

# Bibite e alcolici verso la ripresa I liquori di lusso guidano il mercato

Il settore ha accusato il calo dei consumi in bar e ristoranti a causa del Covid, ma il 2021 è iniziato con segnali positivi. Forti differenze nei vari comparti: più colpita la birra, meno champagne e whisky

di **GIANLUCA BALDINI**



■ Per le società collegate alla produzione e vendita di cibo e bevande l'ultimo anno non è stato facile. A livello europeo l'indice Stoxx food & beverage si è mostrato nelle ultime posizioni per crescita. Il settore ha guadagnato il 14% contro una media del +36% dell'indice azionario europeo. Il 2021, però, si prospetta un anno positivo grazie alle riaperture. D'altronde, al di là della pandemia, tradizionalmente il food&beverage viene considerato un settore sicuro, ma il coronavirus ha sovvertito le regole. Alcuni consumi sono crollati poiché la chiusura forzata di bar, ristoranti, birrerie ed eventi ha fatto scendere per diversi mesi la domanda di birra, champagne, super alcolici e bibite. Allo stesso tempo, nel settore alimentare ci sono stati dei vincitori come dimostra La Doria, società salernitana fra i primi produttori europei di legumi conservati, pelati, polpa di pomodoro e sughi pronti.

Per le società che vendono bibite come Coca Cola e Pepsi o la birra il 2020 è stato terribile. Le vendite nette di Coca Cola sono diminuite dell'11% nel 2020. A ogni modo, il 2021

è partito comunque bene grazie al recupero nei consumi negli Stati Uniti. In particolare, il coronavirus ha colpito molto il settore delle birre riducendone le vendite globali del 10%. Ciononostante il più grande produttore di birra del mondo, Anheuser busch inbev, ha riportato un calo delle vendite nel 2020 inferiore al previsto (-3,7%) e ha affermato di aspettarsi numeri «significativamente» migliori quest'anno.

Allo stesso tempo, molti consumatori devono aver

kdown bevendo whisky e distillati vari: le vendite di Diageo, multinazionale inglese specializzata in alcolici, sono balzate dell'80% nel secondo semestre 2020.

Al contrario, l'italiana Campari ha visto gli utili quasi dimezzati nel 2020 con un calo consistente delle vendite (-17,4%), scontando il peso predominante del mancato consumo negli esercizi commerciali.

Anno molto negativo anche per lo champagne con

circa 100 milioni di bottiglie invendute dall'inizio del 2020. Se non altro il 2021 è partito molto bene a vedere i risultati della divisione Moët Hennessy (Dom Pérignon, Krug, Veuve Clicquot, Moët & Chandon), con vendite a +22% nel primo trimestre.

«Anche in questo settore di fatto esiste una "lega" dei produttori più blasonati e non sono da escludere operazioni di fusione e acquisizione», dice **Salvatore Gaziano**, direttore investimenti di Sol di expert scf, «Inoltre, que-

st'anno il recupero del settore è affidato nel breve al mercato inglese, che ne è fra i più grandi consumatori dopo la Francia. Società come Laurent Perrier, quotata alla Borsa di Parigi, hanno visto nello scorso anno il fatturato calare ma, come spesso è avvenuto anche in altri comparti, il consumatore ha preferito acquistare prodotti più cari rispetto al passato e questo ha consentito la tenuta del fatturato a fronte del calo dei volumi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

combattuto la noia del loc-

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



## I TITOLI DA TENERE D'OCCHIO

Nome	Isin	Rendimento da inizio anno	Rendimento a un anno	Rendimento a tre anni
Lyxor STOXX Europe 600 Food & Bev UCITS ETF - Acc	LU1834985845	5,27%	13,30%	26,67%
Diageo	Gb0002374006	17,64%	23,80%	42,32%
Campari	NI0015435975	8,30%	50,30%	68,21%
Heineken	NI0000009165	1,89%	17,82%	6,79%
La Doria	It0001055521	29,97%	90,22%	56,43%
Pepsico	Us7134481081	0,31%	0,04%	58,29%
Coca Cola	Us1912161007	1,24%	8,26%	39,31%
Nestle n	Ch0038863350	0,82%	-3,59%	62,21%
Danone	Fr0000120644	12,24%	-3,32%	-0,48%
Anheuser busch inbev	Be0974293251	-0,43%	38,77%	-32,92%
Laurent Perrier	Fr0006864484	8,53%	4,90%	-16,94%

Fonte: Soldiexpert scf

LaVerità