

Le stime di Unione italiana food. Ricavi 2024 per 58 miliardi di euro, in crescita del 2,6%

Il food italiano crede nel 2025

Prodotti salutistici e vegetali per conquistare nuovi mercati

DI MARCO LIVI

Le prospettive 2025 sono positive per l'alimentare italiano ma, certamente, andranno riviste in caso di attivazione dei dazi doganali Usa. «La nostra è un'industria che unisce tradizione e innovazione, che ha portato verso il futuro il sapere artigianale italiano e che investe in tecnologia, export, salute e sostenibilità», ha dichiarato ieri a Pollenzo (in provincia di Cuneo) **Paolo Barilla**, presidente di Unione italiana food (Uif), in occasione della 7ª assemblea annuale dell'associazione che comprende 530 aziende food e i loro oltre 900 marchi. Ed è grazie a questo binomio tradizione-innovazione, tra l'altro, che Uif prevede stime positive per l'esercizio in corso dopo aver archiviato il 2024 con un fatturato pari a 58 miliardi di euro (+2,6%), di cui 23 miliardi (il 40%) garantiti dall'export (+11,4%). Gli investimenti in innovazione di filiere, processi e prodotti si confermano sulla soglia dei 3 miliardi di euro l'anno mentre sono 100 mila le persone impiegate dalle aziende socie.

Caffè, pasta, produzioni dolciarie, integratori alimentari, surgelati e prodotti vegetali premium risultano i comparti che hanno mostrato i migliori risultati l'anno scorso. Nel dettaglio, per esempio, la pasta ha superati i 4 milioni di tonnellate prodotte (+5% nei volumi) e registra una quota di export del 58%. Bene anche surgelati (5,7 miliardi di euro, in crescita dell'1,8%) e caffè per un valore 4,7 miliardi di euro (+8,5%). Mentre il comparto dolciario vale quasi 19 miliardi di euro (+2,5%) e compensa con l'export la contrazione dei consumi interni. Risultano infine stabili i prodotti vegetali (per 4,8 miliardi di euro) con un picco della IVª gamma (frutta e ortaggi freschi lavati e pronti al consumo) e delle vellutate, minestre e zuppe pronte. Sempre a proposito

di innovazione, il settore degli integratori muove un business di 4,9 miliardi di euro con una crescita del 5,9%, ma senza trascurare l'exploit di probiotici, sali minerali e integratori per insonnia o benessere mentale.

In generale, quindi, Unione italiana food (che è partner strategico dell'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo) ha sottolineato ieri come il suo paniere di prodotti sia composto da prodotti tradizionali (tra cui pasta, cioccolato e caffè) con un peso di circa il 50% sul fatturato totale e anche da prodotti tradizionali evoluti (caffè in cialde, surgelati, verdure pronte di IV gamma, sughi e piatti pronti) per ormai il 30%. Il restante 20% è generato dai prodotti innovativi, di cui cibi light o prodotti per celiaci e diabetici sono solo alcuni esempi.

Guardando infine ai mercati esteri, sempre secondo Uif, Germania, Francia, Stati Uniti, Regno Unito, Spagna e Polonia sono i principali paesi di riferimento. Invece, Asia, Nord Europa e Medio Oriente rappresentano le opportunità puntando sui prodotti innovativi e, in particolare, su referenze salutistiche e plant-based. Tuttavia, la nuova politica commerciale Usa può rappresentare un ostacolo? «Quest'anno ci aspettiamo un rimbalzo ma non torneremo ai valori 2023, quando la crescita è stata superiore al 6%», ha risposto **Carmine Garzia**, docente di management e responsabile scientifico dell'Osservatorio Food industry monitor dell'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo. «Le prospettive 2025 sono positive, ma andranno sicuramente riviste al ribasso in caso di attivazione dei dazi. Quanto accade deve farci riflettere sull'opportunità per le imprese italiane di dare una forte accelerazione all'internazionalizzazione, con investimenti diretti esteri che richiedono sia risorse finanziarie sia competenze manageriali».

© Riproduzione riservata



Paolo Barilla, presidente di Unione italiana food

