

Finanziamento bancario da 124 mln €. Osservate speciali le quotazioni dell'Arabica

Illycaffè investe 270 milioni

A fine piano (2027) raddoppiata la capacità produttiva

DI EMANUELE SCARCI

Aillycaffè un finanziamento bancario di 124 milioni di euro che consente di sostenere il piano di investimenti 2024/27 da 270 milioni. A fine piano la capacità produttiva sarà raddoppiata anche se un ostacolo potrebbe arrivare dalle quotazioni record del caffè crudo Arabica, ritornate sui massimi degli ultimi 13 anni per incertezze climatiche e speculazione. Il rally però non dovrebbe continuare a lungo dopo che la società brasiliana Conab ha stimato per la campagna 2024/25 una crescita dell'8% della produzione di Arabica. illycaffè fa dell'offerta di caffè di alta qualità il tratto distintivo nei 138 paesi in cui opera. Secondo il management, nel 2024 proseguirà il percorso di crescita di ricavi e redditività, come da piano strategico 2024-28, con un colpo d'acceleratore dello sviluppo internazionale nel segmento super-premium, in particolare negli Stati Uniti. Nel 2023 i ricavi di illycaffè



Cristina Scocchia

sono saliti del 4,8% a 595,1 mln, l'Ebitda è stato di 88,8 mln (+24%) e l'utile di 23,7 mln (+68%). L'incidenza dell'Ebitda, al 14,9%, è migliorata di 2,4 punti sul 2022 e di 2,6 punti sul 2021. Il debito netto è sceso da 154 mln a 122. Il finanziamento appena ottenuto ha sostituito altre linee di credito correnti per una settantina di milioni. La società triestina ha in corso un'obbligazione da 42 mln sottoscritta da Prudential management investment, scadente nel 2027

e al tasso fisso del 3,35%. I soci di illycaffè hanno deciso di erogare un dividendo di 11,8 mln (8 mln l'esercizio precedente). Il 69% della multinazionale è in portafoglio al gruppo Illy, il 20% a Rhône Capital e il 5,5% ciascuno ad Andrea e Anna Illy. Per il ceo Cristina Scocchia «il 2023 rappresenta un altro anno di crescita record per la illycaffè, con un incremento a doppia cifra dell'Ebitda e dell'utile netto, nonostante il perdurare di un contesto macroeconomico sfidante. A sostegno dei piani di sviluppo, abbiamo avviato un programma di investimenti a supporto dell'innovazione e della crescita multicanale. In particolare, 120 mln sono stati destinati, nell'arco di piano, al raddoppio della capacità produttiva del sito strategico di Trieste». I ricavi del gruppo sono stati trainati dall'America, mercato prioritario soprattutto nel canale on-line: 120 mln e balzo del 12%. Il brand illycaffè ha migliorato la penetrazione sia nel canale home che nell'out of home e, grazie alla partnership

con Amazon, ha aumentato il tasso di acquisizione di nuovi clienti. Poi l'Europa con ricavi di 221,6 mln (+4,5%) e in coda Italia con 185 mln (+2,1%) e resto del mondo con 68 mln (+1,6%). L'Italia rimane il mercato principale con il 31% del fatturato anche se nel 2023 le vendite totali di caffè nella Gdo sono scivolte a volume dell'1,5% e aumentate del 6,8% a valore, spinte dall'inflazione. Nel mercato cinese, dopo il dietrofront del 2023, illycaffè ha siglato una partnership con Chancema-te per la distribuzione nei canali Home, in particolare sui principali e-tailers. Sul piano gestionale, Scocchia è riuscita a ridurre l'incidenza dei costi di beni e servizi e delle spese del personale: -3,3 mln, ottenuta anche con la riduzione di 59 addetti. Inoltre la bolletta dell'energia si è raffreddata, -4,1 mln a 7,3 mln. In calo anche i compensi agli amministratori, da 6,2 mln a 5,8. Le stock option al management ammontano nel biennio 2022/23 a 0,6 mln.

© Riproduzione riservata

SAFE

Acrilammide negli alimenti da limitare

Porre dei limiti alla presenza nei cibi, tra cui quelli per i bambini, di acrilammide, sostanza classificata come cancerogena di tipo 2A da parte dello Iarc (Agenzia Internazionale per la Ricerca sul Cancro) e che sviluppa nei processi di cottura. L'acrilammide si trova sia in cibi industriali sia nei cibi cucinati in casa (pizza, pane, cracker, biscotti, cereali, caffè. «Il problema di base è che i consumatori europei non conoscono l'acrilammide, nonostante secondo l'Efsa, che ha emesso al riguardo una scientific opinion nel 2015 e una nel 2022, sia una sostanza problematica e potenzialmente cancerogena». E quanto spiega a ItaliaOggi **Floriana Cimmarusti**, segretario generale di Safe - Safe Food Advocacy Europe, organizzazione di consumatori che ha lanciato una campagna di comunicazione per la sensibilizzazione sul problema. «Il regolamento della Commissione europea (il 2017/2158 del 20 novembre 2017) stabilisce misure di attenuazione e livelli di riferimento. Ma non c'è nessun obbligo da parte dell'industria alimentare né misure che prescrivono controlli a livello nazionale nel caso in cui superino tali livelli», continua Cimmarusti. E poi «se anche questi controlli fossero effettuati, non ci sono multe. Quindi l'industria europea non ha motivi per fare attenzione all'acrilammide». Ecco dunque che Safe vuole «rendere i consumatori più consapevoli e aiutarli anche a ridurre il livello di acrilammide nel cibo preparato in casa. Auspichiamo inoltre che la Commissione europea decida di proporre un regolamento con limiti stringenti e obbligatori il prima possibile, soprattutto per i cibi destinati ai bambini, come patatine e cereali», conclude il segretario generale di Safe. Secondo l'organizzazione sono molti i modi per minimizzare la formazione come cuocere di meno i cibi fino a farli diventare dorati e non marroni, a temperatura più basse.

Andrea Settefonti

© Riproduzione riservata

BREVI

Il commercio mondiale di trattrici è cresciuto negli ultimi 15 anni ad una media del 4,7% annuo, e le previsioni per il quadriennio 2024-2027 indicano un incremento medio annuo del 4,9%. Andamento ancora migliore per le altre macchine e attrezzature agricole con un +5% annuo negli ultimi 15 anni e previste in crescita del 5,4% medio fino al 2027. Sono i dati di Federunacoma.

L'agroalimentare in Italia è al primo posto per valore aggiunto (67 mld di euro), ma sconta una frammentazione eccessiva e ricavi medi limitati (3 mln di euro) che lo posizionano al 14esimo posto sui 27 Paesi Ue per dimensione media delle imprese (5,3 mln di euro media Ue) e al 15esimo per produttività. È l'analisi The European House- Ambrosetti.

BbioNets è il progetto che valorizza le biomasse vegetali grazie alle tecnologie bio-based (Bbts) e di cui il Crea è l'unico partner italiano. Si tratta di favorire l'insieme di quelle tecnologie o pratiche che utilizzano materie prime non alimentari, in un'ottica di economia circolare, per ottenere sottoprodotti di qualità dalla gestione di biomasse agricole e forestali.

La modenese Molini Industriali grazie al progetto "Tracciare - Blockchain per la tracciabilità dei cereali" realizzato con Rinova, si è dotata di un innovativo sistema di tracciamento digitale della filiera delle farine. Permette di integrare informazioni volontarie come la sostenibilità ambientale lungo l'intero ciclo di vita del prodotto secondo la metodologia Lca (Lyfe Cycle Assessment).

Il gruppo IV gamma di Unione Italiana Food pubblica sul sito frescheepronte.it un decalogo su verdure e frutta fresche e pronte all'uso per sfatare i dubbi che ancora accompagnano questa categoria di prodotto. Come cosa aggiungono nelle insalate in busta per conservarle oppure se sia sempre meglio lavarle o se nei processi di lavorazione le verdure perdano nutrienti.

Carni bianche e uova piacciono agli italiani e torna a crescere l'export +25%. Nel 2023, il fatturato industriale del settore è stato di 7,5 mld di euro: 5,18 mld per le carni avicole e 2,3 mld per le uova. In Italia i consumi sono cresciuti del 2,9% sul 2022. A dirlo sono i dati forniti da Unaitalia.

© Riproduzione riservata

I distillati (ricavi +6%) sono il trend del momento

Sono i distillati il trend del momento con previsioni di crescita per quest'anno del 6% dei ricavi e del 13,4% per redditività commerciale, miglior performance, questa, di tutto il settore food italiano. Emerge dal Food Industry Monitor 2024 "Dieci anni di food italiano" realizzato da Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e da Ceresio Investors. I distillati sono i primi per redditività, la media dei vari comparti è +5,9%, seguiti acqua e birra 9, dolci 7,2%, pasta 6,3%. Per quanto riguarda, invece, i ricavi le farine, +12%, battono tutti nelle previsioni 2024 seguite da caffè +5,8% e surgelati +5,3% e con una media del settore di +4,8%. Secondo il monitor, negli ultimi 10 anni il food italiano è cresciuto in modo significativo passando da 53 miliardi nel 2012 a circa 90 miliardi del 2023 anno nel quale è cresciuto del 10% grazie al contributo determinante dell'export che in dieci anni è passato da 23 a 44 miliardi di euro con un +6,3% sul 2022. Crescita del settore che proseguirà anche nel biennio 2024-2025 con tassi superiori al Pil e che per il 2025 sarà del 5,2%. Anche l'export continuerà a crescere. Le stime contenute nel monitor evidenziano per il 2024 una crescita delle vendite all'estero del 8,1% e del 7,3% per il 2025. L'indagine mette in evidenza come le aziende italiane, prevalentemente pmi a controllo familiare, siano ancora relativamente piccole, con un fatturato medio di circa 97 mln, cresciuto dal 2013 del 4,4% annuo. Le aziende del campione, circa 840 realtà con un fatturato aggregato di circa 90 mld, hanno realizzato dal 2009 72 acquisizioni di cui 26 verso target internazionali, per un controvalore di 5,4 mld.



In testa per redditività

© Riproduzione riservata