo industriale e imprese di medie ed elevate dimensioni.

Focalizzandosi sul comparto della biscotteria e pasticceria conservata, è interessante notare che in esso convivono imprese di diverse tipologie e dimensioni, come grandi gruppi industriali italiani e multinazionali, imprese medio-grandi con marchi affermati, piccole imprese a carattere artigianale.

Con riferimento ai gruppi di elevate dimensioni, nel comparto operano due gruppi alimentari italiani, cioè *Barilla* e *Ferrero*. Il primo è presente principalmente con i marchi Mulino Bianco, creato da *Barilla* nel 1975, Pavesi, acquisito nel 1992, e Wasa, nato in Svezia e acquisito nel 1999; possiede inoltre i marchi Harrys (per il mercato francese), Lieken e Golden toast (per il mercato tedesco). *Ferrero* è presente specialmente con i marchi Brioss, Kinder e Fiesta, tutti sviluppati all'interno del gruppo; infatti la strategia di espansione di *Ferrero* si fonda unicamente sulla crescita interna.

Come esempio di un grande gruppo estero si può citare quello di *Kraft Foods* che nel 2007 ha acquisito le attività di produzione di biscotti della *Danone* e, in questo modo, è entrata in possesso dei brand Lu in Francia e Saiwa in Italia; tali marchi si aggiungono a quelli già posseduti di Nabisco e Oreo. Inoltre, *Kraft* ha anche acquisito Vitasnella. Da ricordare che nel 2010 il gruppo ha portato a termine la complessa e discussa acquisizione di Cadbury, produttore inglese di cioccolato. Recentemente il gruppo *Kraft* è stato oggetto di una complessiva riorganizzazione che ha portato alla creazione della società denominata *Mondelez International* (che controlla le attività italiane) focalizzata sui prodotti alimentari e soprattutto sugli snack.

Casi di particolare interesse sono rappresentati da alcune imprese di medie e grandi dimensioni che di recente hanno ridisegnato il loro posizionamento e le strategie di crescita nel comparto in esame. A questo proposito, il gruppo *Colussi* negli ultimi quindici anni ha effettuato numerose acquisizioni che gli hanno consentito di espandere considerevolmente il fatturato e diversificare le attività. In particolare, nel 1996 *Colussi* ha acquisito Misura (prodotti salutistici); nel 1999 è entrata in possesso di Agnesi (pasta), Flora (riso) e ha ottenuto l'utilizzo in licenza del marchio Liebig (preparati per brodo); nel 2004 ha acquisito Saporì Siena 1832 (prodotti dolciari).

Un altro gruppo che è stato protagonista di un interessante sentiero di sviluppo è *Bauli* che opera soprattutto nel segmento dei prodotti soffici da ricorrenza. L'operazione più importante compiuta è l'acquisizione delle attività e dei

marchi Motta e Alemagna da *Nestlè* (il gruppo svizzero però ha mantenuto il marchio Motta per i gelati), ma si può ricordare anche l'acquisizione di Doria.

Un ulteriore caso interessante è rappresentato da *Galbusera*, che ha un posizionamento rilevante nel comparto e un marchio affermato, in particolare nella produzione di biscotti. La strategia dell'impresa si è orientata alla riconfigurazione dei propri prodotti, facendo leva soprattutto sugli attributi salutistici. Infine, si può sottolineare il caso di *Vicenzi*, che ha acquisito le attività dei prodotti da forno di *Parmalat* e ultimamente ha potenziato molto le esportazioni dei propri prodotti in mercati internazionali come quelli asiatici.