



Osservatorio sull'industria dei distillati

Ottobre 2021

Presentazione

Nogaredo, 28 ottobre 2021 (20016da/01)

Agenda



Principali evidenze



Fiducia e congiuntura



Credito e investimenti



Internazionalizzazione



Impatto sui canali di vendita e distribuzione



Sostenibilità



Metodo

Principali evidenze

Continua a permanere positivo il clima di fiducia delle imprese del settore dei distillati, seguendo un leggero (ma costante) trend di crescita, rilevato ininterrottamente a partire terzo trimestre del 2019. L'andamento dei ricavi non contraddice questo favorevole clima di fiducia e fa registrare per il III trimestre 2021 un indice pari a 59, superiore di ben +14 punti rispetto all'indice rilevato per gli altri settori.

La ripresa degli eventi pubblici e delle fiere ha impattato positivamente sul 49% delle imprese dei distillati. La loro riduzione aveva comportato un calo del numero di interazioni con nuovi clienti e fornitori per il 59% delle imprese.

Si attesta al 63% la quota delle imprese dell'industria dei distillati che hanno effettuato investimenti negli ultimi due anni. Una impresa ogni due ha in programma di effettuare investimenti nei prossimi due anni: più di tre ogni quattro acquisteranno macchinari e/o attrezzature, poco meno di una su tre investirà per la crescita.

Rimane alta, sebbene in lievissima flessione, la quota delle imprese che si sono rivolte alle banche per ottenere credito: il 40% lo ha fatto per richiedere un finanziamento e, tra queste, nel 72% dei casi l'operazione è andata a buon fine.

In ripresa l'export: in media il 79% del fatturato delle imprese proviene da attività effettuate sul mercato domestico (contro 87% del I trimestre 2021), il 21% da quelle effettuate all'estero (era il 13% nel I trimestre 2021). Rispetto al I trimestre '21, aumenta l'attività export presso la Germania e i Paesi baltici, mentre diminuisce presso il Portogallo. Invariata la situazione per quanto riguarda la Francia e la Spagna. In ripresa l'attività in estremo Oriente e Nord America.

La pandemia ha accelerato il processo di evoluzione delle modalità di erogazione del servizio delle imprese: +141% quelle che hanno attivato il canale dell'e-commerce tramite un proprio sito web e +150% quelle che lo hanno fatto tramite marketplace. Le imprese del settore non intendono tornare indietro e i cambiamenti dei modelli di offerta saranno mantenuti in modo strutturale: il 94% continuerà ad utilizzare l'e-commerce, il 96% la vendita su siti di marketplace.

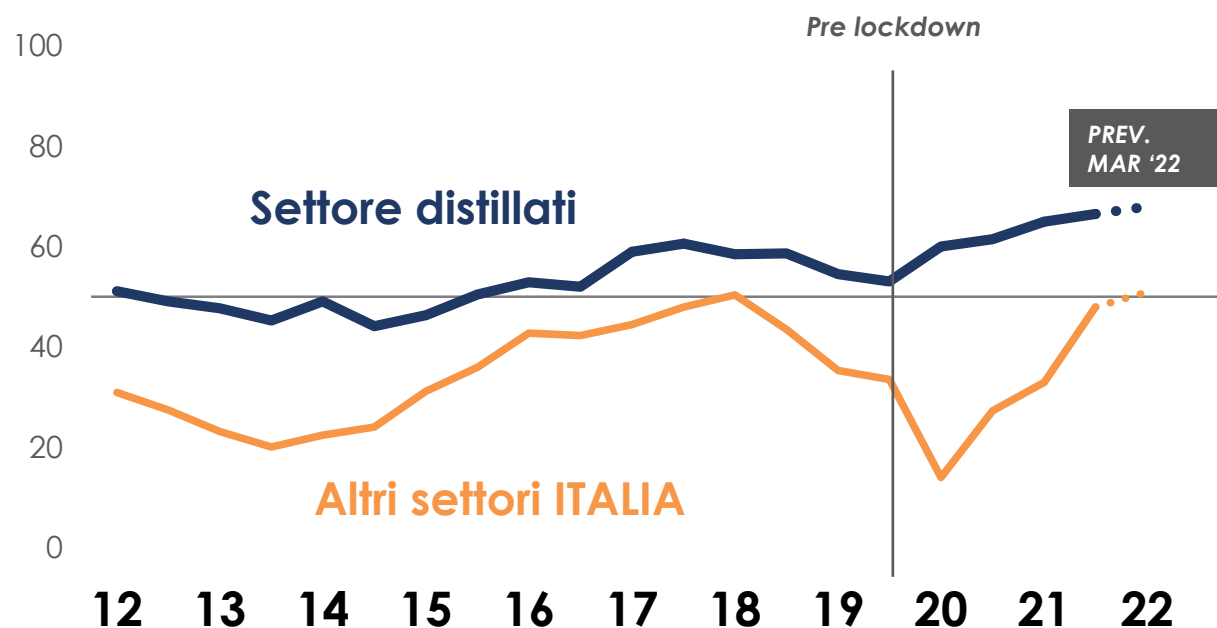
Si attenuano gli squilibri provocati dalla pandemia tra i vari canali di distribuzione (risale il settore Horeca). Anche la composizione delle vendite muta e risente meno dell'effetto pandemia: crolla dal 23% al 7% la quota parte proveniente dalla vendita di alcol puro (disinfettanti utilizzati dai consumatori per la sanificazione).

Le imprese hanno a cuore l'essere percepite come «sostenibili»: lo confermano due imprese ogni tre e per una su tre è di fondamentale importanza. Il 69% delle imprese crede che i consumatori attribuiscono importanza al fattore green in fase di acquisto. Per il 42% sarebbe un aspetto determinante in fase di acquisto. Circa una impresa ogni cinque dichiara di possedere almeno una certificazione «sostenibile»: per oltre la metà dei casi si tratta di certificazioni Iso per la Qualità. Il 10% delle imprese non ancora in possesso di una certificazione green sostiene che se ne doterà entro il 2021: si tratterà prevalentemente di dichiarazioni di tipo ambientale. Circa due imprese su cinque hanno sentito parlare delle politiche europee sulla sostenibilità, ma a ritenersi informata anche in merito alle conseguenze sul settore, è una impresa su 10. Il 54% delle imprese è a conoscenza del fatto che Assodistil abbia redatto il Bilancio di Sostenibilità 2020 e il 36% sarebbe interessato a prendervi parte nella prossima edizione. L'80% delle imprese reputa utile per la sua attività la comunicazione di Assodistil sui Social Media. Il 12% ritiene che sia molto importante. La copertura stampa delle attività svolte da AssoDistil e dagli associati è giudicata positivamente dal 47% delle imprese: il 21% esprime un giudizio molto positivo.

Clima di fiducia | Continua a permanere positivo il clima di fiducia delle imprese del settore dei distillati, seguendo un leggero, ma costante trend di crescita, rilevato ininterrottamente a partire terzo trimestre del 2019.

CLIMA DI FIDUCIA (DISTILLATI vs ALTRI SETTORI)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Clima di fiducia

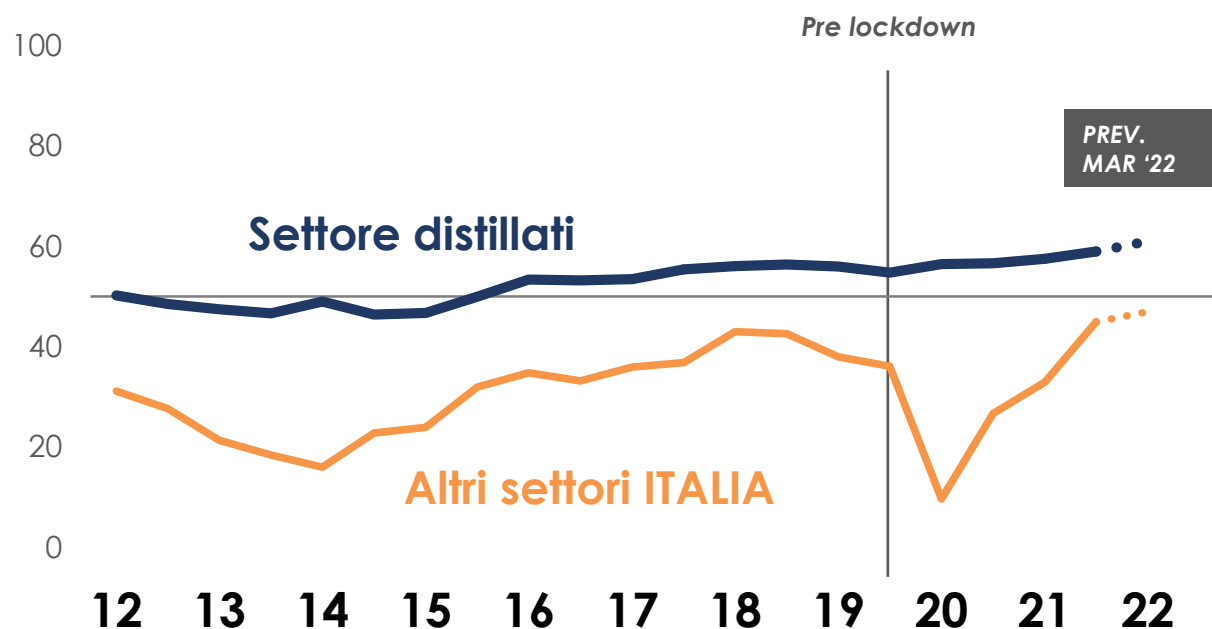
	DISTILLATI			INDICE	INDICE
	migliore	uguale	peggiore		
2019 I	24%	61%	15%	55	35
2019 III	23%	60%	17%	53	34
2020 I	30%	60%	10%	60	14
2020 III	31%	61%	8%	62	27
2021 I	33%	64%	3%	65	33
2021 III	34%	65%	1%	67	48
2022 I				68	51

Base campione: 90 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

Andamento dei ricavi | L'andamento dei ricavi non contraddice questo favorevole clima di fiducia e fa registrare per il III trimestre 2021 un indice pari a 59, superiore di ben +14 punti rispetto all'indice rilevato per gli altri settori.

RICAVI (DISTILLATI vs ALTRI SETTORI)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



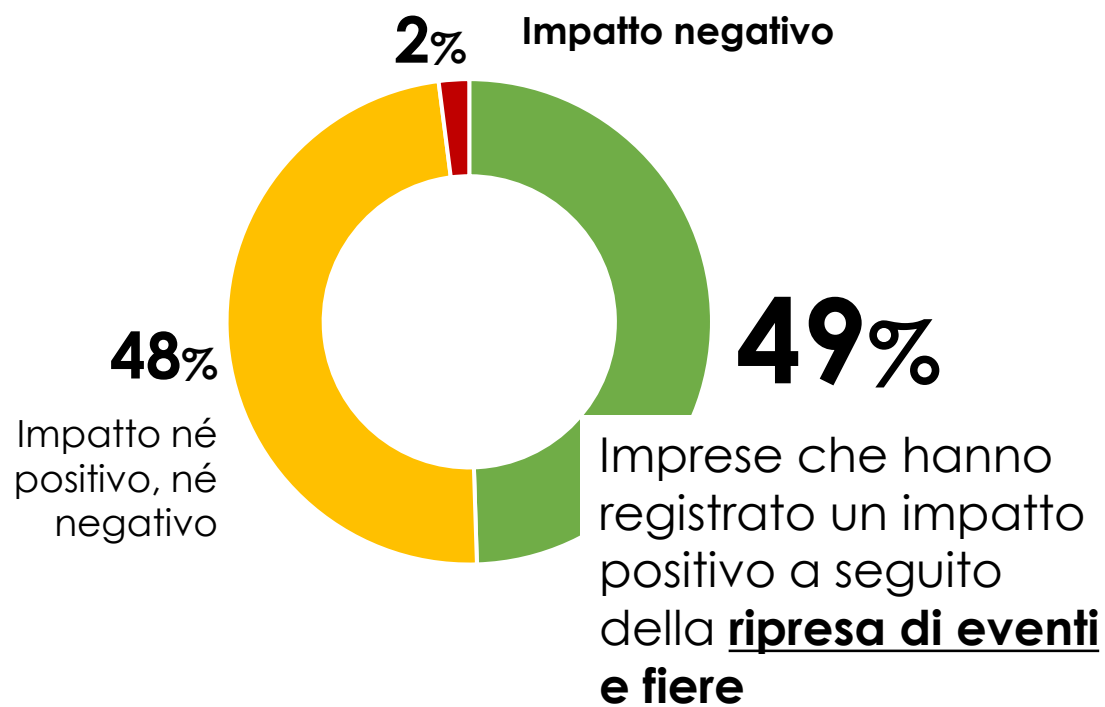
Ricavi

	DISTILLATI			INDICE	INDICE
	migliore	uguale	peggiore		
2019 I	17%	79%	5%	56	38
2019 III	15%	80%	6%	55	36
2020 I	16%	81%	3%	57	10
2020 III	16%	82%	2%	57	27
2021 I	17%	81%	2%	58	33
2021 III	19%	80%	1%	59	45
2022 I				61	47

Base campione: 90 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

Misure anticrisi | La ripresa degli eventi pubblici e delle fiere ha impattato positivamente sul 49% delle imprese dei distillati. La loro riduzione aveva comportato un calo del numero di interazioni con nuovi clienti e fornitori per il 60% delle imprese.

Qual è stato l'impatto sull'andamento della produttività della Sua impresa della ripresa degli eventi e delle fiere in Italia e all'estero, dopo la sospensione di tutti gli eventi pubblici avvenuta nel pieno del periodo di emergenza sanitaria?



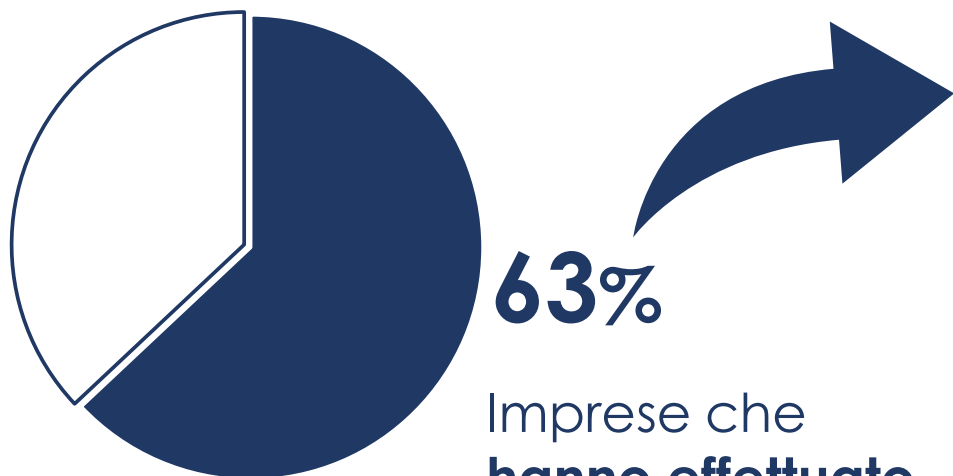
Quali dei seguenti impatti la Sua impresa ha registrato a seguito della riduzione degli eventi e delle fiere in presenza in Italia e all'estero?

...un calo del numero di interazioni con possibili nuovi clienti e fornitori	60%
...una rarefazione dei rapporti con contatti già esistenti	28%
...un calo degli ordini e delle vendite dell'impresa	7%
...una diminuzione della competitività dell'impresa a seguito del mancato confronto con la concorrenza	4%

Base campione: 90 casi. I dati sono riportati all'universo.

Investimenti effettuati | Si attesta al 63% la quota delle imprese dell'industria dei distillati che hanno effettuato investimenti negli ultimi due anni.

La Sua impresa ha effettuato investimenti nel corso degli ultimi due anni?



63%

Imprese che hanno effettuato investimenti negli ultimi due anni

Era 62% ad aprile

TIPOLOGIA DI INVESTIMENTI EFFETTUATI	2021 I	2021 III
Investimenti in macchinari / attrezzature	64%	70%
Investimenti per la crescita	43%	35%
Investimenti per digitalizzazione dei processi	23%	29%
Investimenti per innovazione di prodotto	17%	25%
Investimenti in software, brevetti, diritti d'uso	21%	18%
Investimenti per apertura punti vendita	9%	10%
Investimenti in immobili, terreni, fabbricati	21%	14%
Investimenti per migliorare il profilo di sostenibilità	16%	9%
Investimenti per scorte e acquisto materie prime	9%	2%

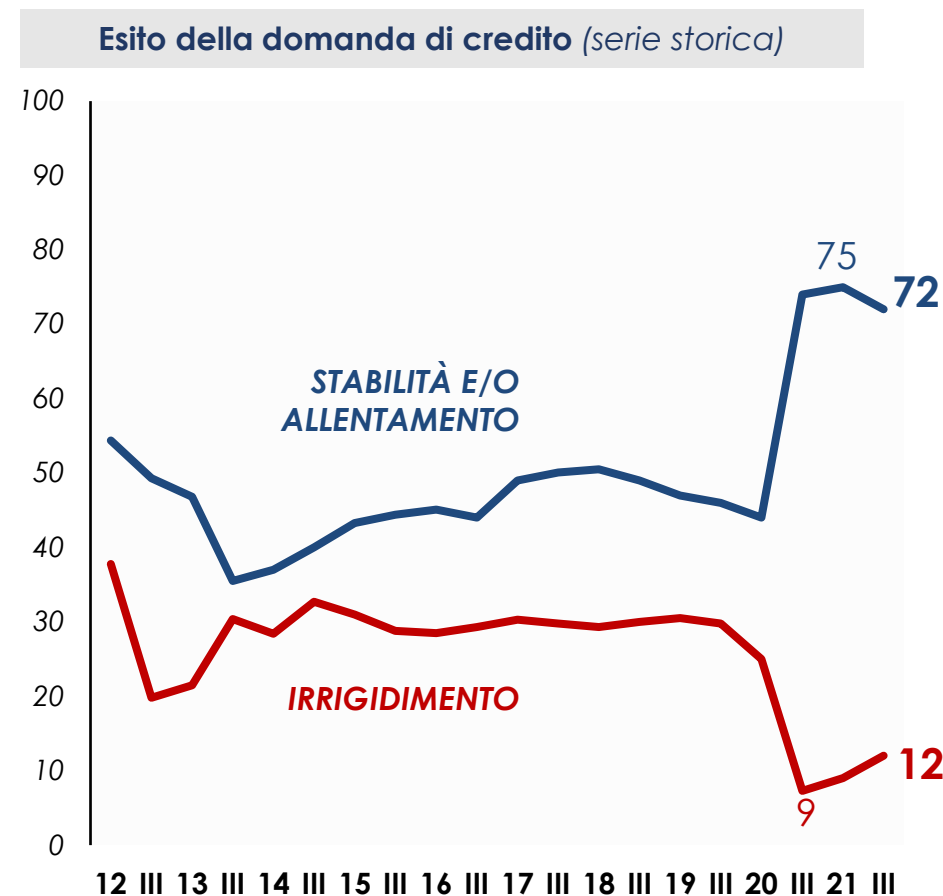
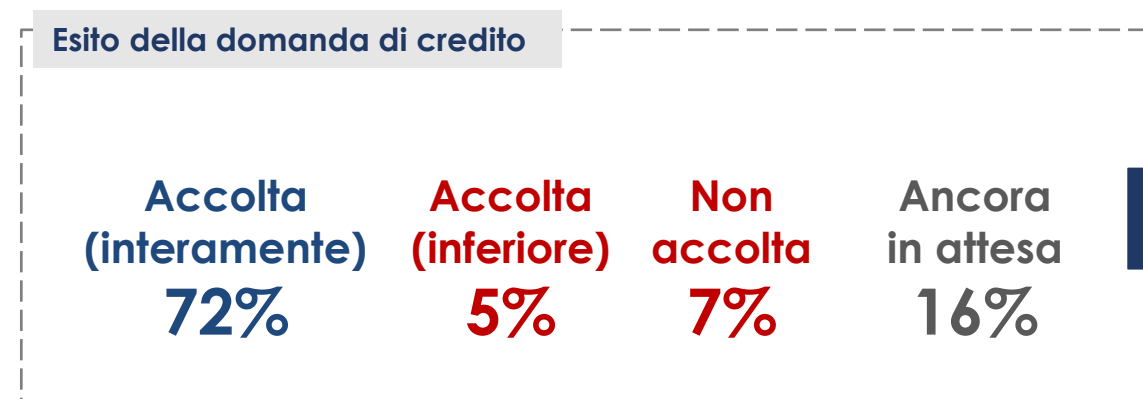
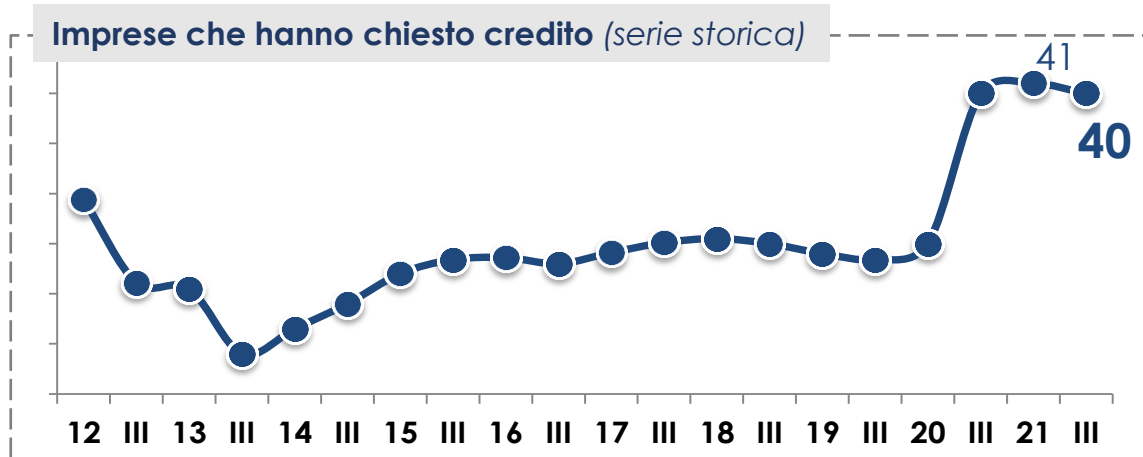
Base campione: 90 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

Investimenti effettuati | Serie storica degli investimenti effettuati in digitalizzazione e sostenibilità da parte delle imprese dell'industria dei distillati.

Dati ripercentralizzati sulla totalità del campione.

Investimenti in...	2018	2019	2020	2021
Digitalizzazione	10%	10%	16%	18%
Sostenibilità	6%	6%	8%	10%

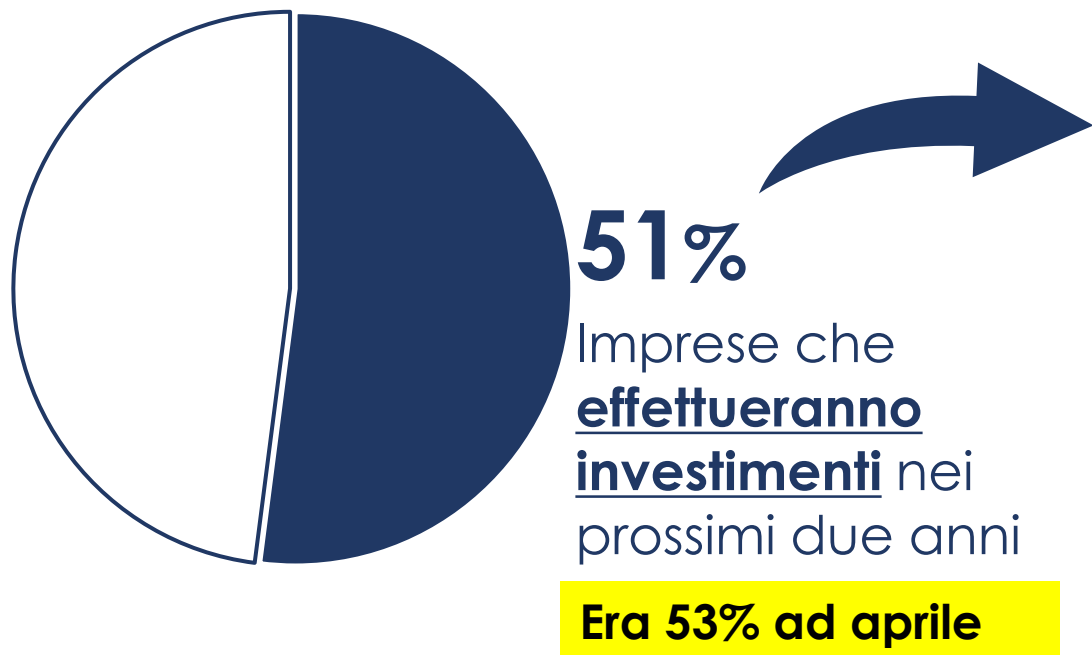
Credito | Rimane alta, sebbene in lievissima flessione, la quota delle imprese che si sono rivolte alle banche per ottenere credito: il 40% lo ha fatto per richiedere un finanziamento e tra questi, nel 72% dei casi l'operazione è andata a buon fine.



Base campione: 90 casi. **Testo della domanda:** A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi tre mesi? Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ma non è stata accolta; Sì ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre; Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre; No non ha fatto richiesta. **I dati sono riportati all'universo.**

Investimenti in programma | Una impresa ogni due ha in programma di effettuare investimenti nei prossimi due anni: tra queste, più di tre ogni quattro acquisteranno macchinari e/o attrezzature, poco meno di una su tre investirà per la crescita.

Nei prossimi due anni pensa di effettuare investimenti?

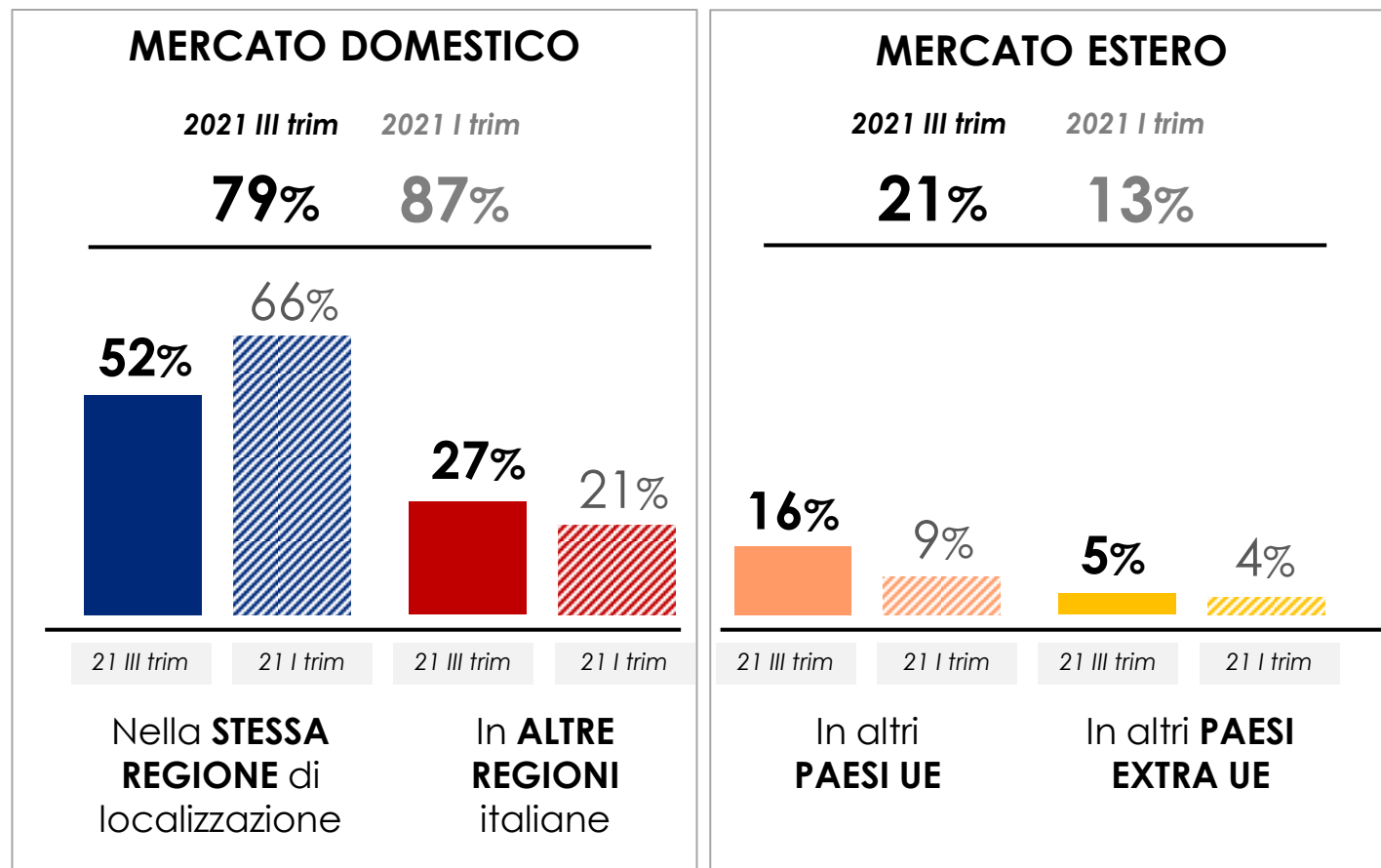


TIPOLOGIA DI INVESTIMENTI IN PROGRAMMA	%
Investimenti in macchinari / attrezzature	77%
Investimenti per la crescita	29%
Investimenti per migliorare il profilo di sostenibilità	17%
Investimenti per innovazione di prodotto	15%
Investimenti in immobili, terreni, fabbricati	15%
Investimenti in software, brevetti, diritti d'uso	13%
Investimenti per digitalizzazione dei processi	11%
Investimenti per scorte e acquisto materie prime	8%

Base campione: 90 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

Composizione del fatturato | In ripresa l'export: in media il 79% del fatturato delle imprese proviene da attività effettuate sul mercato domestico (contro 87% nel I trimestre 2021), il 21% da quelle effettuate all'estero (era il 13% nel I trimestre 2021).

Fatto 100 il fatturato dell'impresa, in quali mercati geografici ha venduto (direttamente o indirettamente) i propri prodotti nell'ultimo anno?

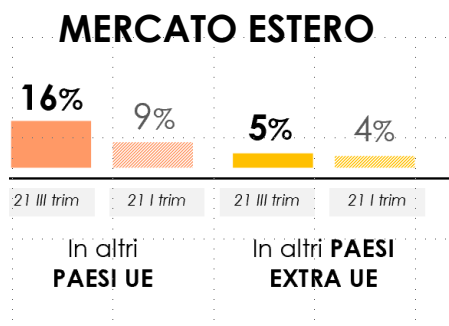


Esempio di lettura

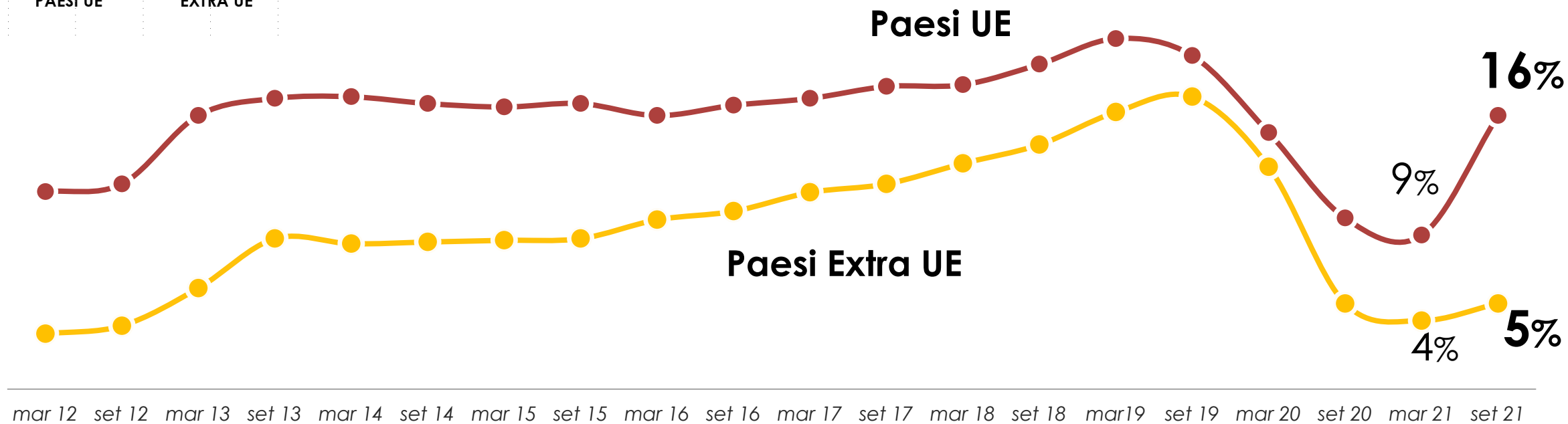
Facendo uguale a 100 il fatturato annuo delle imprese dell'industria dei distillati, il **52%** proviene dall'attività svolta sul territorio di localizzazione dell'impresa stessa (comune o provincia), il **27%** dall'attività nelle altre regioni italiane, il **16%** da altri Paesi compresi nell'Unione Europea, il **5%** dall'attività svolta in altri Paesi al di fuori dell'Unione Europea.

Base campione: 90 casi. I dati sono riportati all'universo.

Fatturato estero | Serie storica della composizione media del fatturato «export» delle imprese del settore dei distillati.



Serie storica – Fatturato da Export



Mercati di destinazione UE | Rispetto al I trimestre '21 aumenta l'attività export presso la Germania e i Paesi baltici, mentre diminuisce presso il Portogallo. Invariata la situazione per quanto riguarda la Francia e la Spagna.

Quali sono nello specifico i mercati di sbocco UE dell'azienda?



GERMANIA

83,7%

(+4,9% rispetto
allo scorso
semestre)



FRANCIA

51,0%

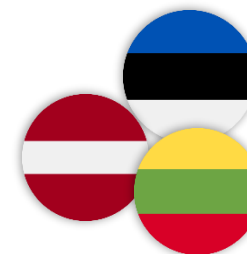
(invariato
rispetto allo
scorso semestre)



SPAGNA

22,7%

(invariato
rispetto allo
scorso semestre)



PAESI BALTICI

14,4%

(+5,3% rispetto
allo scorso
semestre)



PORTOGALLO

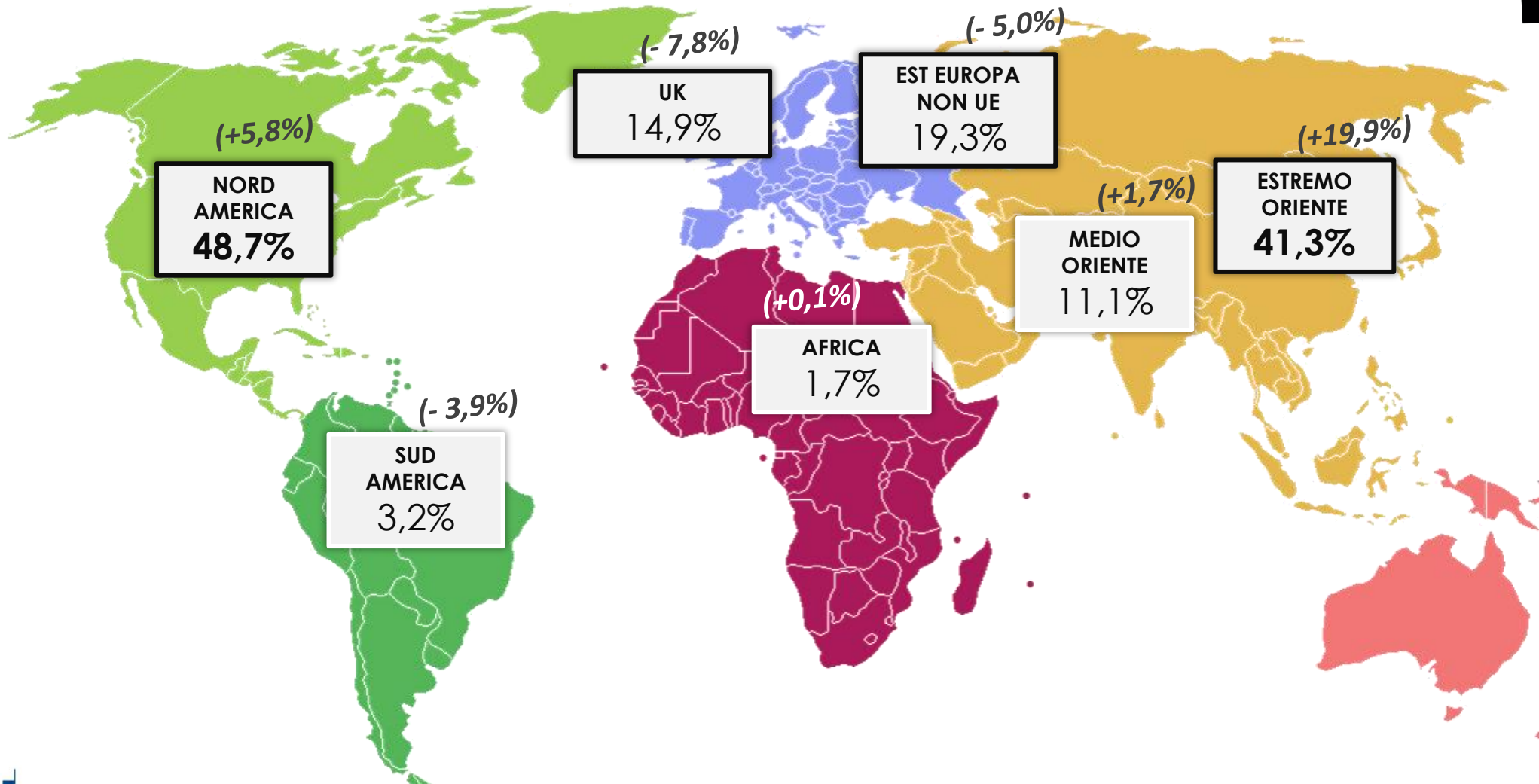
7,5%

(-3% rispetto
allo scorso
semestre)

Base campione: Esclusivamente le imprese che effettuano attività con l'estero nei Paesi UE. I dati sono riportati all'universo.

Mercati di destinazione Extra UE | In ripresa l'attività in estremo Oriente e Nord America.

Quali sono nello specifico i mercati di sbocco Extra UE dell'azienda?



Esempio di lettura:

Tra le imprese dell'industria dei distillati che internazionalizzano al di fuori dell'UE:

- Il **48,7%** in Nord America
- Il **41,3%** opera in Estremo Oriente
- il **19,3%** nell'Est Europa non UE
- il **14,9%** nel Regno Unito
- l'**11,1%** in Medio Oriente
- il **3,2%** in Sud America
- l'**1,7%** in Africa.

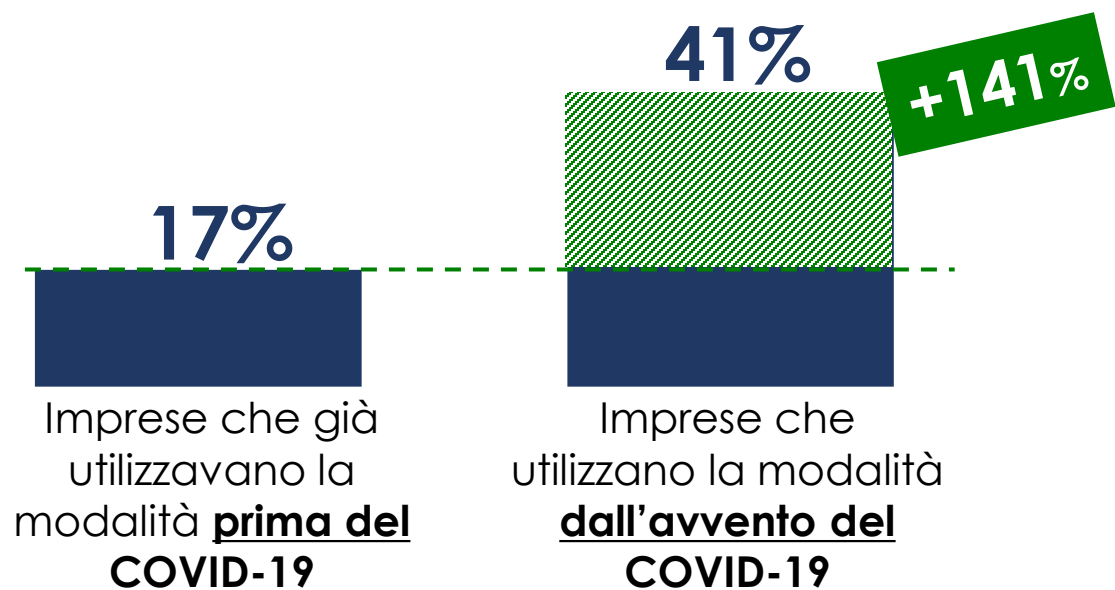
Base campione: Esclusivamente le imprese che effettuano attività con l'estero nei Paesi Extra UE. I dati sono riportati all'universo.

Impatto sui modelli di business | La pandemia ha accelerato il processo di evoluzione delle modalità di erogazione del servizio delle imprese: +141% quelle che hanno attivato il canale dell'e-commerce tramite un proprio sito web e +150% quelle che lo hanno fatto tramite marketplace.

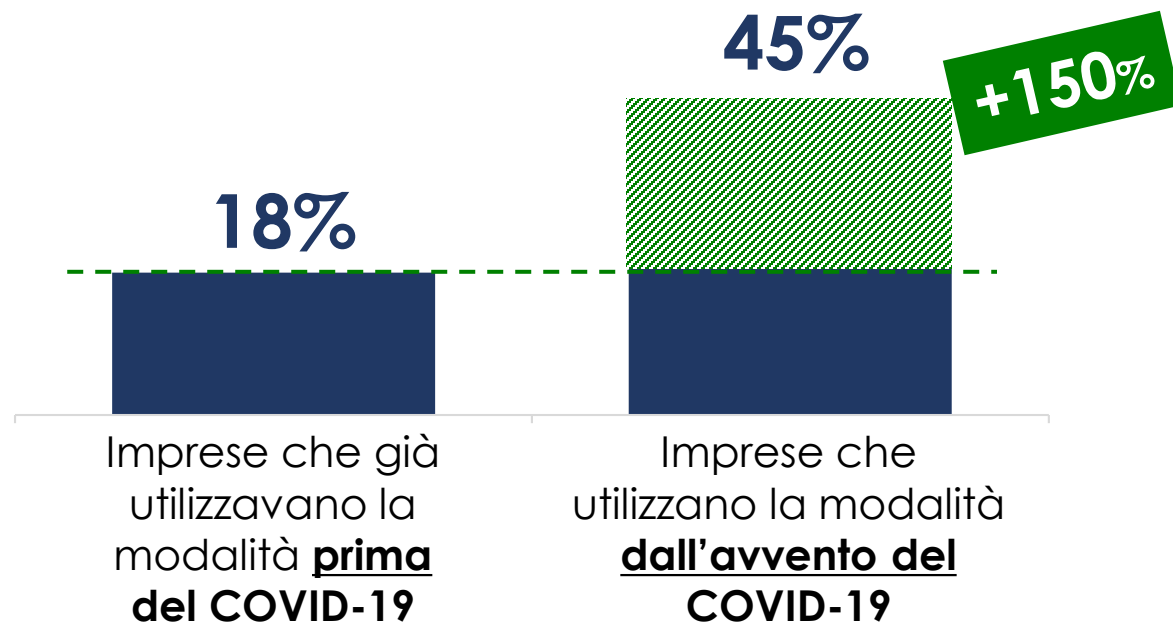
La Sua impresa ha attivato nuove modalità operative di erogazione del servizio e/o impiego di nuovi canali commerciali per fare fronte all'emergenza sanitaria?



E.Commerce (su sito di proprietà)



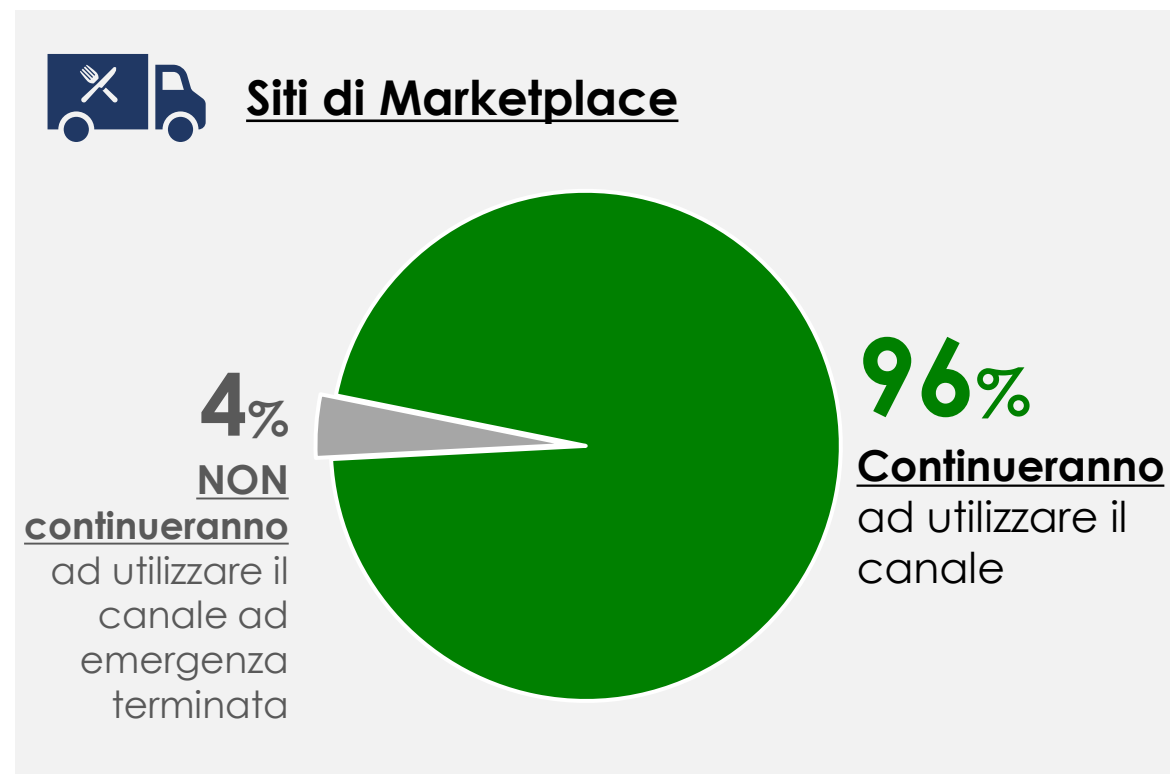
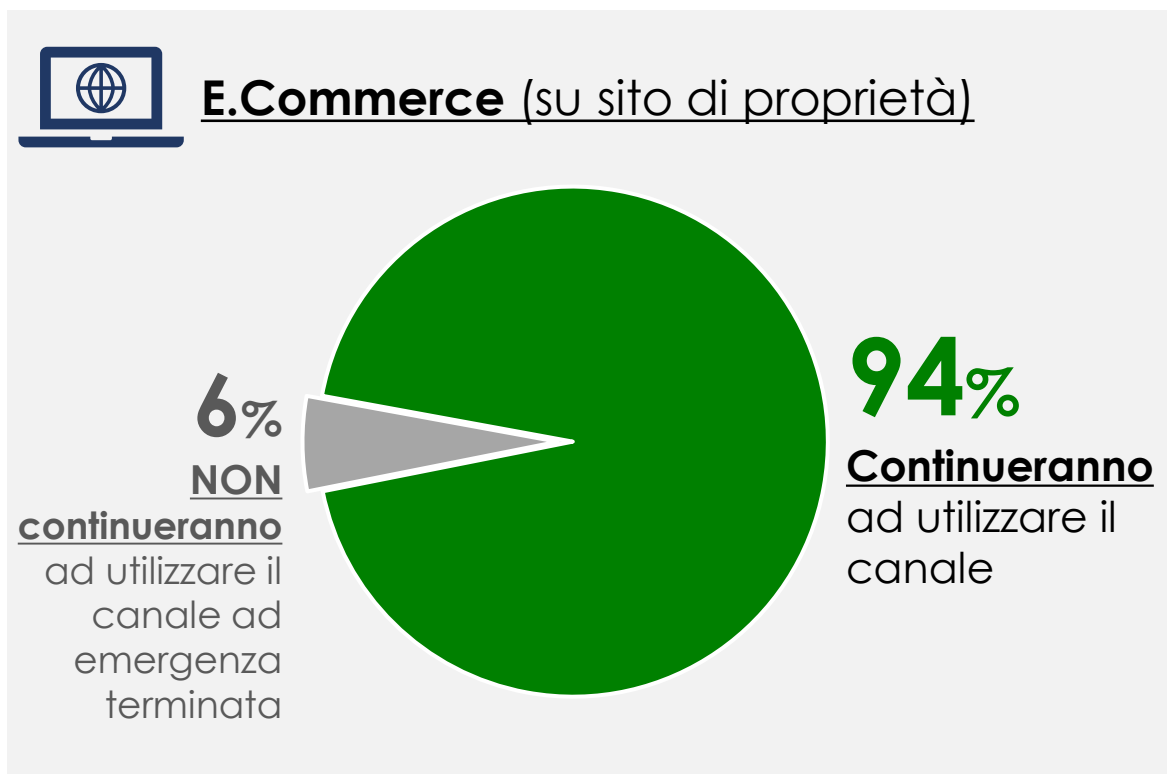
Siti di Marketplace



Base campione: 90 casi. I dati sono riportati all'universo.

Impatto sui modelli di business | Le imprese del settore non intendono tornare indietro e i cambiamenti dei modelli di offerta saranno mantenuti in modo strutturale: il 94% continuerà ad utilizzare l'e-commerce, il 96% la vendita su siti di marketplace.

Ritiene che le soluzioni adottate potrebbero restare "permanenti" anche dopo il termine dell'emergenza sanitaria?



Base campione: Esclusivamente le imprese che utilizzano il canale dell'e-commerce. I dati sono riportati all'universo.

Canali di distribuzione | Si attenuano gli squilibri provocati dalla pandemia tra i vari canali di distribuzione: risale il settore Horeca, si contraggono quello della GDO e l'e-commerce.

Come sono ripartite, in % sul totale delle vendite, quelle destinate a ciascun canale di distribuzione?

	...PRE COVID	...POST COVID	I trim 21
GDO	38%	32%	44%
HO.RE.CA	56%	33%	18%
E-COMMERCE	6%	35%	38%
TOTALE	100%	100%	

Canali di vendita | Anche la composizione delle vendite muta e risente meno dell'effetto pandemia: crolla dal 23% al 7% la quota parte proveniente dalla vendita di alcol puro (disinfettanti utilizzati dai consumatori per la sanificazione).

Sul totale delle vendite della Sua impresa, in percentuale quante sono destinate al consumo tradizionale di distillati e quante per il consumo di alcol puro (disinfettanti o soluzioni idroalcoliche per l'igienizzazione)?



ALCOL TRADIZIONALE

93%

(era 77% nel I
trim '21)



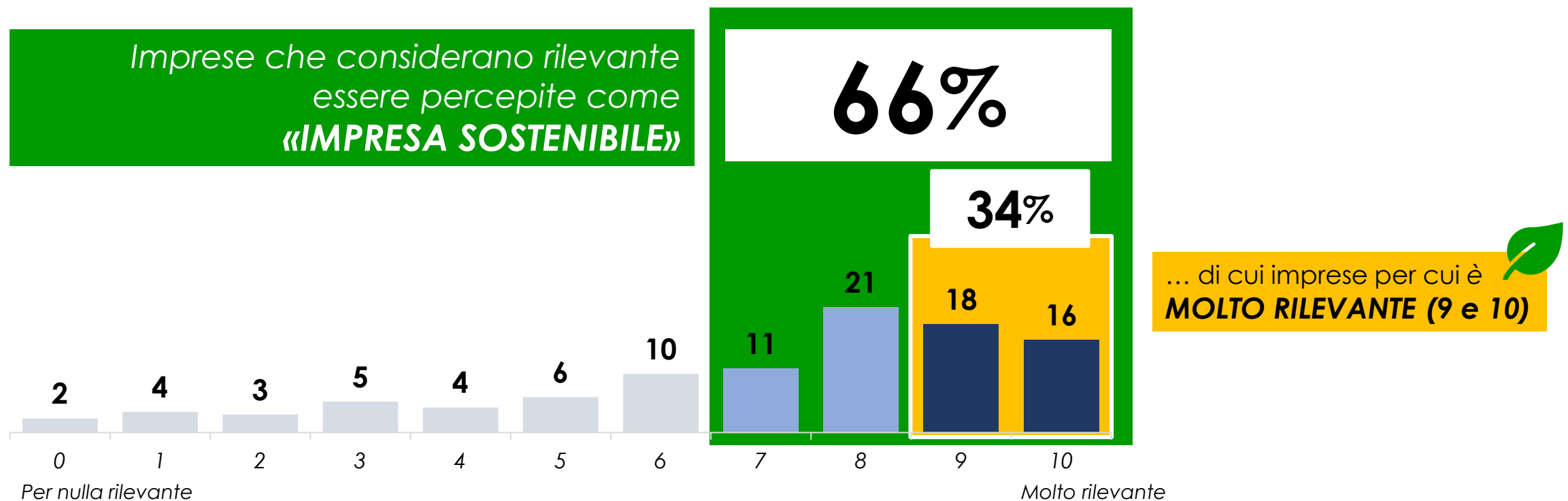
ALCOL PURO (disinfettanti)

7%

(era 23% nel I
trim '21)

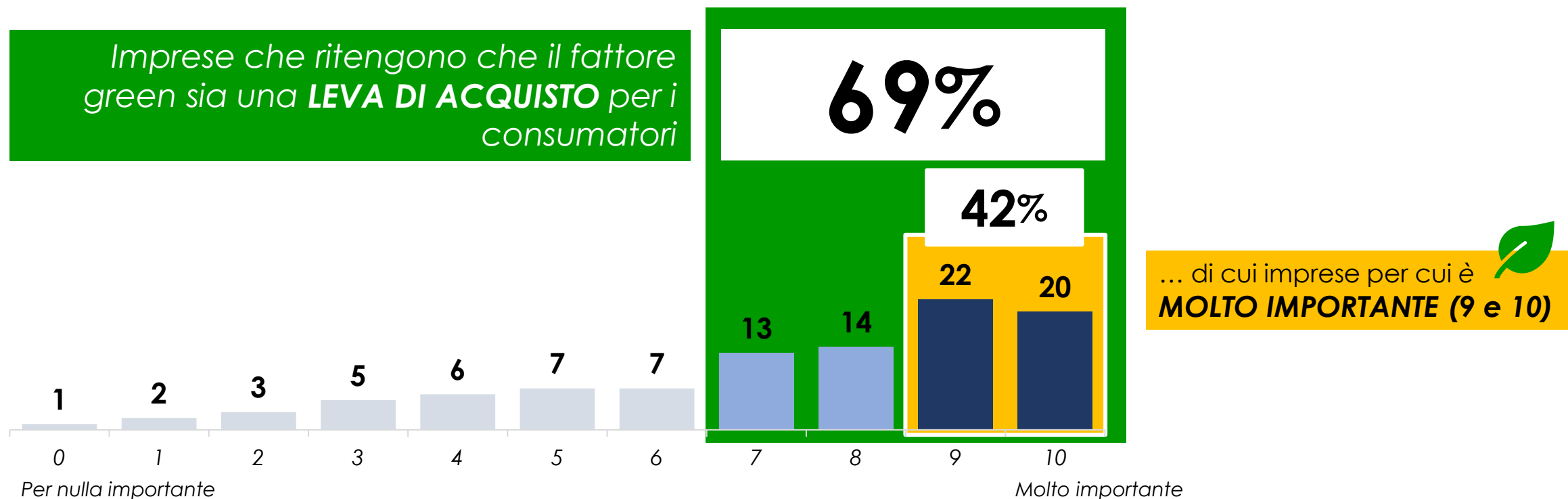
Importanza della sostenibilità | Le imprese hanno a cuore l'essere percepite come «sostenibili»: lo confermano due imprese ogni tre e per una su tre è di fondamentale importanza.

Su una scala da 0 a 10, quanto considera rilevante per la Sua impresa essere percepita come “impresa sostenibile”?



Influenza del green nelle decisioni di acquisto | Il 69% delle imprese crede che i consumatori attribuiscono importanza al fattore green in fase di acquisto. Per il 42% sarebbe un aspetto determinante in fase di acquisto.

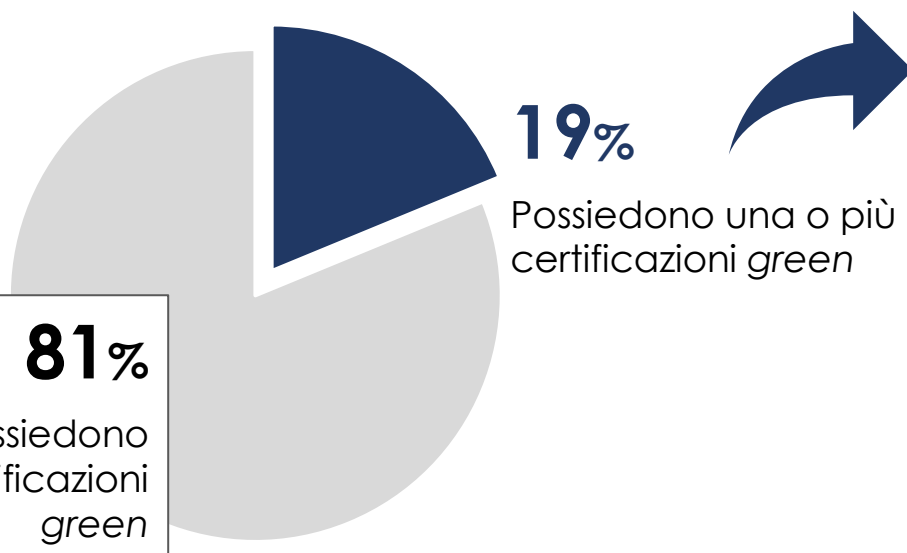
A Suo avviso, il fatto che un prodotto sia “green” – cioè realizzato perseguendo politiche di riduzione di impatto ambientale - quanto incide sulla decisione di un consumatore di acquistare un prodotto rispetto ad un altro?



Certificazioni green | Circa una impresa ogni cinque dichiara di possedere almeno una certificazione «sostenibile»: per oltre la metà dei casi si tratta di certificazioni Iso per la Qualità.

La sua impresa è in possesso di una o più certificazioni “sostenibili” (ovvero certificazioni che attestano che l'impresa opera in maniera sostenibile ovvero riducendo il più possibile il proprio impatto sull'ambiente)?

IMPRESE IN POSSESSO DI UNA O PIÙ CERTIFICAZIONI “SOSTENIBILI”



CERTIFICAZIONI “SOSTENIBILI” POSSEDUTE DALLE IMPRESE DEI DISTILLATI

ISO 9001 per la Qualità



58%

ISO 50001 per l'Energia



31%

ISO 14001 per l'Ambiente



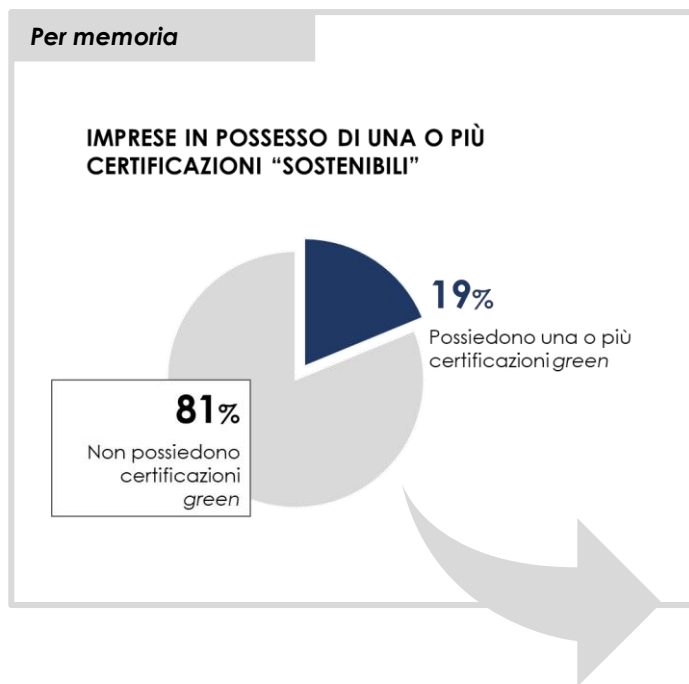
22%

Dati a bassa significatività statistica a causa dell'esigua numerosità campionaria.

Certificazioni green | Il 10% delle imprese non ancora in possesso di una certificazione green sostiene che se ne doterà entro il 2021: si tratterà prevalentemente di dichiarazioni di tipo ambientale.

La Sua impresa intende dotarsi di certificazioni “sostenibili” nei prossimi due anni (2020-2021)?

(Solo chi non è in possesso di una certificazione “sostenibile”)



10%
le imprese che intendono dotarsi di certificazioni sostenibili nel biennio 2020-2021

CERTIFICAZIONI “SOSTENIBILI” DI CUI LE IMPRESE INTENDONO DOTARSI NEL BIENNIO 2020-2021

Dichiarazioni ambientali **55%**

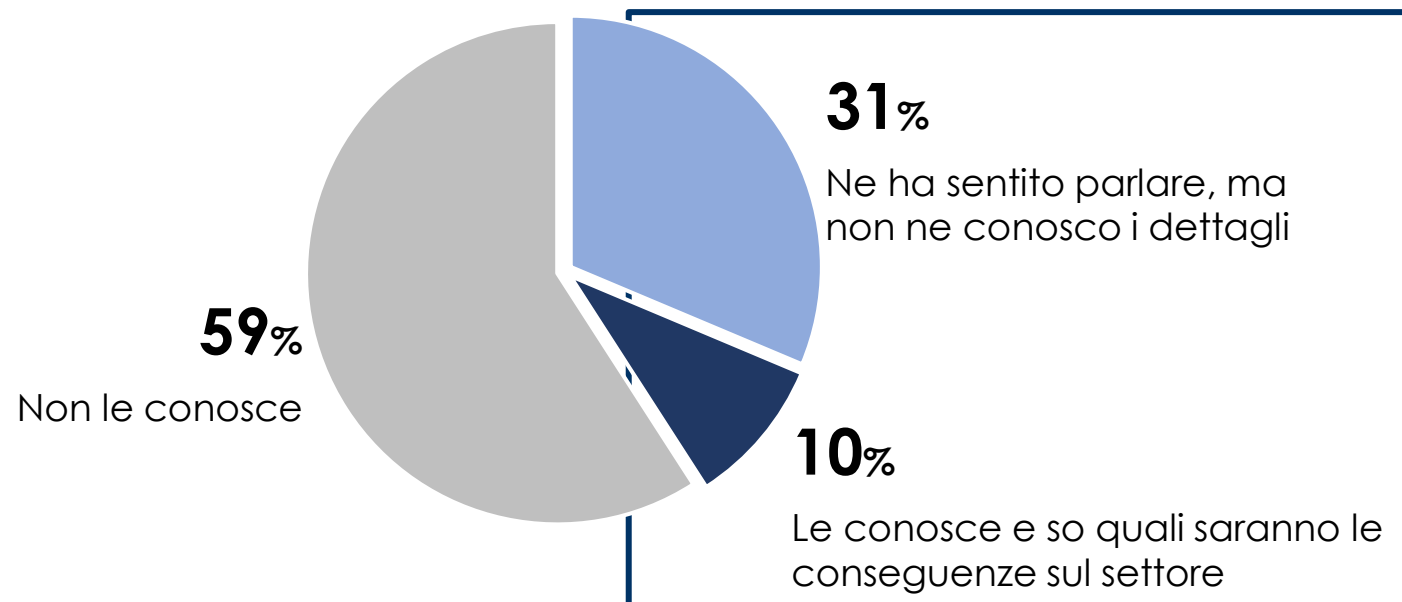
Certificazioni ambientali ISO **33%**

Certificazioni di prodotto **13%**

Dati a bassa significatività statistica a causa dell'esigua numerosità campionaria.

Politiche europee sulla sostenibilità | Circa due imprese su cinque hanno sentito parlare delle politiche europee sulla sostenibilità, ma a ritenersi informata anche in merito alle conseguenze sul settore è una impresa su 10.

Lei è a conoscenza delle politiche europee sulla sostenibilità (ad esempio: Farm-2-fork; Green Deal) e delle conseguenze che queste implicano sul futuro delle imprese del Suo settore? ?



41%

Le imprese che – a diversi livelli di intensità – sono a conoscenza delle politiche europee sulla sostenibilità

Impatti delle politiche green | Le comunicazioni sull'essere green e per migliorare l'impronta ecologica.

Negli ultimi due anni (2019-2020), sia pure in grandi linee, la Sua impresa ha realizzato investimenti... ?

Investimenti in azioni di comunicazione che evidenziano la natura sostenibile e circolare della produzione



26% Hanno investito in azioni di comunicazione «green»

30% Non hanno investito, ma lo faranno nel 2021-2022

43% Non hanno investito e NON lo faranno nel 2021-2022

Investimenti per migliorare la propria "impronta ecologica"



25% Hanno investito in azioni di comunicazione «green»

36% Non hanno investito, ma lo faranno nel 2021-2022

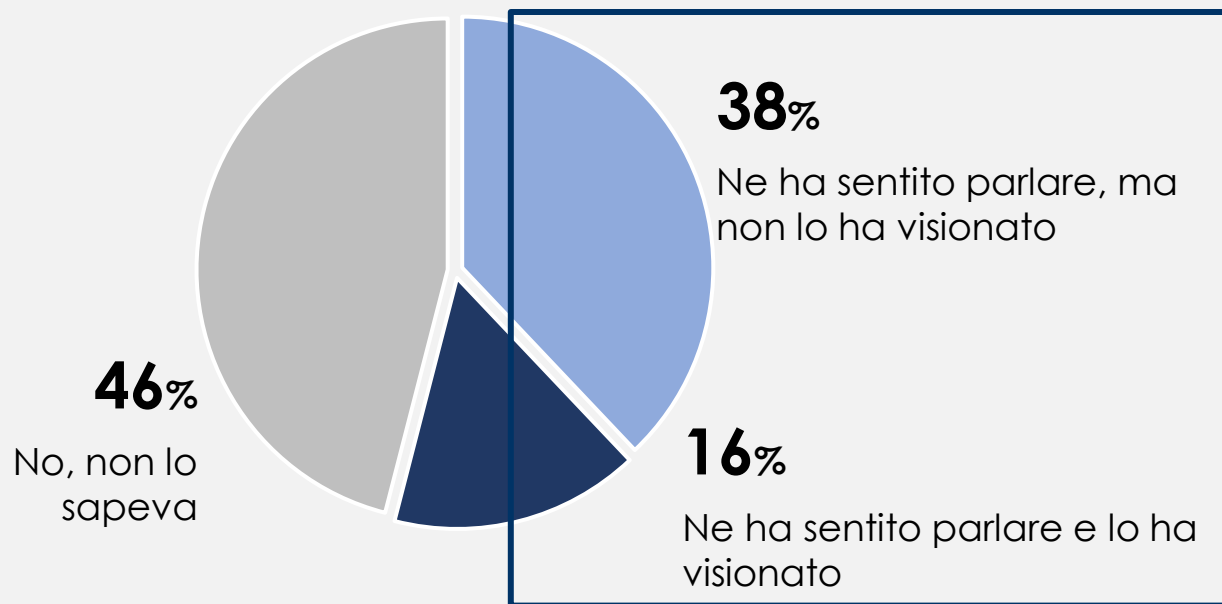
38% Non hanno investito e NON lo faranno nel 2021-2022

Bilancio sostenibilità di Assodistil | Il 54% delle imprese è a conoscenza del fatto che Assodistil abbia redatto il Bilancio di Sostenibilità 2020 e il 36% sarebbe interessato a prendervi parte nella prossima edizione.

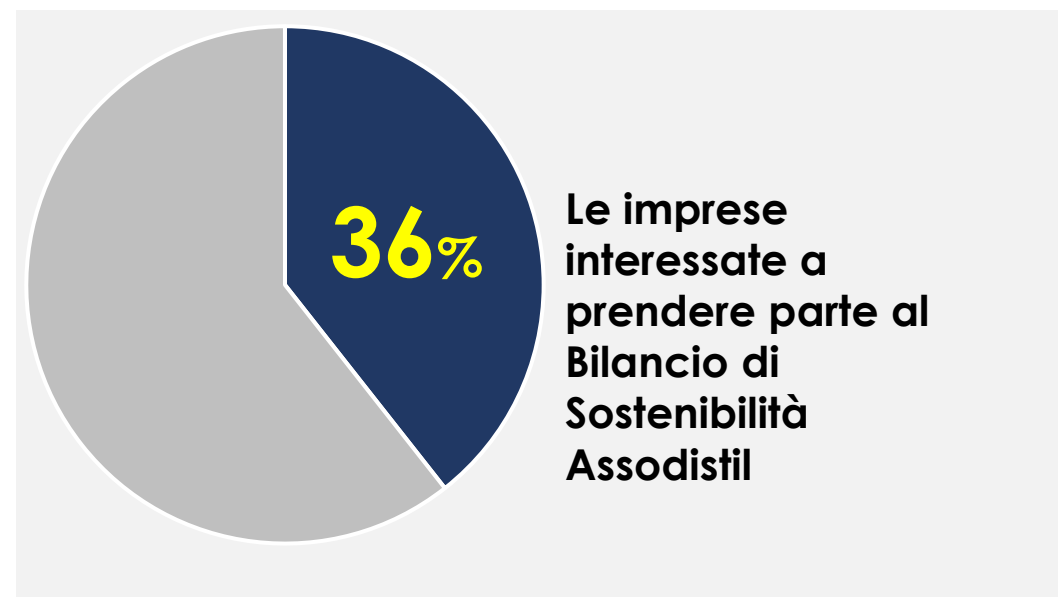
Lei è a conoscenza del fatto che Assodistil ha redatto il Bilancio di Sostenibilità per il 2020?

54%

Le imprese a conoscenza del fatto che Assodistil abbia redatto il Bilancio di Sostenibilità 2020



La Sua impresa potrebbe essere interessata a prendere parte alla prossima edizione del Bilancio di Sostenibilità di Assodistil?

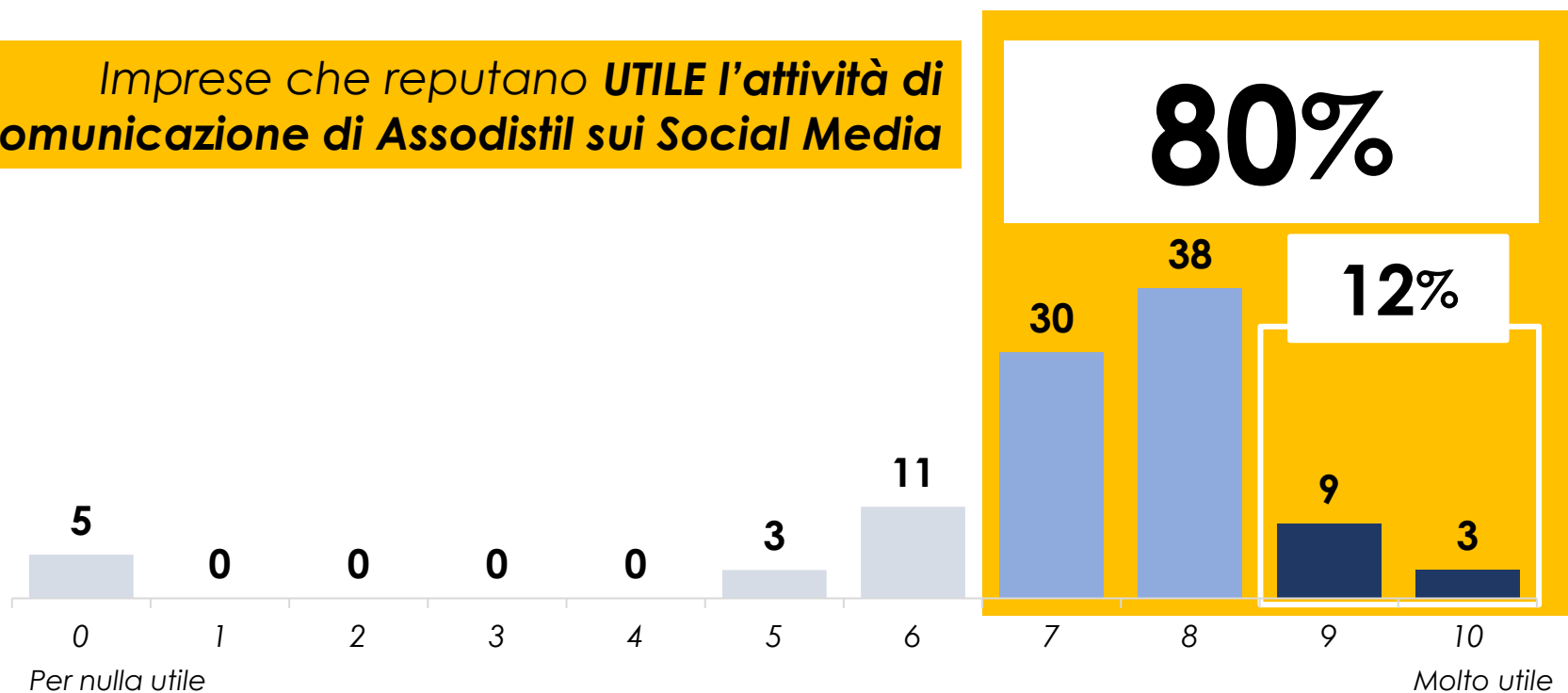


Base campione: 90 casi. I dati sono riportati all'universo.

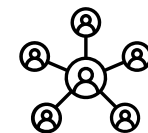
Comunicazione di Assodistil | L'80% delle imprese reputa utile per la sua attività la comunicazione di Assodistil sui Social Media. Il 12% ritiene che sia molto importante.

Utilizzando una scala da 0=per nulla a 10=molto, quanto reputa utile per la Sua impresa l'attività di comunicazione di Assodistil sui Social Media (Facebook, LinkedIn, Instagram)?

Imprese che reputano **UTILE** l'attività di comunicazione di Assodistil sui Social Media

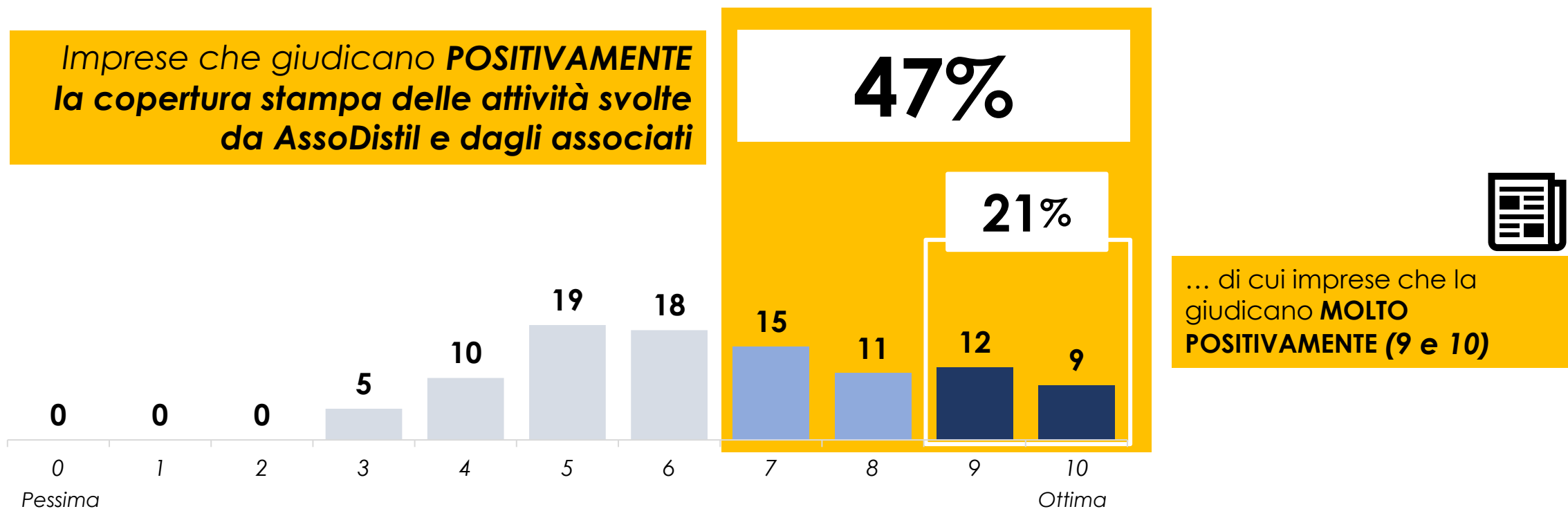


... di cui imprese per cui è **MOLTO UTILE (9 e 10)**



Copertura stampa Assodistil | La copertura stampa delle attività svolte da AssoDistil e dagli associati è giudicata positivamente dal 47% delle imprese: il 21% esprime un giudizio molto positivo.

Utilizzando una scala da 0=pessima a 10=ottima, come reputa la copertura stampa delle attività svolte da AssoDistil e dagli associati?



Metodo | Scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

Assodistil

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sull'andamento economico delle imprese dell'industria dei distillati.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane dell'industria dei distillati. Domini di studio del campione: Area geografica (Nord Ovest, Nord Est, Centro / Sud), Dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, oltre 49 addetti).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 90 casi (90 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 121 (38%); «rifiuti»: 105 (33%); «sostituzioni»: 226 (72%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 10,2\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 4 ottobre al 14 ottobre 2021.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della "Legge sulla Privacy" (D.lgs n. 196/03).

DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani

Dott. Daniele Serio

Dott.ssa Barbara Di Cosimo.

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2021 © Copyright Format Research Srl



Format Research s.r.l.
Via Ugo Balzani 77, 00162 Roma, Italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

www.formatresearch.com
Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS

Format Business Intelligence s.r.l.
Via Sebastiano Caboto 22/a, 33170 Pordenone, Italia
format@pec.formatbusinessintelligence.com
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.