

Imprese & Territori

VERTICE CONFINDUSTRIA FVG
Il Consiglio di Presidenza di Confindustria FVG, ha eletto alla presidenza della Federazione regionale Pierluigi Zamò, attuale vicepresidente di

Confindustria Alto Adriatico. Zamò succede al reggente Gianpietro Benedetti al quale il Consiglio ha rivolto il proprio sentito ringraziamento per il lavoro sin qui svolto

PEGNO ROTATIVO QUOTE LATTE
Accordo Crédit Agricole Italia e Consorzio Parmigiano Reggiano per il pegno rotativo sulle quote latte. Il gruppo bancario mette a disposizio-

ne un plafond da 50 milioni di euro a favore delle aziende consorziate per sostenere l'intera filiera dall'altatore al trasformatore, con tutti gli strumenti finanziari specializzati

Alimentari, atteso un 2023 in calo Carrello della spesa verso un -11%

Cibus

NielsenIQ: La contrazione colpisce anche i discount, c'è un tema di potere d'acquisto

Quest'edizione dell'evento ha portato nei padiglioni un migliaio di espositori

Micaela Cappellini

A gennaio la riduzione del reddito disponibile ha fatto diminuire del 6% i volumi di beni di largo consumo acquistati dagli italiani. E le previsioni sulle intenzioni di acquisto per il 2023 non sono affatto

buone: -11% per il carrello della spesa, -45% per i pasti fuori casa. I dati arrivano dalla ricerca NielsenIQ presentata ieri in apertura di Cibus Connecting Italy, la fiera dell'agroalimentare made in Italy organizzata da Fiere di Parma. La crisi dei portafogli non riguarda solo l'Italia: in Germania il declino a gennaio è stato del 4,7%, in Spagna del 4,3%, in Francia del 2,8%, con le intenzioni di acquisto per il 2023 in crescita solo sul mercato tedesco.

«Proprio perché legato alla riduzione del potere di acquisto ora il calo ha cominciato a interessare anche i clienti dei discount», ha detto Matteo Bonù, partner di NielsenIQ. L'attrazione per la convenienza non significa però necessariamente una rinuncia alla marca premium: in Italia e in Germania oggi un consumatore su due fa acquisti in base ai pro-

dotti in promozione. «Noi non competiamo con la carne sintetica o il parmesan del Wisconsin - ha detto l'ad di Fiere di Parma, Antonio Cellie - L'Italia deve continuare a puntare sulla qualità. Per continuare a crescere all'estero, però, quello che le imprese alimentari italiane devono fare è disintermediare, cioè imparare a bypassare i distributori e gli importatori e dialogare direttamente con le catene distributive straniere».

Assente il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida - il governo era rappresentato dalla sottosegretaria agli Affari esteri, Maria Tripodi - l'edizione 2023 di Cibus ha portato nei padiglioni di Fiere di Parma un migliaio di espositori. Tra le novità spicca l'area dedicata ai prodotti plant based, nata dalla collaborazione con Hi-Food (gruppo Csm Ingredients), dove ieri sono

state presentate al mercato le mazzarelle Dreamfarm realizzate con mandorle siciliane fermentate. Quello delle proteine vegetali è uno dei pochi settori che non sta risentendo del calo dei consumi: secondo i dati di NielsenIQ, a gennaio in Italia ha registrato una crescita a volumi del 3,6%. Presente a Parma anche lo stand dell'ucraina Monolith, distributore di una decina di prodotti dalla vodka al grano saraceno. Molti i buyer che si sono fermati a prendere informazioni, quasi tutti interessati all'olio di girasole: dopo lo scoppio della guerra, era diventato l'ingrediente più introvato per l'industria dolciaria e quella delle conserve. Dopo l'integrazione tra Cibus e la milanese Tuttofood, l'edizione Connect tornerà nella primavera del 2026.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista. Cristina Scocchia. L'ad annuncia un progetto di rafforzamento internazionale

Illy, piano di crescita su Stati Uniti e Cina Nel 2022 record di utili

Ricavi consolidati pari a 567,7 milioni, in aumento del 13,6% rispetto al 2021 trainati da tutti i mercati e canali distributivi e un utile netto di 14,2 milioni, +18,9% rispetto al 2021 e superiore alle previsioni. Il Consiglio di amministrazione della Illycaffè Spa ha approvato il progetto di bilancio della capogruppo e il bilancio consolidato dell'esercizio 2022: un anno segnato dal rincaro dei costi di energia e materie prime.

«Numeri che fanno ben sperare non tanto una singola azienda o un settore, ma l'intero made in Italy» dice Cristina Scocchia, da gennaio 2022 amministratrice delegata di Illycaffè: «Nel nostro caso i costi di produzione sono saliti di 43 milioni, in percentuale +17% rispetto all'anno precedente. Al di là delle bollette di luce e gas, e di scostamenti significativi del packaging, a pesare in modo davvero significativo è stato il rincaro del caffè verde: da 110 dollari a libbra di novembre 2020». A dare fiducia «è una crescita registrata in tutti i mercati e in tutti i canali distributivi: questo ci dice che la strategia di fondo è quella corretta e che possiamo essere fiduciosi per un 2023 di ulteriore crescita», sottolinea. Per quanto riguarda i principali mercati, «in Italia si vede la grande ripartenza del settore turistico, con le riaperture



La manager. Cristina Scocchia è amministratrice delegata di Illycaffè

e il caffè che si torna a consumare nei locali: +30,9%. A crescere però è parallelamente il consumo domestico. Ci interessa molto crescere in America, che oggi vale circa un quinto del fatturato e che prevediamo possa raddoppiare: i ricavi 2022 segnano +27,4%, e anche al netto del rafforzamento del dollaro parliamo di un aumento a doppia cifra».

E la Cina, tradizionalmente consumatrice di tè piuttosto che di caffè? «E per noi un mercato ancora piccolo, per il quale vogliamo ridisegnare completamente l'approccio. Valuteremo se muoverci da soli o appoggiandoci a un distributore locale. Le vendite segnano +15%: le potenzialità sono molto superiori, ma ci prendiamo il tempo per approfondirle».

- B. Ga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Vino, la cantina Ruffino sbarca a Bolgheri

Progetti di sviluppo

Silvia Pieraccini

Ruffino sbarca a Bolgheri, sulla costa toscana, in una delle aree vinicole più prestigiose al mondo, attraverso l'acquisto di 15 ettari di vigneto in due diverse zone (sei ettari sono già impiantati, gli altri sono terreni provvisti di diritti di reimpianto) e avvia la costruzione di una cantina, della sede azien-

dale e di un centro di ospitalità. L'investimento complessivo, secondo stime del Sole 24 Ore, supera i 20 milioni di euro. In pratica il marchio toscano, che fa capo al gruppo americano Constellation Brands e ha appena chiuso (a fine febbraio) un bilancio da 124 milioni di fatturato, si appresta a "costruire" una nuova tenuta che avrà una propria etichetta (il nome è ancora da definire), puntando sulla qualità dei vini e dei materiali: la cantina, che sorgerà sulla via Bolgherese dove si affacciano tutti i grandi marchi, sarà a basso impatto ambientale e paesag-

gistico, e sarà pensata per una ventina di ettari di vigneti, quelli a cui l'azienda intende arrivare nel giro di qualche anno. Lo sbarco di Ruffino a Bolgheri arricchisce il ventaglio di denominazioni toscane di alta qualità presidiate dall'azienda, che già conta Brunello di Montalcino e Chianti Classico, e completa il quadro a cui il presidente e amministratore delegato Sandro Sartor puntava da sempre. Dando una spinta decisiva al riposizionamento verso l'alto di gamma: «A Bolgheri vogliamo fare alta qualità - spiega Sartor - rispettosi dell'ambiente e del

territorio. Stiamo spostando il baricentro della nostra azienda verso l'alto con l'obiettivo di aumentare la marginalità e posizionarci in una fascia di mercato con una ciclicità meno accentuata. Del resto la strategia seguita da noi, così come da Robert Mondavi, è in linea con quella imboccata da Constellation Brands in America». Il bilancio 2022 di Ruffino (chiuso a fine febbraio) indica 124 milioni di ricavi, in linea con l'anno precedente, e 28,6 milioni di bottiglie vendute (-4%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole 24 ORE

TOLC-MED: COME PREPARARSI AL MEGLIO

TEST DI AMMISSIONE
ASPIRANTI MEDICI
ESAMI

Nuovo test di Medicina.
Scopri la nostra guida con suggerimenti, consigli e prove.

Rivoluzione per il test d'ingresso alla facoltà di Medicina. Al posto del vecchio quiz "secco" nazionale arriva il nuovo Tolc-Med che potrà essere tentato a partire dalla quarta superiore. Due le finestre a disposizione degli aspiranti medici bianchi: la prima ad aprile, la seconda a luglio. Per prepararsi, ecco la nostra guida con tutte le informazioni necessarie e facsimile di test con risposte esplicative.

IlSole24ore.com



Inquadra il Qr code e scopri tutte le guide



Per maggiori approfondimenti, abbonati a [IlSole24ore.com/abbonamenti](https://www.ilssole24ore.com/abbonamenti)

Tutti i supplementi sono a disposizione gratuitamente via web o app per gli abbonati al Sole 24 Ore digitale.

**TEST DI MEDICINA è in edicola martedì 4 aprile
CON IL SOLE 24 ORE A 1€***

*Oltre al prezzo del quotidiano. Solo ed esclusivamente per gli abbonati, in vendita separata dal quotidiano a 1€.