

ECONOMIA
DEL CIBO
E AGROALIMENTARE

.food

Introiti mancati. La chiusura forzata del settore horeca ha pesato molto sul business di produttori alimentari e vinicoli



Verso la riapertura

Due italiani su tre sono pronti a tornare al ristorante con la stessa frequenza del pre-pandemia

Secondo un'indagine del Wine Monitor Vinitaly-Nomisma, solo il 23% degli intervistati ridurrà le cene fuori casa, dove i consumi di vino valgono 6,5 miliardi

+

Trova di più sul sito
www.ilsole24ore.com/sez/food

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



Eccellenze made in Italy. Il 60% del riso italiano è destinato all'export. Nella foto, un canale attraversa una risaia lungo la Via Francigena dopo Vercelli

Effetti da lockdown. In due mesi il prezzo del Carnaroli è cresciuto del 20%; per il Roma e l'Arborio +30%. Calo invece per le qualità utilizzate nella preparazione del sushi

NOVITÀ E TECNOLOGIE PER LA FASE 2

RISTORAZIONE COLLETTIVA

In mensa posti prenotati via app e menù online per trovare il vassoio pronto

Si allenta il lockdown e il mondo del lavoro deve adattarsi velocemente e ripensare l'organizzazione, anche della pausa pranzo. I nuovi spazi della ristorazione collettiva devono per forza prevedere ingressi scaglionati, estendendo anche gli orari di apertura, per garantire il distanziamento di almeno un metro tra gli ospiti come previsto dalle normative, grazie anche a segnalatori orizzontali.

Gli accessi devono essere dotati di dispenser automatici di sanificante per le mani. Dove possibile, il servizio viene effettuato con prodotti imbustati monouso (come il pane e le posate) e tavoli occupati a scacchiera con separatori. «Tutte queste misure – sottolinea Rosario Ambrosino, ad di Elior Italia – avranno un'incidenza sui costi per pasto nell'ordine di qualche centesimo, a seconda della popolazione aziendale interessata. Diciamo che su un buono medio da 5 euro potrà arrivare all'incirca a 50 centesimi». Va garantita la sanificazione periodica dei locali mensa, delle tastiere dei distributori di bevande e snack. «Il tema della sanificazione – prosegue Ambrosino – è particolarmente sensibile. Noi grazie all'esperienza in ambito ospedaliero, abbiamo adottato sistemi avanzati come il nebulizzatore a perossido di idrogeno o l'atomizzatore elettrostatico».

Un aiuto alla gestione di questa nuova situazione arriva dalle nuove app che molti gestori di ristorazione collettiva hanno messo a punto. JoyFood della stessa Elior – il Grup-

La rivincita del riso italiano: export in Cina a fine anno

Alessio Romeo

Prende forma l'accordo firmato ai primi di aprile fra Italia e Cina per l'export di riso italiano verso Pechino. Una intesa storica, raggiunta dopo una trattativa durata nove anni, che consentirà di esportare in Cina il riso italiano, in particolare quello tipico da risotto, ma solo dopo che una delegazione di funzionari cinesi - al termine dell'emergenza sanitaria - verificherà con un sopralluogo in Italia il rispetto del protocollo firmato dall'ambasciatore italiano a Pechino Luca Ferrari con l'amministrazione generale delle Dogane della Repubblica Popolare Cinese, con il contributo tecnico dell'Ente Nazionale Risi.

«Non siamo di fronte a un semplice accordo commerciale - sottolinea il presidente dell'Airi, l'associazione delle industrie risiere, Mario Francese - perché riuscire a espor-

tare riso in un paese dove il termine è sinonimo di cibo ci deve inorgogliare come nazione. È la metafora di due Paesi che in questo momento difficile scelgono la via della cooperazione guardando avanti».

L'Italia punta ora a garantire il rispetto del protocollo rinviando la missione dei cinesi per partire entro fine anno con le prime spedizioni. La Cina, primo produttore e consumatore mondiale di riso - con 150 milioni di tonnellate prodotte su un totale mondiale di 500 - non ha mai sperimentato le varietà da risotto, sviluppate e coltivate solo in Italia. Da 4 milioni di tonnellate nel 2017, nel 2019 l'import cinese ha raggiunto 66 milioni di tonnellate. Cifre enormi da cui prescinde la nicchia di mercato che l'Italia punta a conquistare.

L'Italia produce un milione di tonnellate di riso lavorato, il 60% destinato all'export, principalmente sui mercati Ue. Quasi tutto il riso consumato in Italia è italiano, a ec-

cezione del Basmati. La clausola di salvaguardia è servita soprattutto a ridurre la concorrenza dell'import da Cambogia e Myanmar sul mercato europeo.

Intanto sul fronte dei consumi interni, dopo un avvio d'anno sostanzialmente stabile, nelle prime settimane dell'emergenza sanitaria si è verificato un aumento delle vendite nella grande distribuzione che ha provocato un forte rialzo dei prezzi all'ingrosso nei listini delle camere di commercio e delle borse merci italiane. Questo incremento ha riguardato

Messo a punto il protocollo per esportare dopo la firma dell'intesa in aprile

sia il riso lavorato che, a monte della filiera, i risoni.

Secondo un'analisi realizzata dalla Borsa merci telematica italiana (Bmti) per la camera di commercio di Pavia, le varietà da risotto, maggiormente richieste dai consumatori durante la fase 1 dell'emergenza, hanno registrato i maggiori rialzi. Nell'arco di due mesi, tra inizio marzo e fine aprile, il prezzo del Carnaroli è cresciuto del 20% circa. Ancora di più l'Arborio e il Roma che ha segnato +30% giungendo a ridosso dei 500 euro per tonnellata.

Tra le altre varietà, sono aumentati del 20% anche i prezzi dei risoni Indica, caratterizzati da grani stretti, lunghi e appuntiti come il riso Basmati. In questo caso, oltre che all'emergenza coronavirus, il rialzo è dovuto a uno scenario internazionale caratterizzato da quotazioni ai massimi degli ultimi anni a causa delle restrizioni all'export di riso in Vietnam e della siccità che ha colpito im-

portanti paesi produttori come la Thailandia.

Sul mercato italiano si è registrato, invece, un calo di quasi il 10% del prezzo del Selenio, la varietà utilizzata per la preparazione del sushi, che ha risentito soprattutto della chiusura del canale della ristorazione. Nella seconda metà di aprile, in generale, i rialzi si sono attenuati perché si è ridotta la domanda da parte dell'industria risiera. Come spiega il direttore dell'Airi, Roberto Carriere, «dopo la corsa agli acquisti di generi di prima necessità e a lunga conservazione nella prima fase dell'emergenza, i prezzi si sono stabilizzati e la domanda di materia prima si è allineata. Mi sarei aspettato un calo delle vendite post scorte domestiche che invece non c'è stato. C'è invece la possibilità, esaurito l'effetto sostituzione, di un ulteriore leggero aumento dei consumi pro capite, con una normalizzazione nel lungo termine».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nel Dl Rilancio 100 milioni al vitivinicolo, primo settore dell'agroalimentare

Finanza innovativa e vendemmie verdi per salvare il vino

Giorgio dell'Orefice

Le tessere singolarmente ci sono tutte dalla distillazione alla vendemmia verde, dalla promozione all'e-commerce ai tagli Iva fino alla finanza innovativa, ma si fa fatica a intravedere il mosaico. È questa la situazione del vino italiano, primo settore per fatturato e per export dell'agroalimentare made in Italy, in grave crisi di liquidità soprattutto a causa della serrata della ristorazione italiana e internazionale (che sta frenando le esportazioni).

In questi difficili mesi di lockdown se i consumi delle famiglie sono stati garantiti dalla grande distribuzione e da un positivo incremento delle vendite online e del delivery, d'altro canto lo stop a bar, ristoranti ma anche all'eno-turismo ha azzerato le vendite per mol-

te cantine che producono etichette di fascia medio alta con conseguenti stock di invenduto in cantina.

Ma andiamo con ordine. Nel decreto Rilancio appena varato ci sono 100 milioni di euro per la vendemmia verde, ovvero per la riduzione volontaria delle rese. In sostanza sarà sostenuto il taglio dei grappoli in campo prima della loro maturazione in modo da produrre di meno. Sempre nell'ottica di contenimento dell'offerta, va ricordato che al decreto Liquidità (in via di conversione) è stato presentato un emendamento "segnalato" che prevede la riduzione delle rese produttive per i vini generici, quindi per i vini da tavola.

Contemporaneamente Bruxelles ha autorizzato nelle scorse settimane interventi di distillazione o di stoccaggio privato, ma con risorse che vanno individuate nel Piano nazionale di soste-

gno. Si tratta del budget che Bruxelles destina al vino dei diversi Paesi e che per l'Italia vale oltre 300 milioni di euro l'anno (per sostenere interventi che vanno dalla promozione all'estero alla ristrutturazione dei vigneti e agli investimenti in cantina). In Italia si sta cercando di rimediare nelle pieghe del piano 50 milioni di euro (la Francia ne ha stanziati 140) per distillare e quindi ritirare dal mercato tra i 2 e i 3 milioni di ettolitri. Ma in questo modo la distillazione finirebbe per ipotecare risorse indebolendo altre misure decisive per rilanciare i consumi e sostenere il mercato come la promozione. «Promozione che a nostro avviso dovrebbe essere rafforzata - ha spiegato il segretario dell'Unione italiana vini, Paolo Castelletti - Abbiamo proposto che l'attuale budget di 100 milioni l'anno venga portato a 150 l'anno per il prossimo trien-

nio. E andrebbero estese le azioni finanziabili a degustazioni web e promozioni in store nella grande distribuzione estera». «Tutte le misure sono importanti - aggiunge il direttore di Federvini, Ottavio Cagiano - ma ancora di più lo è sedersi a un tavolo e definire una regia complessiva evitando sovrapposizioni tra misure per l'equilibrio di mercato con quelle per rilanciare la domanda, per sostenere i vini generici e quelli di maggiore qualità».

Distillazione e vendemmia verde ad esempio sono misure importanti per i vini da tavola, ma qualcosa si muove anche per le etichette premium. Va ad esempio in questa direzione l'innovativo strumento di inventory monetisation messo a punto da Supply@me società recentemente quotata al London Stock Exchange. «Noi proponiamo di rilevare gli stock di singole cantine -

spiega il Ceo di Supply@me, Alessandro Zamboni - . Dietro l'acquisto l'azienda ottiene liquidità immediata che dopo questa difficile fase di stop può dare alle imprese l'opportunità di ripartire. Il vino resta nella disponibilità del produttore che può provvedere a venderlo o altrimenti ci pensiamo noi a cartolarizzare gli stock con la nostra rete di partner. Con il ricavato il produttore può anche ricomprare il vino oppure decidere di permutarlo con nuovi volumi di prodotto nell'ambito di un accordo che è minimo triennale. Si tratta di una proposta che ben si adatta ai vini di qualità anche se non escludiamo l'acquisto anche di stock di vino da tavola. Tra i nostri clienti c'è già Tasca d'Almerita e abbiamo una riflessione in corso con aziende del Brunello, del Barolo e della Franciacorta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Allo studio anche forme di delivery e take away per le aziende senza punti di ristorazione

dalle nuove app che molti gestori di ristoranti hanno messo a punto. JoyFood della stessa Elixir - il Gruppo serve nel nostro Paese oltre 95 milioni di pasti l'anno in più di 2.400 ristoranti e punti vendita - offre una semplificazione dei processi di pagamento, evitando l'uso di contante e diminuendo le file alle casse, oltre a consentire di prenotare l'accesso al ristorante in uno slot orario definito. La novità è la possibilità di usufruire di un servizio di take away per i dipendenti che scelgono di pranzare direttamente in postazione. Food360 è, invece, il nuovo servizio self service che impiega una vetrina refrigerata intelligente. Il dipendente, tramite l'app, può ordinare, acquistare e pagare il pasto, ritirandolo aut-

tonomamente presso la vetrina in un kit monouso. Per le aziende i cui dipendenti sono in smart working, Elixir sta studiando la possibilità di organizzare sistemi di home delivery per consegnare direttamente a casa i pasti, anche sfruttando la tecnologia di confezionamento in atmosfera protetta, e menu personalizzati a seconda del regime alimentare seguito.

«Un aspetto importante per la sicurezza - interviene Alfonso Pedevilla, ad dell'omonima azienda specializzata nella ristorazione aziendale - è la corretta formazione di personale e addetti». L'azienda ha, inoltre, implementato un'applicazione con funzionalità che spaziano dalla consultazione del menu del giorno e della settimana, fino alla possibilità di parlare con uno sportello nutrizionale per avere indicazioni su una equilibrata alimentazione. Per evitare assembramenti, le persone potranno prenotare il proprio Lunch box composto da piatti cucinati, prodotti di gastronomia, insalate o richieste specifiche, e fruire della propria pausa pranzo direttamente in ufficio, o per verificare lo stato di occupazione della sala ed eventualmente prenotare il proprio posto.

Non tutte le aziende, però, possono disporre di una mensa interna. E con bar e ristoranti solo in modalità delivery o asporto, la pausa pranzo può diventare un problema. Le piattaforme di delivery, come Just Eat, si stanno attrezzando per studiare proposte ad hoc per le aziende. Deliveroo ha attivato "for Business", il servizio dedicato alle aziende, per gestire gli ordini per il personale o per eventi aziendali. E ha stipulato una convenzione con EatsReady, la piattaforma che connette aziende, dipendenti e ristoranti per la gestione della pausa pranzo, è già da anni attiva con la sua mensa diffusa. Attraverso web o applicazione EatsReady permette di consultare e scegliere tra i locali della città che aderiscono al servizio. Il pagamento avviene direttamente da smartphone. Successivamente sarà possibile ritirare il proprio pasto takeaway presso il locale all'orario prestabilito.

—Maria Teresa Manuelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Post Covid. Una delle mense aziendali gestite dal gruppo Elixir attrezzata con i separatori tra i tavoli e le postazioni distanziate

