



Agroalimentare e GDO, prima ricchezza del Paese

Secondo i dati di Coldiretti, il comparto in Italia vale 707 miliardi, 4 milioni di occupati e 700mila imprese. Distribuzione in consolidamento e rinascita del marchio GS.

} Daniele Riosa

Il settore agroalimentare globale si trova davanti a numerose sfide: **sfamare una popolazione mondiale in costante crescita, tutelare la biodiversità e garantire prodotti sani e nutrienti.** Questi obiettivi sono realmente conciliabili o rappresentano un equilibrio impossibile da raggiungere? **Mathilde Moulin**, deputy head of financial e ex-

tra-financial analysis di **Crédit Mutuel Asset Management**, risponde che "per affrontare questa triplice sfida, quantità, qualità e sostenibilità, è necessaria una **profonda trasformazione del comparto**".

Per l'esperta, "alla luce di queste sfide, è indispensabile un profondo **cambiamento dei sistemi di trasformazione agroalimentare**. Per essere efficace, tale operazione deve essere articolata

e in grado di coinvolgere tutti gli attori lungo la catena del valore”.

L'innovazione tecnologica e agronomica rappresenta una leva fondamentale per ottimizzare le pratiche agricole e migliorare la sicurezza alimentare. **L'agricoltura di precisione**, in particolare, consente di ridurre l'uso di input (fertilizzanti, pesticidi, ecc.) e di acqua, pur mantenendo livelli produttivi e rese costanti. Ad esempio, gli irrigatori intelligenti, dotati di algoritmi di machine learning, sono oggi in grado di riconoscere gli infestanti, riducendo drasticamente l'impiego di prodotti chimici. Anche **le biotecnologie** svolgono un ruolo chiave, offrendo soluzioni per la protezione delle colture o micronutrienti per arricchire il suolo.

Allo stesso tempo, **i progressi nella genomica**, in particolare attraverso la tecnica CRISPR-Cas9, hanno aperto la strada a miglioramenti mirati delle sementi per aumentare produttività, qualità nutrizionale e resilienza ai rischi climatici. Infine, **l'Internet of Things** offre nuove opportunità per il monitoraggio della sicurezza alimentare.

È ora possibile tracciare e analizzare in tempo reale la qualità degli alimenti grazie a sensori connessi che trasmettono dati continui su temperatura, umidità e maturazione.

“L'innovazione” sottolinea Moulin “da sola però non basta: è necessario ripensare le pratiche agricole stesse per correggere le criticità dell'agricoltura intensiva”. **L'agricoltura rigenerativa**, ad esempio, basata su tecniche come la rotazione delle colture, **l'agroforestazione**, la copertura del suolo, la lavorazione minima del terreno (no-till) o **i sistemi misti colture-allevamento**, rispetta maggiormente la biodiversità, migliora la fertilità e la

cattura del carbonio, oltre a rafforzare la resilienza dei sistemi agricoli agli shock climatici. All'altro capo della catena del valore, vanno ripensati anche i modelli di business tradizionali delle aziende agroalimentari. **Le aziende devono riformulare i prodotti** (riducendo sale, zuccheri, grassi o additivi) e **offrire prodotti nutrizionali specializzati che abbiano un impatto positivo sulla salute e il benessere**. Inoltre, devono adottare programmi di Corporate Social Responsibility (CSR) efficaci e integrati per ridurre l'impatto ambientale, garantire la sicurezza dei prodotti, sensibilizzare i clienti alla lotta contro lo spreco alimentare e promuovere un consumo più responsabile. Infine, **le politiche pubbliche** svolgono un ruolo chiave attraverso il sostegno alla ricerca agronomica, i sussidi per la transizione agroecologica, la regolamentazione delle pratiche industriali e l'educazione dei cittadini.



Mathilde Moulin,
Crédit Mutuel AM

Rimangono però ostacoli persistenti da superare: **“La prima sfida riguarda i costi e l'accettabilità sociale**. Sebbene i prodotti provenienti da filiere sostenibili siano sempre più visibili, i loro prezzi più elevati rappresentano ancora una barriera per molti consumatori. Questa riluttanza incide sulla domanda e rallenta gli investimenti da parte degli attori economici in pratiche più virtuose. Un altro importante ostacolo è **l'accesso limitato alle tecnologie innovative**. In molte aree, in particolare nelle zone rurali e nei Paesi in via di sviluppo, gli agricoltori non hanno né le risorse finanziarie né la formazione adeguata per adottare tecnologie avanzate in grado di migliorare la produttività e ridurre l'impatto ambientale. I mercati agricoli frammentati complicano ulteriormente la diffusione su larga scala di soluzioni sostenibili. **Le filiere sono spesso complesse** e coinvolgono molteplici attori, rendendo difficile l'adozione generalizzata di pratiche più responsabili. Infine, la mancanza di coordinamento tra gli stakeholder rallenta la dinamica di trasformazione. Senza una governance condivisa e incentivi chiari, le iniziative rimangono troppo isolate e di portata limitata”.

Spostando il focus sull'Italia, secondo i dati diffusi da Coldiretti, **la filiera agroalimentare italiana vale 707 miliardi**, tanto che il cibo è diventato la prima ricchezza del Paese. Secondo The European House Ambrosetti, il made in Italy a tavola, **dà lavoro a 4 milioni di occupati e conta 700mila imprese agricole**. L'Italia vanta il **primo posto nella Ue per valore aggiunto** con oltre 42 miliardi di euro nel 2024 ed è **al primo posto in Europa anche per valore generato per ettaro**.



quasi 3000 euro, il doppio rispetto alla Francia e i 2/3 in più della Germania. **La superficie agricola utilizzata ammonta a 12,5 milioni di ettari, pari al 42% del territorio nazionale:** in pratica, sostiene la Coldiretti, quasi la metà dell'Italia è gestita dagli agricoltori. **L'export rimane locomotiva del settore:** nei primi sette mesi del 2025 il valore era di 42,5 miliardi di euro, segnalando un aumento del 6% anno su anno.

Secondo i dati presentati nel 2025 dall'Area Studi **Mediobanca** nell'Osservatorio sulla **grande distribuzione organizzata italiana e internazionale a prevalenza alimentare**, che aggrega i dati economico-patrimoniali di **124 aziende nazionali e 31 maggiori player internazionali** emerge che, nell'ultima rilevazione, con un'inflazione pressoché nulla, **la crescita del fatturato della Gdo sia stata pari al +3%**, dopo un biennio in cui l'aumento generalizzato dei prezzi ha spinto le vendite del +7,6% nel 2022 e +7,7% nel 2023. Lo scorso anno è stato caratterizza-

to da **margini ai massimi livelli dal 2019** e dalla **ripresa degli investimenti** (+18,7% sul 2022). Si riduce il divario tra i discount (+9,2% i ricavi sul 2022) e gli altri operatori (+7,3%). Il 90% delle imprese nel 2023-2024 ha effettuato investimenti per ristruttura-



zioni di punti di vendita già esistenti, l'80% per nuove aperture.

La distribuzione organizzata evidenzia un **consolidamento del mercato** (+6,7 p.p. dal 2019) e si conferma un **affare di famiglia**, dal controllo (85,4% delle aziende) ai Cda (3 membri su 4 sono anche azionisti). Negli ultimi cinque anni i board sono peraltro "ringiovaniti" (-3,8 anni l'età media) e sono aumentate le quote rosa (dal 16,7% al 19,9% del totale).

Dal punto di vista dei grandi distributori, la grande notizia dell'anno è stata il **passaggio di Carrefour Italia a NewPrinces**, il gruppo guidato dall'imprenditore campano **Angelo Mastrolia**. In attesa del nulla osta definitivo dell'Antitrust Ue per completare, il progetto prevede un investimento da 200 milioni di euro per innovazione logistica e rinnovo dell'offerta, mentre Carrefour contribuirà con 237,5 milioni per la continuità operativa.

La nuova realtà, che tornerà a operare sotto lo **storico marchio GS**, conterà oltre 1.000 supermercati (642 diretti e 385 in franchising) ●