

ECONOMIA
DEL CIBO
E AGROALIMENTARE

.food



Pasquetta in casa
La grigliata quest'anno è in terrazza: i nuovi modelli di barbecue compatti senza fumi e odori

Sicuri, portatili e adatti a qualsiasi spazio per mettono di cuocere carne, pesce e verdure con carbonella o pellet i cui residui possono essere smaltiti nell'umido

➕ Trova di più sul sito
www.ilsol24ore.com/sez/food

Bbq in quarantena. Sul mercato numerose console che possono essere usate in piccoli spazi a prezzi contenuti (a partire da 40 euro)

.professioni .casa — LUNEDÌ .salute — MARTEDÌ .lavoro — MERCOLEDÌ .nòva.tech — GIOVEDÌ .moda — VENERDÌ .food — SABATO .lifestyle — DOMENICA



Uniti per superare la crisi. Per fronteggiare il black out imposto dall'emergenza Covid-19, i grossisti si sono riuniti in un'associazione denominata GH (Grossisti Horeca)

Horeca. Il settore delle forniture alimentari per hotel e punti di ristorazione conta 1.800 aziende in Italia per un giro d'affari che supera gli 11 miliardi con più di 100mila addetti

Con bar e ristoranti chiusi i grossisti chiedono aiuti

Giorgio dell'Orefice

C'è un universo dietro le saracinesche chiuse di bar e ristoranti nelle strade deserte di città e centri abitati. Un universo che va molto al di là di quanto visibile a occhio nudo che è fatto di altre centinaia di imprese e migliaia di addetti che stanno attraversando una crisi devastante al pari dei dettaglianti. Si tratta dell'universo dei grossisti dell'horeca (ovvero hotel ristoranti e catering) che per fronteggiare il black out imposto dall'emergenza Covid-19 si sono riuniti in un'associazione denominata GH (Grossisti Horeca). L'associazione è stata fondata da un primo gruppo di 88 aziende di ogni zona d'Italia che da sole vantano un giro d'affari nel settore food di 2 miliardi di euro, 105 punti logistici e 6.100 addetti. Un primo gruppo quindi che però in questi giorni di gravissima crisi sta registrando numerose richieste di adesione da parte di altre imprese di un comparto, quello delle forniture alimentari a ristoranti e hotel, che conta nel complesso oltre 1.800 aziende in Italia, un giro d'affari di 11 miliardi e un'occupazione che con l'andito supera i 100mila addetti. L'associazione è stata promossa dal brand Pregis, Polo, Zaino Food Service, Cattel, Woerndle Interservice oltre alle cooperative Gel Group, Catering e Cooperative Italiana Catering, ed è coordinata dal vicepresidente di Pregis, Maurizio Danese.

La GH ha invitato nei giorni scorsi due letterati rispettivamente al Governo e alla Confindustria (alla quale le aziende di GH sono associate) per sottolineare i gravissimi ai quali in questa fase di lockdown va incontro il settore prospettando inoltre anche alcune soluzioni percorribili.

«Con la chiusura pressoché totale degli operatori della filiera del turismo come alberghi, ristoranti e pubblici esercizi – ha spiegato Danese – noi grossisti del settore horeca con un business concentrato sui canali del con-

sumento "fuori casa" abbiamo visto i fatturati crollare del 90%, il che mette a rischio migliaia di posti di lavoro. Il comparto della distribuzione horeca ha esercitato un ruolo importante nello sviluppo del settore turistico (ad esempio finanziando le imprese a valle della filiera durante la stretta creditizia del 2008-2010) e nella promozione dei prodotti agroalimentari made in Italy. Ora è necessario ed urgente un intervento che sostenga le nostre imprese anche per scongiurare l'ingresso sul mercato interno dei grandi big stranieri della distribuzione fuori casa».

Il timore è in particolare che, qualora in questo difficile frangente importanti players stranieri dovessero

sbarrare sul mercato italiano delle forniture alimentari a ristoranti e hotel, sarebbe a rischio almeno parte dei circa 7 miliardi di prodotti realizzati da aziende agricole e alimentari made in Italy con i quali i grossisti italiani riforniscono la filiera della ristorazione e del turismo.

Il rischio è l'ingresso dei big stranieri che causerebbe un calo dell'apporto del made in Italy

Il 30% delle vendite italiane al «fuori casa»

A soffrire è soprattutto il vino di fascia alta

Uno dei settori che ha subito le maggiori perdite dal lockdown di bar e ristoranti è il vino. Escluso l'export, in Italia oltre il 70% delle vendite di vino avvengono nella grande distribuzione, il restante 30% che invece prende la strada dei consumi "fuori casa" è anche quello che ha un prezzo medio più elevato. Pertanto ad essere colpite dal black out della ristorazione sono anche le etichette che più hanno investito negli anni per posizionarsi su un livello di prezzo più alto. Una scelta inoltre che in qualche caso è di marketing, ma in altri è obbligata perché le dimensioni medio piccole di alcune aziende non consentono le economie di scala necessarie per competere in termini di prezzo sugli scaffali della grande distribuzione.

Questo segmento forse non rivalevanti in termini di volumi ma significativo per fatturato sta vivendo una pesantissima crisi con la chiusura di bar e ristoranti e quindi sta cercando delle contromisure che vanno

dal potenziamento dei propri siti di e-commerce, a un legame sempre più stretto con piattaforme di vendita online, fino al rafforzamento del rapporto con le insegne del delivery per le vendite dirette a anche appoggiandosi ai rivenditori negozi di prossimità.

È il caso ad esempio della altoatesina Hofstatter che normalmente ve-

nostro sito aziendale. Siamo certi che l'e-commerce sarà sempre più importante tuttavia al momento rappresenta ancora poco più del 5% del nostro fatturato. L'azienda di Termeno (Dz) si è inoltre attivata con video degustazioni condotte dal produttore.

Da Nord a Sud con Stefano Girelli, titolare di due cantine bio in provincia di Ragusa, la Cortese e Santa Teresa. «Per imprenditori del mondo del vino come noi – spiega – che hanno scelto di affidarsi esclusivamente al canale Horeca, è un momento complesso. Siamo cercando di mettere in campo una serie di iniziative online insieme ai nostri partner nel mondo che certo non sostituiranno bar e ristoranti, ma che ci consentono di mantenere attiva una parte delle vendite. Oggi i nostri vini sono disponibili su l'annico è di certo abbiamo registrato un incremento delle vendite. Ma stiamo anche riscoprendo in Italia e all'estero i negozi di quartiere che si stanno attrezzando con servizi di wine delivery. E ad

Infine, al legislatore GH propone che le misure introdotte dal nuovo Codice della Crisi d'Impresa, con l'attivazione dell'Ocri (Organismo di Composizione della Crisi), e al momento congelate sempre dall'ultimo Decreto fino a settembre 2021, «vengano ulteriormente rinviate» – conclude Danese – per non creare ulteriori e inevitabili ripercussioni sul sistema delle imprese del settore. Si tratta nel complesso di misure di sostegno a un comparto in gravissima crisi, ma dalla cui ripartenza dipende una buona fetta del rilancio della decisiva filiera del turismo in Italia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CRESCITA E-COMMERCE
Per l'altoatesina Hofstatter nel mese di marzo, anche se solo il 5% delle vendite è online,

+80%

cola attraverso il canale Horeca l'80% della propria produzione. «Siamo presenti nei principali store online del vino in Italia – spiega il titolare Martin Foradori Hofstatter – e a marzo abbiamo registrato un +80% delle nostre vendite come sono cresciute del 70% quelle realizzate attraverso il

esempio un canale che sta rispondendo bene a Londra. Infine – conclude Girelli – stiamo riscontrando buoni numeri nelle vendite nei Paesi del Nord Europa da sempre attenti alle produzioni bio e sostenibili».

La strada delle promozioni online è anche quella seguita dalla cantina trevigiana Ca' di Rajo dei fratelli Cecchetto. «Già disponevamo di uno shop online all'interno del sito – spiega Simone Cecchetto – e con l'inizio dell'emergenza abbiamo sviluppato ulteriormente questo canale di vendita con promozioni ad hoc che hanno portato a una crescita pari al +50% delle vendite e-commerce nel solo mese di marzo, rispetto a febbraio 2020. Abbiamo istituito inoltre un servizio di wine delivery gestito direttamente dalla cantina. All'estero invece i risultati positivi stanno venendo da alcuni nostri partner che hanno rapidamente creato piattaforme online per la vendita anche B2B».

— G. D.O.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PANORAMA

DALLE AZIENDE ALLE SCUOLE

Il lockdown stronca il settore delle mense Fipe: danni per 8 miliardi

Industrie chiuse, scuole idem, uffici in smart working, trasporti quasi azzerati. Che ne sarà della ristorazione collettiva italiana nel post pandemia? E in quanti avranno la forza di ripartire? Il settore della ristorazione collettiva conta 97mila lavoratori nei segmenti scolastico, aziendale e sanitario e fornisce 860 milioni di pasti l'anno destinati a studenti, lavoratori, degeni e anziani. Per le aziende ancora in attività, gli operatori della ristorazione aziendale (25mila in tutto, molti dei quali attualmente in cassa integrazione) stanno garantendo quotidianamente pasti sicuri in condizioni protette per i lavoratori, ma 41mila operatori della ristorazione scolastica attualmente non sono attivi. Secondo Fipe il danno è stimato intorno agli 8 miliardi di euro in meno nel 2020 (ristorazione fuori casa: commerciale e collettiva).

«Per chi si occupa solo di ristorazione collettiva – commenta Renato Spotti, amministratore delegato di Dussmann Service – servono iniziative di sostegno adeguate: proroga degli ammortizzatori sociali fino alla totale ripresa delle attività, sospensione temporanea della decorrenza dei contratti pubblici con la possibilità di dilazionare gli ammortamenti su un arco temporale più lungo, azzeramento delle tasse locali e sui rifiuti, rinvio delle scadenze fiscali e contributive sino alla ripresa. In mancanza di tali misure, molti operatori non saranno in condizione di riprendere l'attività. A oggi l'intero mercato stima una perdita di fatturato intorno al 30% e una riduzione dei margini pari al 50%». Dussmann, specialista a livello globale di facility management, ha dovuto ripensare il proprio business.

«Anche noi ci stiamo riorganizzando – interviene Mattia Grillini, responsabile comunicazione e knowledge management presso Gruppo Camst – ma nostra capillare rete di centri cottura ci permette di essere vicini alle aziende e di offrire soluzioni di consegna pasti, lunch box e cestini con rapidità, efficienza e garantendo la massima sicurezza. In questo specifico segmento, quindi, si sono aperte nuove opportunità». Ma, come fa notare Alfonso Pedevilla, amministratore delegato dell'omonima azienda specializzata nella ristorazione aziendale, la ripresa non è scontata: «Il settore, che vale 4 miliardi di euro circa, è tra i più colpiti, e la ripresa sarà, oltre che molto lenta, anche caratterizzata da limitazioni con conseguenze ulteriormente negative. Stiamo un calo di operatività del settore di circa il 75% che per il solo mese di marzo si traduce in circa 400 milioni di euro e circa 600 mila persone in cassa integrazione».

Agrim (Associazione delle Imprese della Grande Ristorazione) ha lanciato un giro di allarme con riferimento particolare alle autostrade, dove le norme per l'emergenza stanno obbligando a mantenere aperti i locali, pur in presenza di un calo di oltre l'85% del traffico. L'associazione rappresenta oggi 11 grandi imprese della ristorazione a catena, che impiegano più di 30mila dipendenti e producono ricavi per oltre 3 miliardi di euro in 3mila punti di ristoro tra autostrade, aeroporti e stazioni ferroviarie.

Anche il settore dei buoni pasto ha adottato soluzioni dettate dall'emergenza. In ottemperanza all'ordinanza numero 658 del 29 marzo emanata dal Governo, Sodexo, per esempio, ha lanciato i buoni spesa alimentari: Pass Lunch, un servizio finalizzato all'acquisto di beni alimentari di prima necessità. «Modalità che sostiene ogni aspetto della filiera – ha spiegato Sergio Satriano, managing director di Sodexo Benefits & Rewards Services – sia per quanto riguarda i benefici diretti ai consumatori, ma anche per gli esercizi coinvolti nell'operazione, grazie all'applicazione di commissioni solo a copertura dei costi di gestione».

— Maria Teresa Manuelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In mensa. La ristorazione collettiva dà lavoro a 97mila persone per un fatturato di 4 miliardi