

COMUNICATO STAMPA

VINITALY: DA INTESA SANPAOLO 8 MILIARDI DI EURO DI NUOVO CREDITO ALLE PMI AGRO-ALIMENTARI NEL CORSO DEL PIANO D'IMPRESA 2022-2025

- **In occasione della manifestazione la banca ha organizzato un convegno su “Filiera vitivinicola. Le nuove sfide in un contesto 4.0” in cui è stato presentato un contributo a cura della Direzione Studi e Ricerche della banca**
- **Le attese sui consumi dei principali sbocchi commerciali rimangono orientate ampiamente in positivo, grazie alla riattivazione delle attività sociali e dei movimenti turistici, offrendo buone opportunità di vendita per gli esportatori di vino italiani, che anche nel 2020, hanno conquistato quote di mercato, chiudendo ulteriormente il gap con i leader francesi. Unica eccezione la Russia, paese che con 150 milioni di euro nel 2021, pari al 2,1% del totale esportato, risulta il nostro 12° sbocco commerciale.**
- **Tra i nuovi trend il vino rosato e il vino senza alcol. Fondamentali gli investimenti nel digitale e nella sostenibilità**
- **La Direzione Agribusiness ha dedicato al settore agroalimentare italiano 250 punti operativi e circa 1.000 professionisti a servizio 90.000 clienti. Già erogati oltre 41 milioni di euro per il pegno rotativo non possessorio, in gran parte dedicato al vino e 120 milioni di euro per la transizione green**

Verona, 12 aprile 2022. In occasione del Vinitaly, Intesa Sanpaolo ha promosso il convegno “Filiera Vitivinicola. Le nuove sfide in un contesto 4.0” per presentare la Direzione Agribusiness della banca e uno studio curato dalla Direzione Studi e Ricerche della banca sullo scenario in cui si trovano ad operare le imprese vitivinicole italiane, sempre più mutevole e competitivo e dove export e transizione digitale svolgono un ruolo fondamentale per aumentare qualità, sostenibilità e competitività.

Sono intervenuti Stefania Trenti, responsabile Industry Research della Direzione Studi e Ricerche e Massimiliano Cattozzi, responsabile Direzione Agribusiness, entrambi di Intesa Sanpaolo. Il confronto è stato moderato da Andrea Zanfi, editore e scrittore, ed ha previsto l'intervento di Federico Quaranta, giornalista e autore radio-televisivo.

Nel suo intervento Stefania Trenti ha illustrato come lo scenario in cui si muoveranno le imprese italiane del vino si è fatto più complesso dopo lo scoppio della guerra Ucraina-

Russia. L'impatto più evidente e immediato è sui prezzi degli input produttivi, in primis quelli energetici, a cui la filiera agro-alimentare risulta particolarmente esposta, sia direttamente sia indirettamente, attraverso i costi della logistica e l'acquisto di materiali energivori. Hanno registrato forti rincari infatti anche molti altri prodotti fondamentali nella filiera, come i fertilizzanti, l'alluminio (gabbiette, tappi), il vetro, il packaging in legno o in cartone. Molte di queste commodities evidenziavano già degli elevati incrementi dei prezzi prima della guerra: spicca il balzo di quasi il 40% per l'alluminio e di oltre il 30% per i fertilizzanti registrato nei primi due mesi del 2022.

L'impatto dei rincari delle bollette energetiche peserà sui bilanci delle famiglie portando ad una minore dinamica attesa nei consumi, in particolare per quanto riguarda i paesi europei. Spicca la contrazione attesa nei consumi della Russia, paese che con 150 milioni di euro nel 2021, pari al 2,1% del totale esportato, risulta il nostro 12° sbocco commerciale. Si tenga, inoltre, conto che circa il 75% dell'export italiano di vino verso la Russia rientra nel pacchetto di sanzioni europee che blocca la vendita di beni di lusso.

Tuttavia, per il mondo del vino la domanda potrà giovare dell'effetto positivo della fase di riapertura post-pandemia: nel complesso dei principali sbocchi commerciali del vino Made in Italy le attese sui consumi rimangono orientate ampiamente in positivo, grazie alla riattivazione delle attività sociali e dei movimenti turistici.

Le imprese italiane della filiera vitivinicola appaiono ben posizionate per sfruttare al meglio queste opportunità: anche nel 2020, pur in un contesto difficile, gravemente segnato dal contesto pandemico, l'Italia è riuscita a guadagnare quote sui mercati internazionali, avvicinandosi ancora di più alla Francia. Da un gap di quote di mercato pari a 17 punti percentuali nel 2008 si è scesi a 11,3% nel 2019 e a 8,4% nel 2020.

I successi del Made in Italy del vino sono diffusi anche sul territorio, con tutti i principali distretti protagonisti di una forte crescita sui mercati internazionali nel corso dell'ultimo decennio. Anche i dati relativi al 2021 evidenziano una forte capacità di recupero con i livelli di export che hanno ampiamente superato quelli pre-pandemia.

Dal confronto con il posizionamento francese, emerge ancora un forte potenziale ancora da sfruttare sui mercati asiatici, in primis Giappone e Cina.

Per cogliere al meglio queste opportunità occorrerà puntare sempre di più sull'innovazione, fondamentale anche per fronteggiare i cambiamenti climatici e venire incontro alle esigenze dei consumatori che richiedono prodotti sempre più sostenibili.

Nuovi trend di consumo stanno emergendo, legati alle nuove generazioni (e non solo) come il vino rosato, che piace sempre di più, o il vino senza alcol, che amplia le occasioni di consumo da parte di quelle fasce di consumatori finora precluse per motivi salutistici o religiosi.

Bisognerà continuare, poi, a percorrere la strada della digitalizzazione, sia nei processi produttivi (transizione ad una Agricoltura 4.0), sia nel marketing digitale e nell'e-commerce, sfruttando la visibilità dei siti di enoteche on-line, particolarmente importanti nel contesto altamente frammentato che caratterizza la filiera vitivinicola italiana.

Innovazione e digitalizzazione richiedono maggiori investimenti in capitale umano e un maggiore ricambio generazionale: in Italia solo l'8% delle aziende agricole vitivinicole ha un capo under 40 (contro il 15% della Francia). La formazione dovrà saper valorizzare il tema della biodiversità (l'Italia è il primo paese al mondo per numero di vitigni autoctoni), le sinergie tra filiere (enoturismo) e la collaborazione con il mondo della degustazione professionale che richiede esperienza, preparazione e competenze elevate.

Massimiliano Cattozzi ha illustrato la Direzione Agribusiness, il centro di eccellenza del Gruppo Intesa Sanpaolo dedicato alle piccole e medie imprese dell'agricoltura, che punta a sostenere le enormi potenzialità di uno dei settori produttivi più importanti del Paese.

Un interlocutore qualificato per accompagnare gli operatori delle filiere agroalimentari e zootecniche italiane, nonché sostenere investimenti finalizzati a promuovere nuovi progetti imprenditoriali, con una particolare attenzione ai criteri della sostenibilità. Con oltre 90.000 clienti, circa 13 miliardi di euro di impieghi, 250 punti operativi di cui 85 filiali, la Direzione Agribusiness mette a disposizione circa 1.000 professionisti sul territorio.

Tra i prodotti e le iniziative specifiche della Direzione Agribusiness, i finanziamenti per nuovi progetti di impianto agricolo/fattorie/innovazione tecnologica/agricoltura di precisione e sostenibilità, ma anche progetti di filiera che attraverso lo strumento del confirming soddisfano l'esigenza di sostenere i fornitori del capo-filiera. Tra i servizi specializzati, il **'pegno rotativo non possessorio' che, con oltre 41 milioni di euro già erogati**, consente lo smobilizzo del magazzino di prodotti alimentari soggetti a invecchiamento come in particolar modo il vino, ma anche prosciutto crudo, formaggio stagionato e aceto balsamico. Intesa Sanpaolo ha inoltre creato una struttura per lo sviluppo e monitoraggio dei servizi di agritech e di digitalizzazione del mondo agricolo e punta a sviluppare, insieme ad imprese agricole e Consorzi, logiche di crescita sostenibile in coerenza anche con le iniziative previste dal PNRR. In questo ambito, la banca messo a disposizione dei propri clienti gratuitamente una piattaforma digitale "Incent Now", frutto della collaborazione con Deloitte, che sarà costantemente aggiornata con le informazioni relative alle misure e ai bandi resi pubblici da enti istituzionali nazionali ed europei nell'ambito della pianificazione del PNRR. Ciascun cliente, inclusi quelli del settore agro alimentare, potrà individuare rapidamente le migliori opportunità sulla base del suo profilo, del suo settore di attività e del suo territorio e raccogliere le informazioni utili per presentare i propri progetti di investimento concorrendo all'assegnazione dei fondi pubblici.

In merito all'impegno verso la sostenibilità la Direzione Agribusiness ha concesso erogazioni tramite finanziamenti s-Loan pari a oltre **120 milioni di euro per favorire la transizione green.**

Massimiliano Cattozzi responsabile della Direzione Agribusiness ha commentato: *"Il ritorno del Vinitaly in presenza rappresenta un'occasione unica, soprattutto alla luce dell'attuale contesto, per valorizzare l'eccellenza che in Italia vantiamo in ambito enogastronomico attivando sinergie, progettualità e nuovi sbocchi commerciali. In tale senso Intesa Sanpaolo, forte del presidio della Direzione Agribusiness sulle aziende di questo comparto, continua a offrire il proprio supporto. Una vicinanza concreta su temi chiave come la transizione digitale ed ecologica oltre che, per far fronte all'attuale contesto di mercato, il sostegno offerto alle imprese per i fabbisogni di liquidità nei pagamenti e garantirne la continuità produttiva. Nell'arco del Piano d'Impresa mettiamo a disposizione*

8 miliardi di nuovo credito a medio e lungo termine alle piccole e medie imprese dell'agro-alimentare”.

Informazioni per la stampa

Intesa Sanpaolo

Media and Associations Relations

stampa@intesasnpaolo.com

<https://group.intesasnpaolo.com/it/sala-stampa/news>