



CNA RISTORAZIONE

Confederazione Nazionale *dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa*

**Analisi e Proposte per la filiera
della Ristorazione**

4 gennaio 2022

TAVOLO RISTORAZIONE



Sommario

TAVOLO RISTORAZIONE	3
ANALISI - LA FILIERA AGROALIMENTARE.....	3
RISTORAZIONE	3
L'agroalimentare nel contesto economico	4
L'impatto del Covid sulla filiera agroalimentare e della ristorazione.....	5
FASE 1 -da marzo 2020 a dicembre 2020	5
FASE 2 -da gennaio 2021 a dicembre 2021	7
FASE 3 -da gennaio 2022 a marzo 2022	8
Le principali eredità lasciate dal Covid-19.....	9
PROPOSTA TAVOLO RISTORAZIONE	10
ALLEGATO 1: CODICI ATECO SERVIZI DI RISTORAZIONE.....	11



TAVOLO RISTORAZIONE

La CNA con questo documento intende sollecitare il Ministero dello Sviluppo Economico, nella persona del Vice Ministro Fratin alla convocazione del Tavolo della Ristorazione, per valutare insieme alle altre associazioni di settore, quali azioni intraprendere a sostegno del settore in considerazione del prolungarsi della situazione di emergenza epidemiologica.

ANALISI - LA FILIERA AGROALIMENTARE

Il settore agroalimentare in Italia è costituito da 1.447.352 imprese con oltre 4 milioni di addetti e una media per azienda di 3.1 lavoratori; di questi solo il 25% sono società di capitali. La filiera agroalimentare italiana ha un ruolo rilevante nell'economia del Paese, rappresentando quasi il 9 per cento del Pil. Le imprese di produzione e trasformazione alimentare e delle bevande è composto da circa 70 mila imprese di cui il 56% artigiane

RISTORAZIONE

Al Registro Imprese, risultano attive quasi 400 mila imprese del canale HORECA, di cui 338 mila della sola ristorazione, con circa 1,4 milioni occupati. La maggioranza è costituita da ditte individuali, poco meno di una su due opera con questa forma giuridica,

A livello settoriale le attività più diffuse sono i bar e gli altri esercizi simili senza cucina (44,8%). Seguono, con percentuali altrettanto degne di nota, le attività di ristorazione con somministrazione come fast-food, rosticcerie, pizzerie, ristoranti, birrerie e pub con cucina (33,4%); le imprese che svolgono ristorazione senza somministrazione con preparazione di cibi da asporto come rosticcerie, friggitorie, pizzerie al taglio che non dispongono di posti a sedere (10,5%); le gelaterie e le pasticcerie (5,4%); le attività di ristorazione ambulanti (0,8%), i catering per eventi (0,4%) e le mense (0,3%). . Il mercato della ristorazione italiana è il secondo più grande in Europa, dopo quello spagnolo.

L'agroalimentare nel contesto economico

Nella seconda parte del 2021, l'economia mondiale prosegue la fase di espansione in uno scenario in cui l'incremento dei prezzi delle materie prime, soprattutto energetiche, non accenna ad arrestarsi.

Secondo le stime del Fondo monetario Internazionale, il Pil globale dovrebbe chiudere il 2021 con una crescita del 5,9%, a cui dovrebbe seguire un +4,9% nel 2022. Le previsioni autunnali della Commissione Europea indicano come l'economia dell'UE si stia riprendendo dalla recessione pandemica più velocemente del previsto. Le famiglie hanno risposto al miglioramento della situazione epidemiologica e al graduale allentamento delle misure di contenimento con una crescita dei consumi. Il Pil europeo dovrebbe aumentare - sempre secondo la Commissione - del 5% nel 2021. Ancora meglio il contesto italiano, in cui nel terzo trimestre l'Istat ha rilevato una crescita del Pil tendenziale del 3,9% che dovrebbe consentire di chiudere l'anno con un +6,2%, rispetto al 2020.

Ma il continuo incremento dei prezzi delle materie prime, energetiche e non, lascia presagire un futuro rallentamento dei ritmi produttivi interferendo così col processo di crescita in corso.

Il commercio mondiale nei primi otto mesi del 2021 è aumentato del 12,4% su base annua, con un rallentamento del trend di crescita ad agosto (cfr. CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis). Nello stesso periodo, l'incremento dei valori medi unitari delle materie prime (escluse quelle energetiche) monitorate dal CPB si è attestato al 57% rispetto al livello di gennaio-agosto 2020, salendo al 69,9% per i soli energetici. Il prezzo del petrolio (Brent) è, infatti, arrivato a 74,5 \$/barile a settembre 2021, raddoppiando rispetto al livello di settembre 2020. I listini delle commodity agricole, misurati dall'indice FAO, dopo i lievi cali congiunturali di giugno e luglio, ad agosto e settembre hanno ripreso a correre. Oli vegetali, cereali e zucchero sono i prodotti che spingono la crescita dell'indice generale. Anche i prezzi dei prodotti agricoli nazionali, misurati dall'indice dell'Ismea, proseguono il loro trend di espansione, con un incremento tendenziale del 14% nel terzo trimestre, dietro la spinta soprattutto dei prodotti vegetali (+18,7%), ma anche di quelli zootecnici (+10%). L'incremento dei prezzi dei mezzi correnti di produzione è stato evidenziato anche dall'indice elaborato dall'Ismea, che nel terzo trimestre del 2021 ha segnato un +7% tendenziale, dovuto soprattutto ai listini degli energetici (+24,4%), dei mangimi (+8,4%) e quindi dei ristalli (+7,3%), ma anche dei concimi (+10,8%).

L'impatto del Covid sulla filiera agroalimentare e della ristorazione

FASE 1 -da marzo 2020 a dicembre 2020

La chiusura della ristorazione ha significato per il 2020 un arretramento della spesa per consumi alimentari fuori casa del 48% rispetto al 2019, per una perdita complessiva di quasi 41 miliardi di euro. Il rallentamento dell'*export* e il calo dei ricavi della ristorazione ha impresso un segno negativo anche alla produzione dell'industria alimentare, che dopo anni di crescita, ha registrato un -2,5% nel 2020.

Il Covid-19 ha avuto effetti particolarmente negativi soprattutto per alcuni settori della filiera ed ha comportato:

- il decremento dell'8% nella produzione florovivaistica;
- la frenata negli scambi commerciali della filiera lattiero-casearia, con eccedenze tali da spingere al ribasso i listini dei principali formaggi nazionali insieme alla materia prima. La flessione dei prezzi dei formaggi ha impattato anche sulle performance all'estero (-4% in valore nel raffronto con i primi 10 mesi 2019), con un crollo delle vendite in valore negli USA (-25%) e in Giappone (-15,5%);
- pesanti conseguenze per il comparto suinicolo, peraltro messo a dura prova da una doppia emergenza sanitaria: la pandemia da Covid-19 e la diffusione della Peste Suina Africana (PSA) nel cuore dell'Europa. **Lo scoppio della pandemia ha ridimensionato gli scambi con l'estero (-6% *import* e -7% *export* in volume nei primi 10 mesi del 2020) e ciò a causa della contrazione della domanda di salumi da parte del canale Horeca;**
- la flessione delle macellazioni (-5% su base annua) e delle importazioni (-8,7%) della carne bovina, per un volume complessivo pari a circa 70.000 tonnellate;
- l'emergenza a due velocità per la filiera del vino. Le aziende orientate alla GDO italiana ed estera hanno contenuto gli effetti negativi, mentre quelle con maggiore orientamento all'Horeca hanno visto azzerati ordini e pagamenti. **Tuttavia, la maggiore domanda riscontrata presso la GDO (+8,1 % su base annua) non è sufficiente a coprire le mancate vendite del canale Horeca, tenuto conto che in quest'ultimo canale trovano sbocco i prodotti di fascia medio-alta;**
- **effetti ancora peggiori si possono cogliere fra i birrifici artigianali, i quali, scontando l'arresto della quasi totalità delle attività di ristorazione, *pub* e affini, evidenziano un netto crollo del fatturato pari, in media, al 90% dei propri introiti.**

Circa il 40% delle industrie alimentari e delle bevande, cioè di quelle maggiormente collegate al canale HORECA, ha registrato un calo di fatturato nel 2020. Il coronavirus ha avuto un



impatto fortemente negativo sulla filiera alimentare sotto molti punti di vista, causando uno **choc terribile agli attori meno forti della filiera**, quali i **piccoli produttori**. La chiusura di scuole, manifestazioni, eventi, ha impedito la vendita di molti prodotti, provocando gravi danni in settori importanti e strategici come quello dei prodotti ad Indicazione Geografica.

Di fatto, l'emergenza epidemiologica, **ha sottratto un canale di sbocco importantissimo per i prodotti di posizionamento alto e medio-alto in grado di assorbire percentuali rilevanti dei flussi complessivi di export.**

FASE 2 -da gennaio 2021 a dicembre 2021

Acquisti alimentari domestici ancora sopra i livelli pre-pandemia nel I semestre 2021. Nel primo semestre del 2021, gli acquisti domestici di prodotti alimentari e bevande continuano a mantenersi sugli stessi livelli del 2020, quando l'Italia era in piena emergenza pandemica. Le elaborazioni **Ismea** sui dati **Nielsen** indicano infatti un valore della spesa superiore di quasi il 10% rispetto al periodo pre-pandemico (primo semestre del 2019). Nonostante la ripresa graduale della socialità e la maggiore libertà degli spostamenti, parte dei consumi alimentari appaiono stabilmente migrati tra le mura di casa, anche per effetto dello smart working che da misura emergenziale sta diventando a tutti gli effetti un fenomeno strutturale. Rispetto al periodo di lockdown vero e proprio è cambiato però il vissuto del consumatore e il suo rapporto con il cibo. Nel primo semestre di quest'anno sono schizzati in alto gli acquisti di **prodotti ittici**, e di **alcolici** (aperitivi, di vini e birra) mentre emerge un **ridimensionamento dei prodotti conservabili** (surgelati e scatolame) e degli ingredienti base utilizzati per le preparazioni in casa, che avevano avuto un exploit durante le prime fasi dell'emergenza pandemica.

Relativamente ai canali di vendita, i supermercati si confermano la principale fonte di approvvigionamento delle famiglie (vi è transitato il 40% dei volumi totali) con una stabilità delle vendite rispetto al primo semestre 2020, ma con fatturati che sono aumentati del 12% rispetto allo stesso periodo del 2019, cioè alla situazione pre-pandemia. I discount, con una quota del 14%, continuano a rappresentare la categoria in maggiore evoluzione: l'ampliamento continuo della rete e l'esigenza di risparmio sempre più diffusa hanno spinto l'incremento delle vendite anche nel primo semestre al +3%; questo è l'unico canale fisico a crescere rispetto al primo semestre 2020. Registra invece una battuta di arresto la crescita delle vendite nei negozi tradizionali, che segnano un -3% nel primo semestre mantenendo comunque il vantaggio sulla situazione del 2019 del 16%.

I liberi servizi sono l'unico canale a segnare un sostenuto decremento delle vendite (-9%), scendendo con i fatturati a livelli inferiori a quelli del 2019 (-1%). In lieve aumento anche le vendite degli ipermercati, che chiudono il primo semestre con un riallineamento ai fatturati del 2019, mantenendo lo share del 24% tra i canali distributivi. Continuano a crescere leggermente le vendite "on line": +2% rispetto al primo semestre 2020; più che raddoppiate dall'inizio della pandemia, arrivano a pesare ora il 4% sulle vendite alimentari retail totali.



Le misure di restrizione anti covid, anche nel 2021 hanno di fatto costretto la ristorazione a svolgere parzialmente l'attività e solo a partire dal 26 aprile ha potuto riaprire i locali ai propri clienti e solo all'aperto. Per poi gradualmente, grazie al green pass, ritornare alla normalità

Con il green pass e le misure adottate da Governo e Regioni si è andato scongiurando l'ipotesi di nuove chiusure. Purtroppo la situazione verificatasi durante le feste natalizie con un aumento dei contagi, ha di fatto determinato una situazione critica per il settore, per la paura di poter contrarre il virus, il settore ha visto tantissime disdette, per cui sono stati pochissimi, meno del 20% gli italiani che hanno deciso di festeggiare al ristorante, procurando un danno economico alla ristorazione e all'intera filiera, industrie alimentari e agricoltura che seppur diverso dal quello del 2020, ha comunque messo in difficoltà diverse attività che rischiano di chiudere.

Il dato positivo nel settore è relativo alla **crescita del comparto food-delivery**. Oltre il 30% degli italiani, infatti, ha ordinato almeno una volta al mese cibo da asporto. Questo comparto, quindi, continua a crescere generando al momento un fatturato di quasi un miliardo di euro.

FASE 3 -da gennaio 2022 a marzo 2022

Questa situazione di emergenza continuerà almeno fino a marzo, visto anche il prolungamento dello stato di crisi. Con il green pass "rafforzato" si può accedere nella attività di ristorazione ma l'aumento dei contagi, a causa della variante omicron sta mettendo in difficoltà nuovamente il sistema sanitario, crea un clima di incertezza fra i cittadini, ma soprattutto di paura di contrarre il virus, visto l'aumento esponenziale.

Siamo indubbiamente in una situazione diversa rispetto allo scorso anno, con quasi 20 milioni di dosi (booster) somministrate, ma non siamo fuori dal tunnel.

Le principali eredità lasciate dal Covid-19

1) **Dal globale al locale.** Locale inteso come il negozio di vicinato, come il mercato rionale – contadino o meno – di quartiere, come le aziende agricole e anche quelle di trasformazione situate a una distanza ragionevole e orientate ai “prodotti del territorio” o, infine, al prodotto totalmente made in Italy. La pandemia ha accelerato quel processo di “deglobalizzazione” in atto da qualche tempo, alimentando interesse e voglia di “mangiare vicino”. Il problema è che questo è avvenuto non solo in Italia.

2) **Food delivery.** Quella che era la mania emergente di qualche pigro teenager, spesso finalizzata a mangiare, a parte l’immancabile pizza, cibi esotici come il sushi, nel giro di pochi mesi è divenuto un rilevante canale di distribuzione, un’ancora di salvataggio cui aggrapparsi per una ristorazione a rischio default e per le aziende agricole orientate all’agriturismo.

3) il grado di consapevolezza dei consumatori, soprattutto i più giovani, relativamente alle questioni etiche e di sostenibilità ambientale è crescente e sempre più rilevante nelle decisioni d’acquisto.

4) **Home working.** Che sia smart o meno è ormai diffusa l’idea che non si tornerà indietro, almeno non del tutto. Molti lavoratori avranno la possibilità di organizzare con più flessibilità il lavoro, limitando la presenza in ufficio, organizzando le attività da casa. L’utilizzo dello smart working nella Pubblica Amministrazione e nei Centri Direzionali ha determinato uno spopolamento delle attività di ristorazione prossime agli uffici

5) **Cibo e salute.** Dallo scoppio della pandemia a oggi, il rapporto con il cibo è cambiato e diventato più stretto oltre che multidimensionale. Per un verso, il cibo è stata una delle vie per cercare di mantenere la salute:

7) **Grandi città vs. piccoli centri.** Il lavoro da casa ha riconnesso molti al proprio luogo d’origine o al proprio luogo del cuore dove si possiede una seconda casa. Fatto sta che le vendite di prodotti agroalimentari nei negozi situati in aree a bassa urbanizzazione sono cresciute più incisivamente (+6,7%) rispetto a quelle delle città (+0,3%).

Il turismo enogastronomico, cioè la vacanza legata ai sapori, alla cucina italiana viene considerato fattore trainante del turismo. Nel 2020 va segnalata la quasi totale assenza di turismo estero, che ha penalizzato maggiormente le grandi città d’arte. In prospettiva questo fenomeno comporta sia degli effetti di redistribuzione della ricchezza, sia la necessità da parte della produzione agroalimentare e della distribuzione di organizzarsi per poter raggiungere la domanda che si sposta dal Nord al Sud e dai poli urbani verso le altre aree del Paese. Ancora di più, quindi, la questione della logistica diventerà un perno del futuro sviluppo del settore.



8) **La transizione digitale.** Pur rimanendo ancora un settore nel complesso scarsamente propenso all'innovazione, questo anno contrassegnato dalla diffusione del Covid-19, ha indotto grandi passi avanti in termini organizzativi e di avvicinamento agli strumenti digitali. Il lockdown, infatti, ha stimolato molte di queste a individuare nuove soluzioni per superare le difficoltà logistiche e organizzative dei canali consueti orientandosi così verso la vendita diretta. Un fenomeno che va letto anche come segnale promettente dell'orientamento verso una filiera agroalimentare più corta e sostenibile.

PROPOSTA TAVOLO RISTORAZIONE

Questi sono mesi importanti per l'intero settore, ed è opportuno guardare al futuro immaginando nuovi scenari. A questo proposito la ristorazione evidenzia un forte turnover tra i nuovi attori sul mercato e una vita media dei nuovi locali molto ridotta. Il 25% dei nuovi ristoranti che vengono aperti in Italia infatti chiude entro un anno dall'apertura, il 50% chiude entro tre anni e il 57% "getta la spugna" dopo soli cinque anni. E con il COVID si rischia di subire un'ulteriore accelerazione.

Il settore della ristorazione italiana continuerà ad **essere un riferimento importante per l'economia del paese, per la filiera agroalimentare e per il turismo**, ma sicuramente occorre affrontare questo cambiamento già in atto con flessibilità, e nuove strategie di business, ma anche di mercato del lavoro, di formazione professionale al passo con i tempi.

ALLEGATO 1: CODICI ATECO SERVIZI DI RISTORAZIONE

- **56.10.11 RISTORAZIONE CON SOMMINISTRAZIONE**
- attività degli esercizi di ristoranti, fast-food, rosticcerie, friggitorie, pizzerie eccetera, che dispongono di posti a sedere
- attività degli esercizi di birrerie, pub, enoteche ed altri esercizi simili con cucina.

- **56.10.12 ATTIVITA' DI RISTORAZIONE CONNESSE ALLE AZIENDE AGRICOLE**

- **56.10.2 RISTORAZIONE SENZA SOMMINISTRAZIONE CON PREPARAZIONE DI CIBI DA ASPORTO**
- preparazione di pasti da portar via "take-away"
- attività degli esercizi di rosticcerie, friggitorie, pizzerie a taglio eccetera che non dispongono di posti a sedere.

- **56.10.3 GELATERIE E PASTICCERIE**

- **56.10.41 GELATERIE E PASTICCERIE AMBULANTI**

- **56.10.42 RISTORAZIONE AMBULANTE**
- furgoni attrezzati per la ristorazione ambulante di cibo pronto per il consumo
- preparazione di cibo per il consumo immediato presso banchi del mercato.

- **56.10.5 RISTORAZIONE SU TRENI E NAVI**
- ristorazione connessa all'attività di trasporto, se effettuate da imprese separate.

- **56.21 FORNITURA DI PASTI PREPARATI (CATERING PER EVENTI, BANQUETING)**
- Questa classe include la fornitura di servizi di ristorazione sulla base di accordi contrattuali stipulati con il cliente, nelle sedi stabilite dal cliente, per un evento specifico.
- servizio di catering per eventi quali: banchetti, cene di rappresentanza, matrimoni, ricevimenti, convegni, congressi ed altre celebrazioni o cerimonie.



- **56.29.1 MENSE**
- gestione di mense (ad esempio presso fabbriche, uffici, ospedali o scuole) in concessione.

- **56.29.2 CATERING CONTINUATIVO SU BASE CONTRATTUALE**
- fornitura di pasti preparati per imprese di trasporto, ospedali, scuole eccetera.

- **56.3 BAR E ALTRI ESERCIZI SIMILI SENZA CUCINA**
- Questa classe include le attività di preparazione e somministrazione di bevande per il consumo immediato nei locali.
- bar
- pub
- birrerie
- caffetterie
- enoteche

