











# Osservatorio sull'industria dei distillati

Presentazione

Roma, 15 settembre 2022 (21305da/P02)

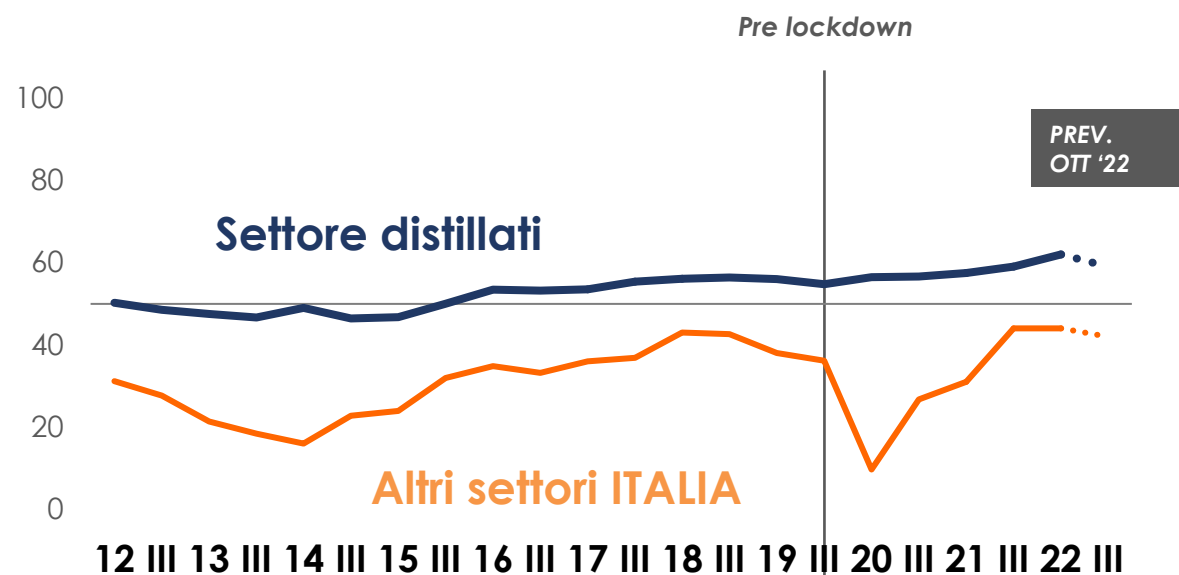
# Agenda

-  *Ricavi*
-  *Inflazione e aumento dei costi dell'energia*
-  *Credito e investimenti*
-  *Internazionalizzazione*
-  *Impatto sulle strategie aziendali*
-  *Sostenibilità*
-  *La crisi internazionale*
-  *Metodo*

# Andamento dei ricavi | L'andamento dei ricavi continua la sua crescita e fa registrare nell'ultimo semestre un indice pari a 62, ma l'incertezza frena le previsioni che, anche per i ricavi, sono viste in calo.

## RICAVI (DISTILLATI vs ALTRI SETTORI)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



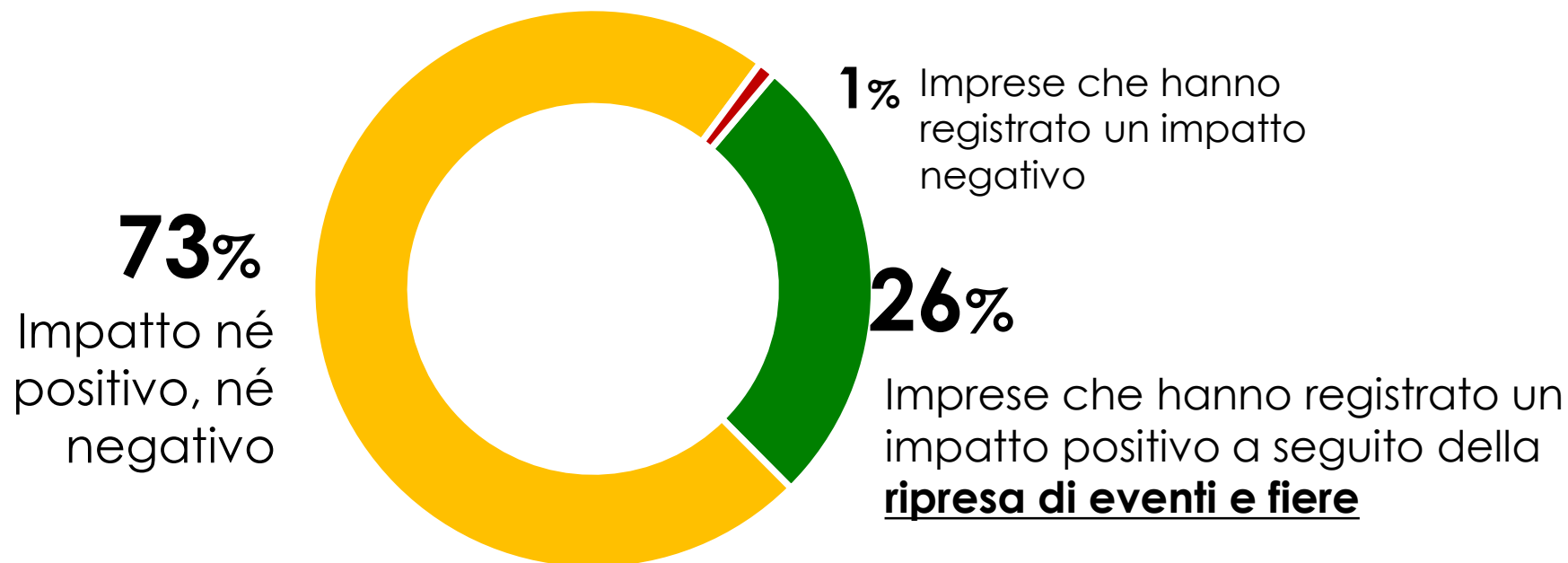
## Ricavi

	DISTILLATI			INDICE	ALTRI 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	31
2021 III	19%	80%	1%	59	44
2022 I	30%	64%	6%	62	44
2022 III				59	42

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.**

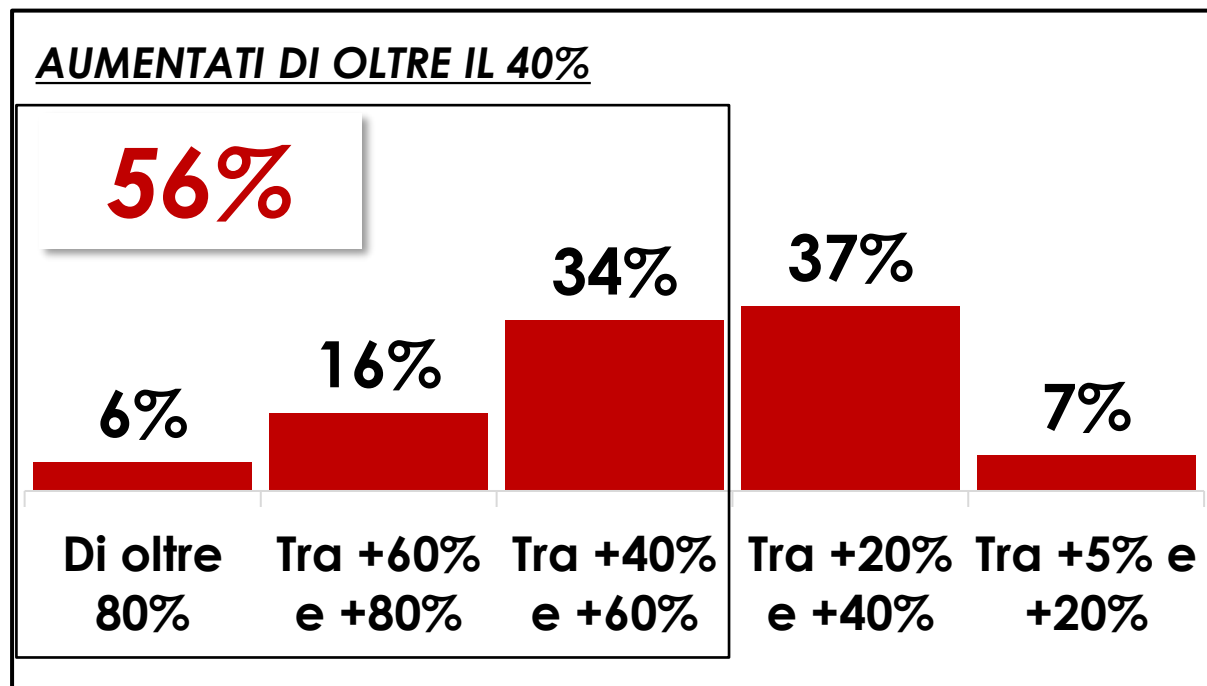
## Misure anticrisi | La ripresa degli eventi pubblici e delle fiere ha impattato positivamente sul 26% delle imprese dei distillati.

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?



# Prezzi fornitori | Oltre la metà delle imprese del settore lamenta un incremento dei prezzi dei servizi di energia elettrica e gas superiore al 40%. A conferma del trend negativo i prezzi sono ulteriormente aumentati.

I prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori di SERVIZI DI ENERGIA ELETTRICA E DI RISCALDAMENTO, negli ultimi tre mesi, rispetto al trimestre precedente, sono...? (DATI DI APRILE 2022)



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

## Extra costi energia GIUGNO-AGOSTO 2022:

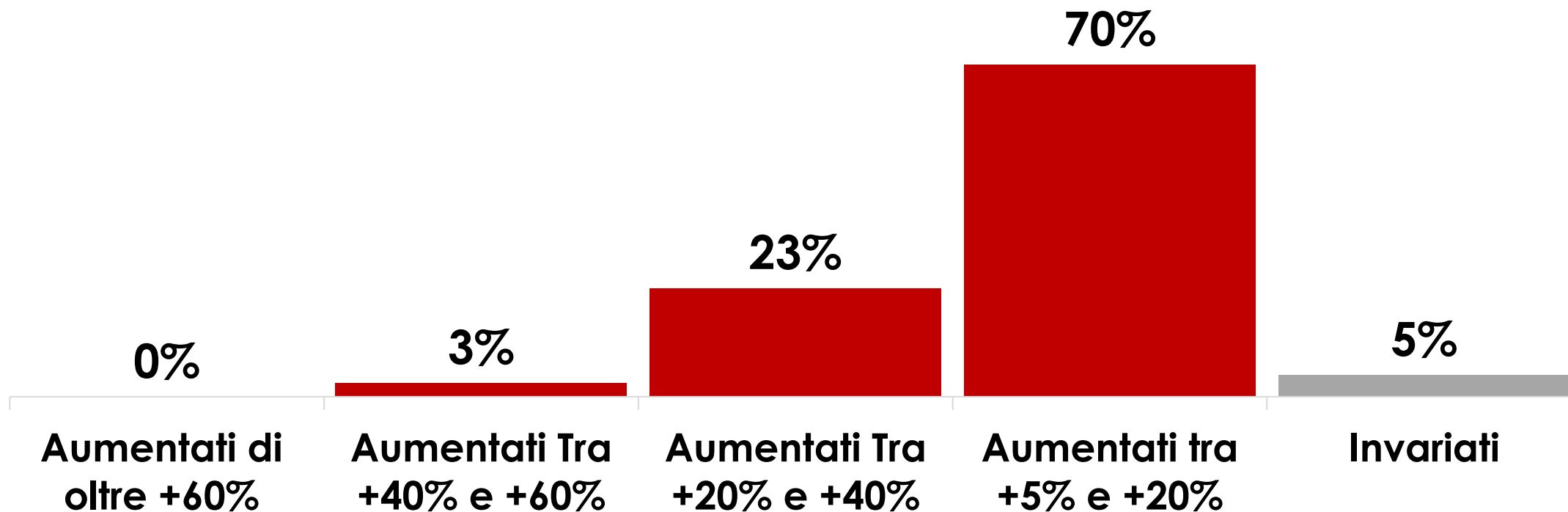
	GIU '22	AGO '22	% di AUMENTO
Costo medio elettricità Mwh	213,5 € / Mwh	605,2 € / Mwh	<b>+183,48%</b>
Costo medio GAS Mwh	85,6 € /Mwh	280,2 € /Mwh	<b>+227,56%</b>

MWh: Megawattora

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Confcommercio Imprese per l'Italia.

## Prezzi fornitori | Il 95% delle imprese dei distillati lamenta anche un aumento dei costi delle materie prime, oltre un'impresa su quattro ha dovuto registrare rincari superiori al +20%.

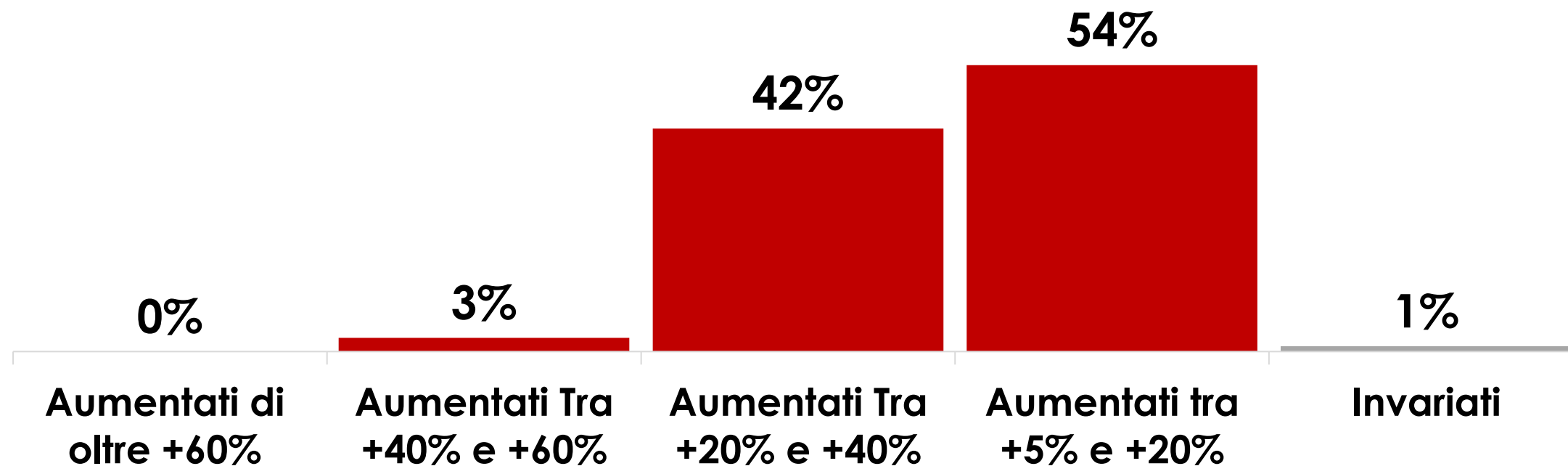
I prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori per le MATERIE PRIME, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, sono...? (DATI DI APRILE 2022)



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

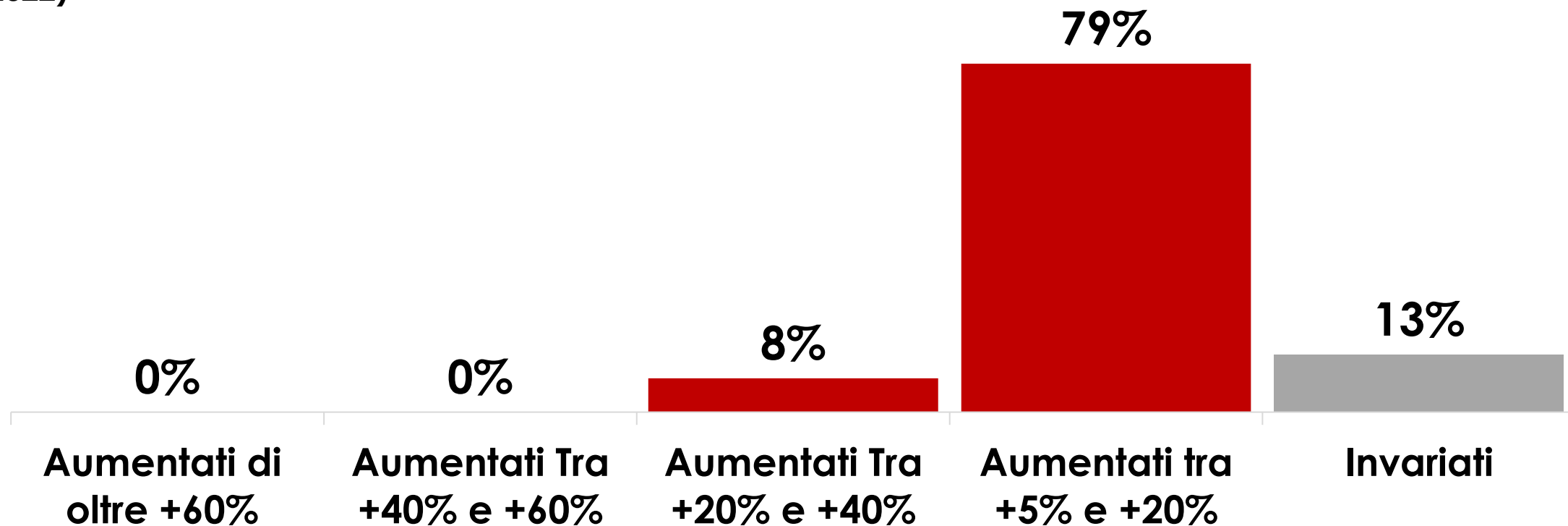
**Prezzi fornitori | Le imprese dei distillati si trovano a fronteggiare rincari anche sui prezzi delle materie sussidiarie, in questo caso i prezzi sono cresciuti di oltre il +20% per quasi la metà delle imprese intervistate.**

I prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori per LE MATERIE SUSSIDIARIE, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, sono...? (DATI DI APRILE 2022)



**Prezzi fornitori | A pesare sulle imprese, oltre all'aumento dei costi energetici e delle materie prime, sono anche i costi praticati dai fornitori della logistica, l'87% dichiara che sono aumentati, seppure in misura più contenuta rispetto ai costi di energia e materiali (per il 79% i rincari sono tra il 5% e il 20%).**

I prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori facendo riferimento alla LOGISTICA, TRASPORTI, MAGAZZINAGGIO, IMBALLAGGI, etc. negli ultimi tre mesi, rispetto al trimestre precedente, sono...? **(DATI DI APRILE 2022)**



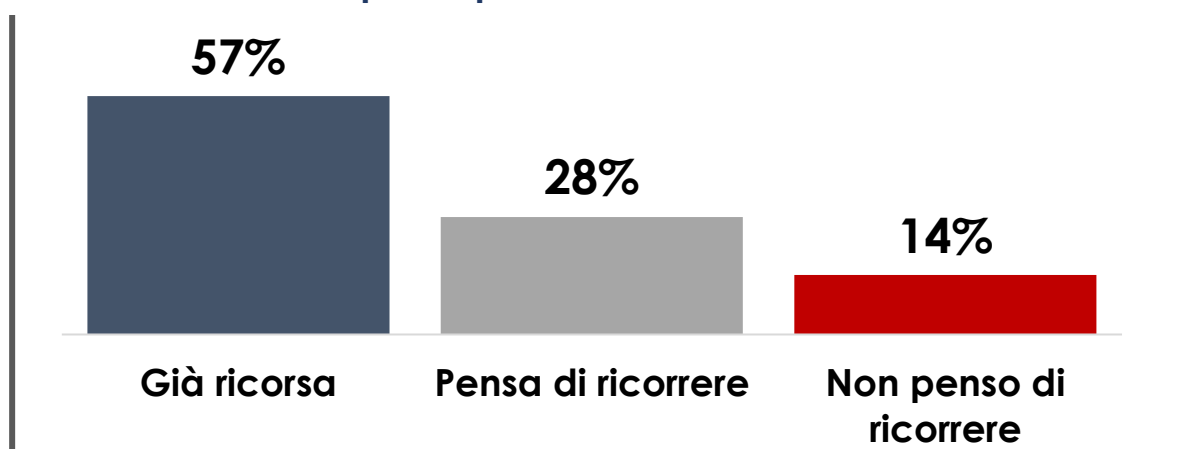
Base campione: 90 casi. I dati sono riportati all'universo.



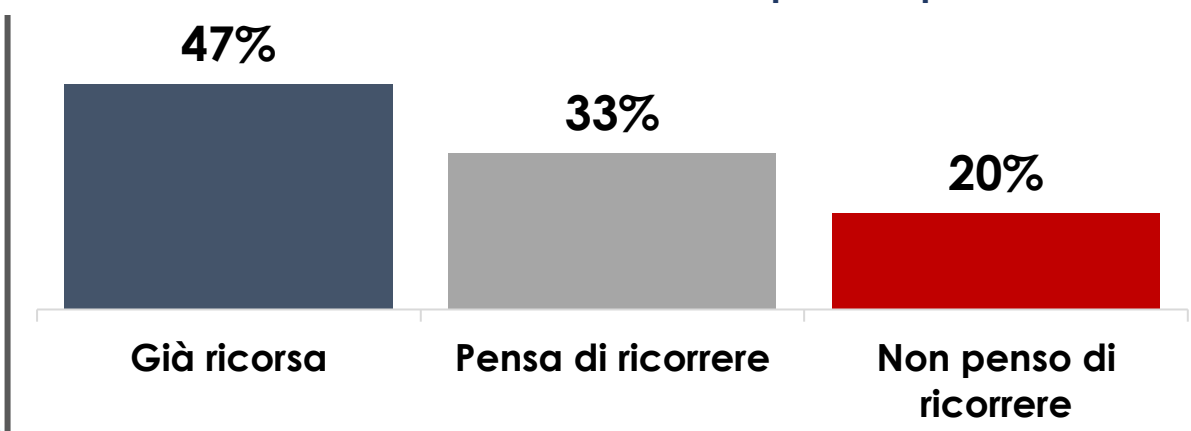
# Misure per contrastare l'aumento dei prezzi | Al fine di contrastare l'effetto dei rincari l'86% delle imprese dei distillati hanno rivisto o prevedono di rivedere al rialzo i prezzi praticati, mentre l'80% di queste ha valutato o sta valutando nuovi fornitori.

Al fine di contrastare l'effetto degli aumenti registrati, a quali misure è ricorsa la Sua impresa e quali sono quelle a cui pensa di ricorrere nel corso del 2022?

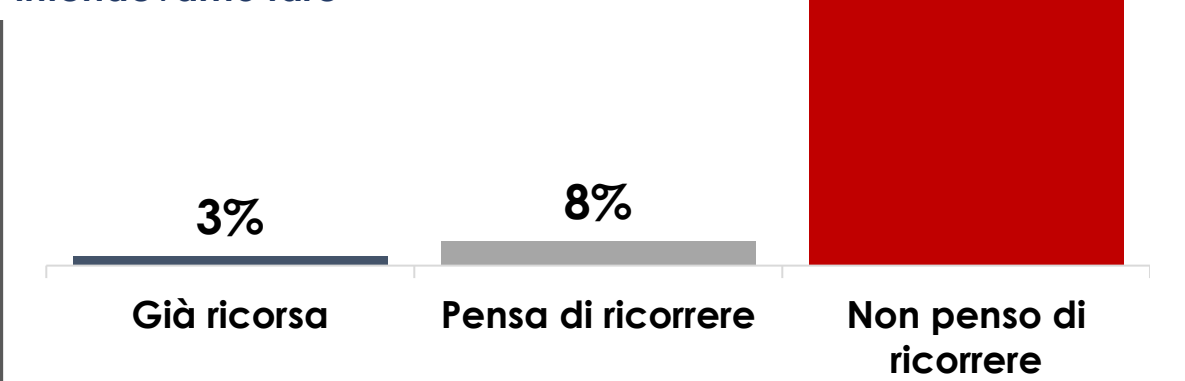
### Rivedere al rialzo i prezzi praticati



### Valutare nuovi fornitori economicamente più competitivi

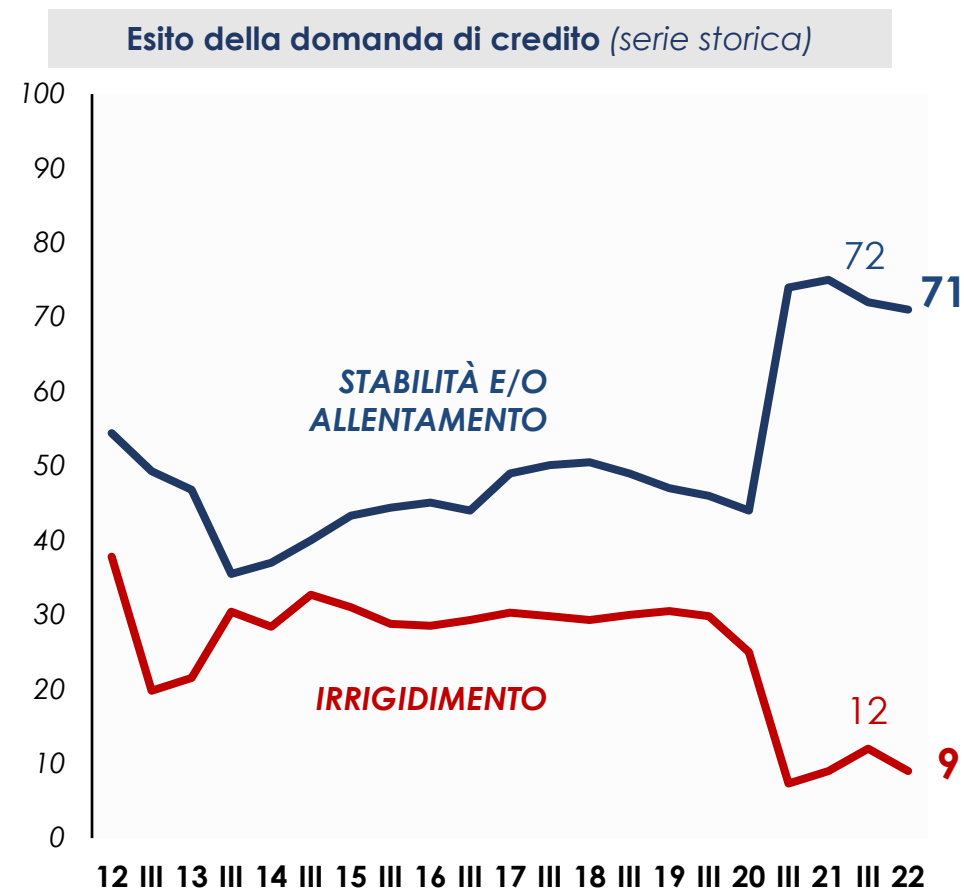
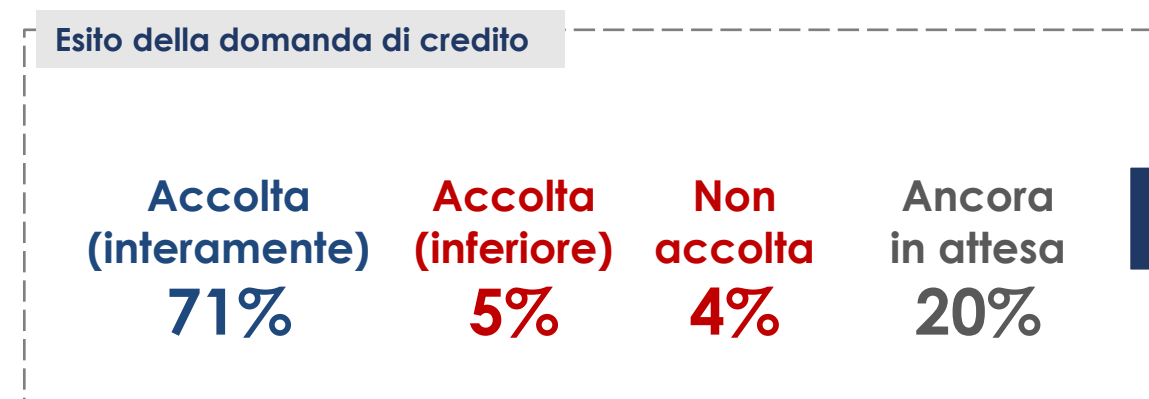
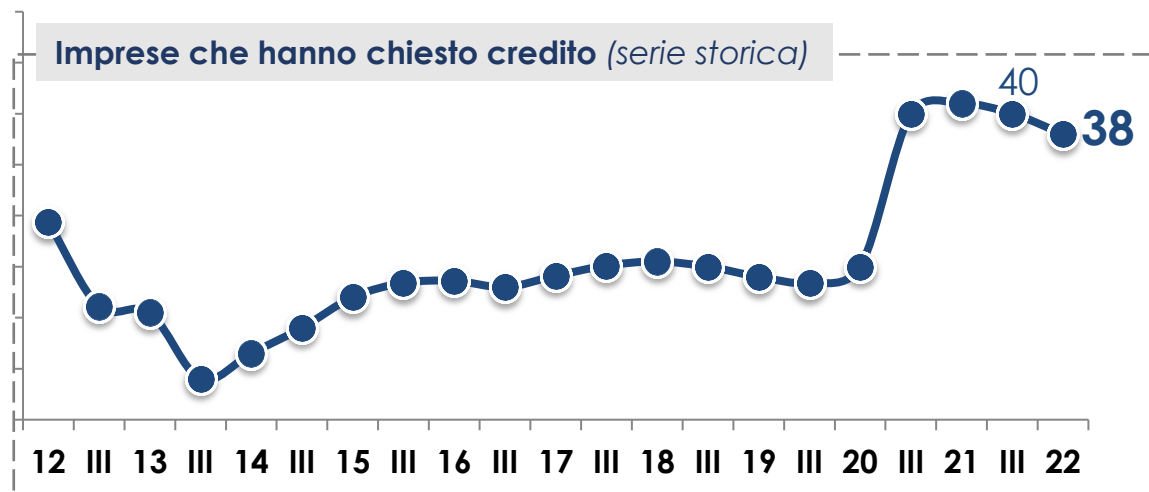


### Rinunciare ad effettuare delle assunzioni che intendevamo fare



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

**Credito** | Rimane alta, sebbene in ulteriore lieve flessione, la quota delle imprese che si sono rivolte alle banche per ottenere credito: il 38% lo ha fatto richiesta per un finanziamento e tra questi, nel 71% dei casi l'operazione è andata a buon fine.



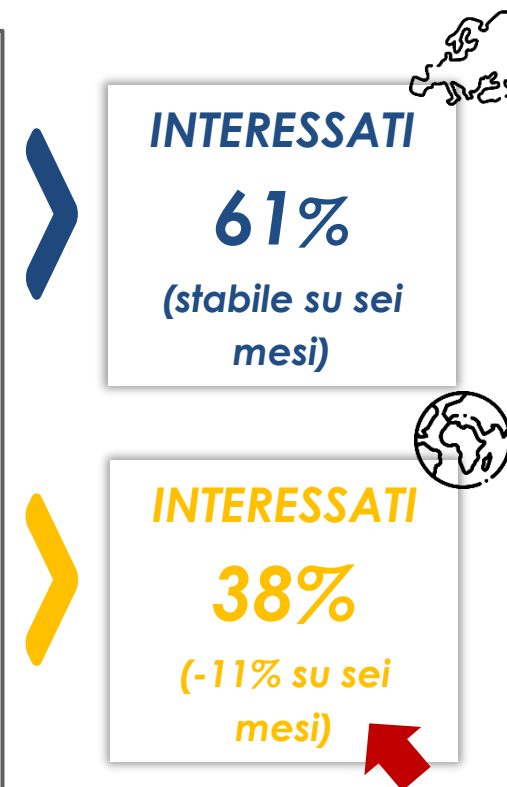
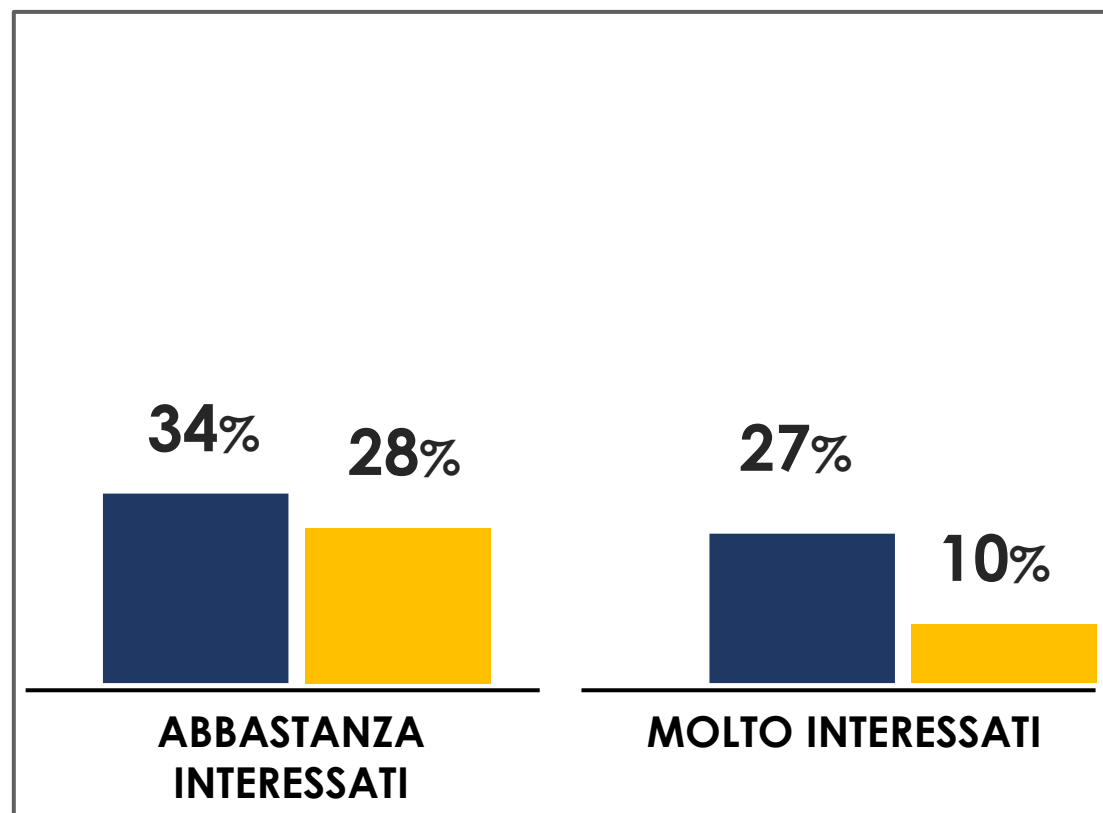
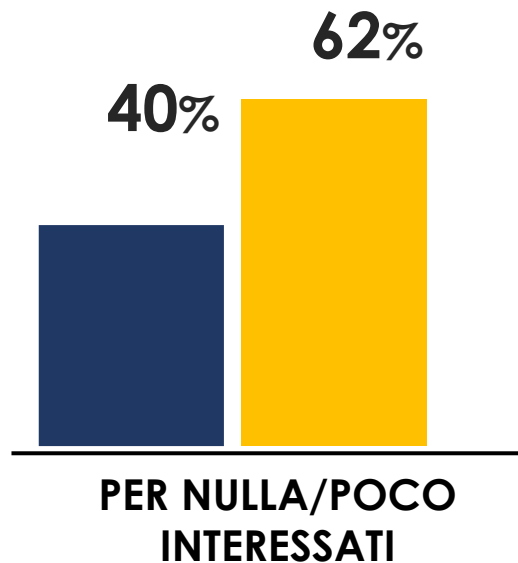
**Base campione:** 90 casi. **Testo della domanda:** A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi tre mesi? 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.**

# Eventi promozionali | In diminuzione la quota di imprese che sono interessate a un piano di eventi promozionali con l'obiettivo di far conoscere i propri prodotti nei paesi extra UE (-11%) mentre si mantiene stabile l'interesse per i Paesi UE (61%).

In una scala da 0 a 10, quanto troverebbe interessante un piano di eventi promozionali destinati ad operatori commerciali ed istituzioni locali con l'obiettivo di far conoscere i suoi prodotti ai consumatori?

...NELL'UNIONE EUROPEA 

...IN EUROPA EXTRA UE 



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

# Impatto sulle strategie aziendali | La pandemia ha reso necessario un riassetto strategico delle imprese del settore, principalmente l'introduzione/ potenziamento dell'e-commerce (66%), si è assistito anche a riposizionamenti su nuovi mercati geografici (per il 37%) e verso nuovi segmenti di mercato (32%).

A due anni dall'inizio della pandemia, quali sono le principali innovazioni di carattere strategico che la sua impresa ha messo in atto o intende mettere in atto per adeguarsi ai mutamenti socioeconomici che ne sono derivati?

Operare un riposizionamento del brand collocandosi in una diversa nicchia di mercato e/o puntando a nuovi target group di consumatori

**32%**

inserita + intende inserire

Innovazione  
'certamente'  
permanente per il  
**100%** delle imprese

Intraprendere o intensificare le vendite attraverso l'E-COMMERCE

**66%**

inserita + intende inserire

Innovazione  
'certamente'  
permanente per il  
**94%** delle imprese

Operare dei cambiamenti circa i mercati di riferimento (es. aggredito nuovi mercati o, abbandonato alcuni altri)

**37%**

inserita + intende inserire

Innovazione  
'certamente'  
permanente per il  
**57%** delle imprese

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

## Impatto sulle strategie aziendali | Altre innovazioni hanno riguardato la diversificazione della produzione inserendo prodotti non alimentari (20%) e nuove referenze ad uso alimentare (14%).

A due anni dall'inizio della pandemia, quali sono le principali innovazioni di carattere strategico che la sua impresa ha messo in atto o intendere mettere in atto per adeguarsi ai mutamenti socioeconomici che ne sono derivati?

Diversificare le produzioni inserendo o aumentando la produzione di prodotti non alimentari (alcol denaturato, bioetanolo, fertilizzanti, mangimi, etc.)

**20%**

inserita + intende inserire

Innovazione  
'certamente'  
permanente per il  
**79%** delle imprese

Diversificare le produzioni inserendo o aumentando la produzione e la vendita di nuove referenze di prodotti distillati ad uso alimentare

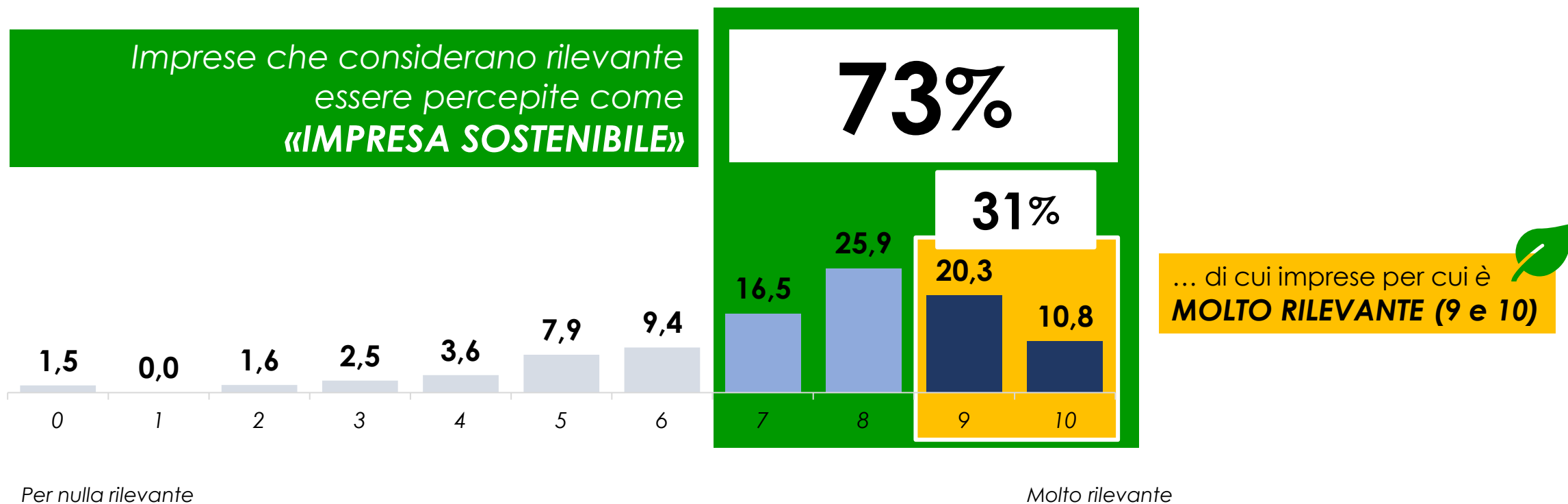
**14%**

inserita + intende inserire

Innovazione  
'certamente'  
permanente per il  
**85%** delle imprese

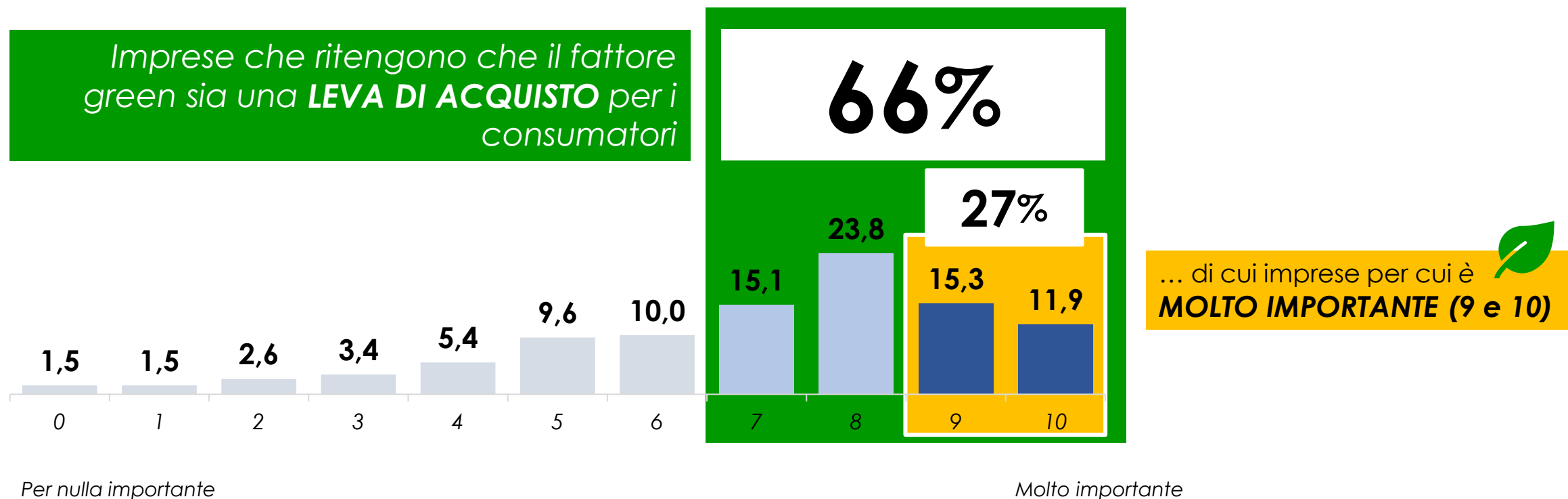
# Importanza della sostenibilità | Quasi tre imprese su quattro (il 73%) hanno a cuore l'essere percepite come «sostenibili», per una su tre è di fondamentale importanza.

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 | Due imprese su tre sono convinte che i consumatori attribuiscono una certa importanza al fattore green in fase di acquisto. Per il 27% si tratterebbe di 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?

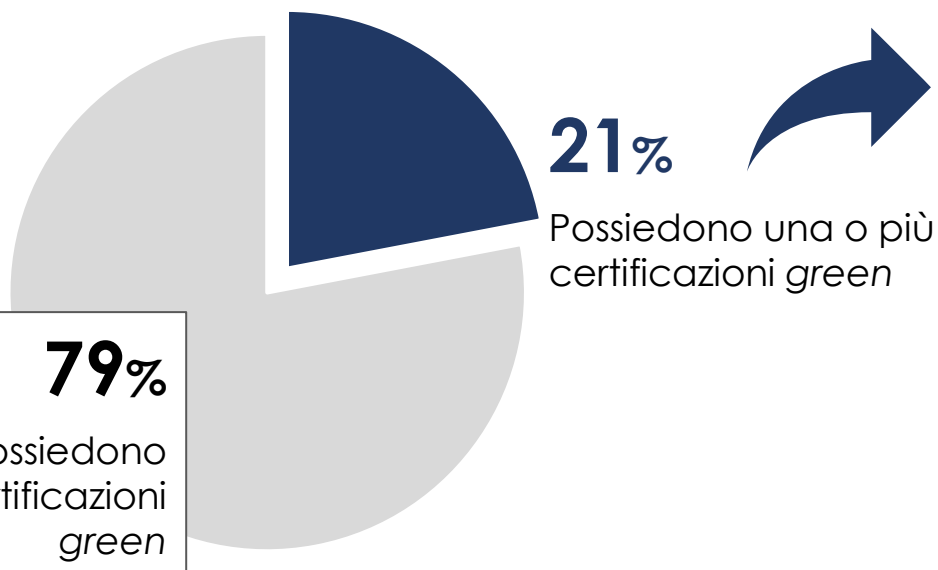


Base campione: 90 casi. I dati sono riportati all'universo.

# Certificazioni green | Il 21% delle imprese dichiara di possedere almeno una certificazione «sostenibile»: tra questi il 58% possiede la certificazione ISO per la Qualità e il 57% ISO per l'ambiente.

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 14001 per l'Ambiente



57%

ISO 50001 per l'Energia



33%

SA 8000 per la Responsabilità Sociale



26%

Bilancio di sostenibilità



10%

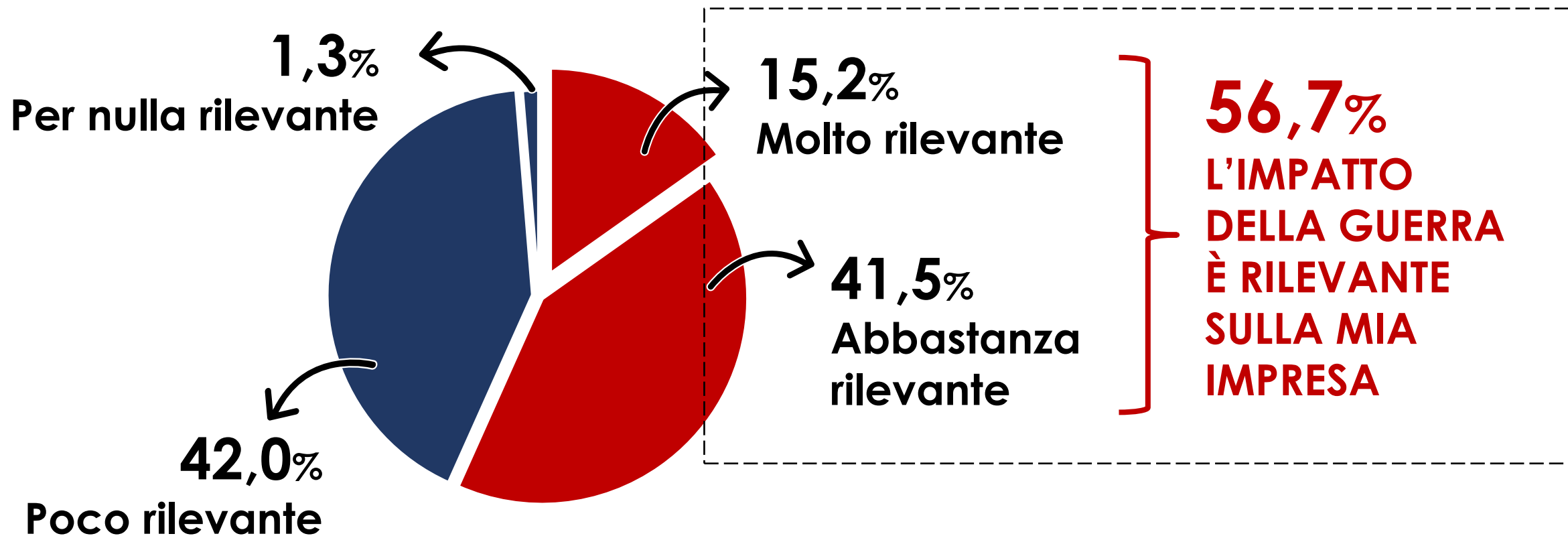
Dati a bassa significatività statistica a causa dell'esigua numerosità campionaria.

Base campione: 18 casi. La somma delle risposte è diversa da 100 perché erano ammesse più risposte. I dati sono riportati all'universo.



**Impatto della crisi sulle imprese** | Nel complesso, il **56,7%** delle imprese italiane giudica «rilevante» il potenziale impatto della guerra in Ucraina in termini di effetti indiretti sulla propria attività.

Come giudica il possibile **impatto della guerra** in Ucraina sull'andamento della Sua impresa nel corso del 2022?



# Metodo | Scheda tecnica della ricerca.

## COMMITTENTE

Assodistil

## AUTORE

Format Research Srl ([www.formatresearch.com](http://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»: 131 (38%); «rifiuti»: 98 (30%); «sostituzioni»: 229 (68%). 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 aprile al 15 aprile 2022.

## 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.ssa Barbara Esposito

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.

2022 © Copyright Format Research Srl



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

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](mailto:info@formatresearch.com)  
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004  
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

[www.formatresearch.com](http://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](mailto:format@pec.formatbusinessintelligence.com)  
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939  
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.