

---

*Comunicato stampa*

## **PwC: le operazioni di M&A nel segmento Food & Beverage (“F&B”) sono state quelle meno impattate dal Covid-19**

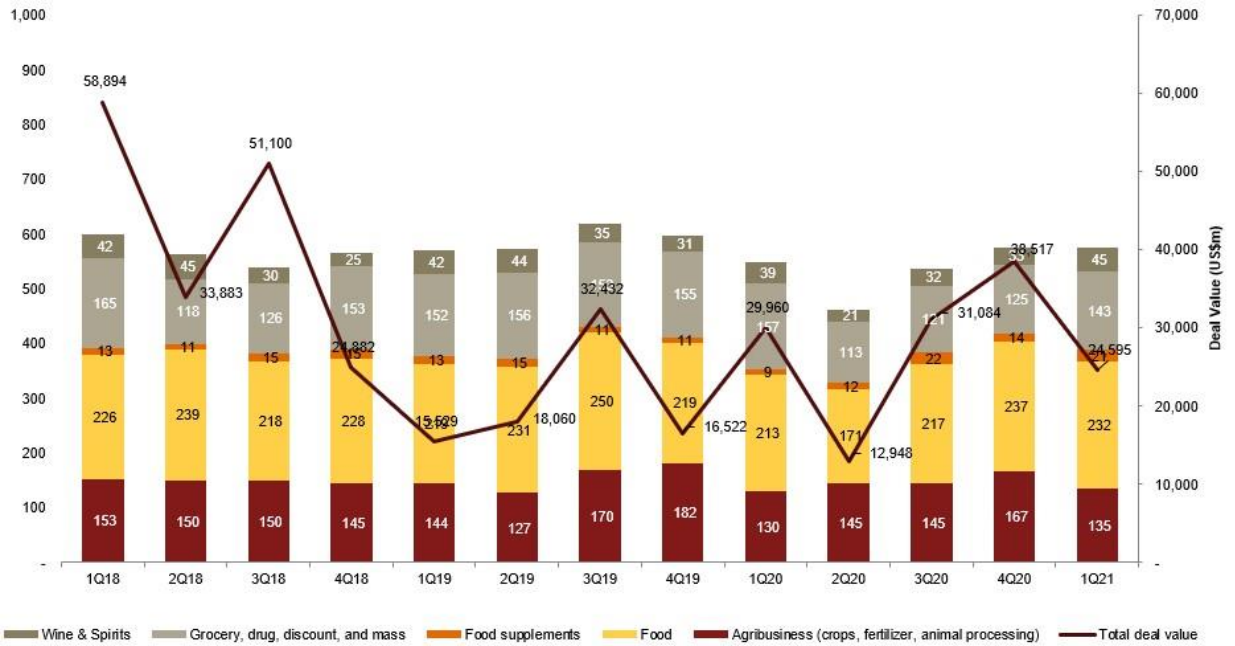
- **Nel 2020 il settore F&B ha registrato a livello globale un incremento del +36.3% a valore a fronte di una riduzione del 9.6% in termini di numero di operazioni M&A a livello globale rispetto al 2019.**
- **In Italia l’attività M&A nel segmento F&B ha segnato un -29.8% a volumi, ma un aumento del +206.7% a valore (vs. 2019), grazie ad importanti tickets annunciati nei comparti da parte di *big corporate*.**
- **La pandemia ha portato ad un cambiamento nelle abitudini dei consumatori e ad una necessaria evoluzione dei modelli di business verso la multicanalità, accelerando i processi di digitalizzazione e l’attenzione verso i temi di sostenibilità, come testimoniano**

Elena Borghi, Partner Deals Food & Beverage di PwC spiega: *“Il settore Food & Beverage è uno dei fiori all’occhiello del Made in Italy. In termini di numero di operazioni, il comparto è stato certamente impattato dalla pandemia, soprattutto per ciò che concerne la ristorazione ed il Food Service, ma in misura ridotta rispetto ad altri, dimostrando la sua resilienza rispetto ad altri segmenti.”*

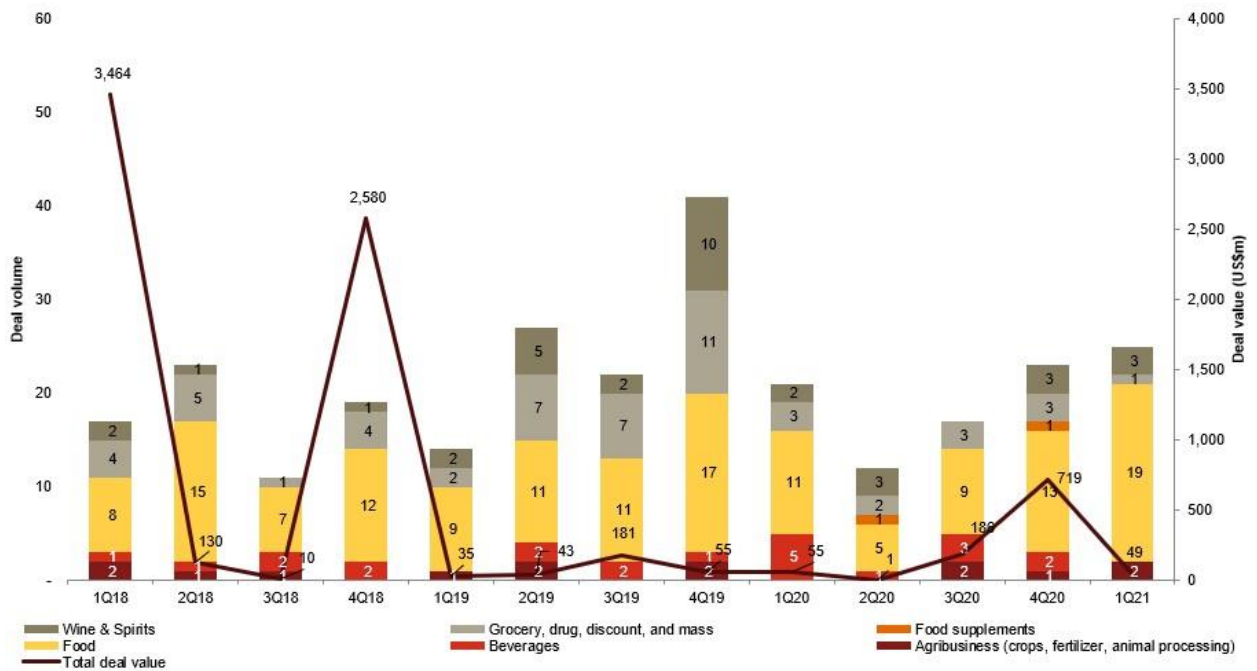
### **M&A 2020 e Primo trimestre 2021**

- L’andamento positivo in termini di valore dei deals registrato nel 2020 **a livello globale** (110mld di USD, +36%) è impattato da alcuni mega-deals effettuati da grosse corporation, tra cui Coca Cola (USD 5,7mld), Nestlé (USD 1,5mld) e Bellis (USD 8,8mld)
  - **A livello italiano**, l’incremento del 207% in termini di valore dei deals (circa 1 mld di USD) riflette tre operazioni rilevanti annunciate (e chiuse) nel quarto trimestre 2020, in particolare Ferrero/Fox’s biscuits (USD 0,3mld), Rhone/Illycaffè (USD 0,2mld) e l’acquisizione della maggioranza del brand canadese Catelli Foods da parte di Barilla (USD 0,1mld).
- I sotto-segmenti più attrattivi sono stati il **Food** (soprattutto pasta, cibi pronti e surgelati), **Beverage** (in particolare caffè e latte) e **Vino** sia a livello globale che italiano.
- Nel primo trimestre del 2021 il volume delle operazioni M&A continua ad essere significativo, pur essendo caratterizzate da una dimensione più contenuta.

### ANDAMENTO TRIMESTRALE PER SETTORE – GLOBAL



### ANDAMENTO TRIMESTRALE PER SETTORE – ITALIA



## Evoluzione per tipo di investitore (dettaglio globale per volume operazioni nel F&B)

### GLOBAL

#### Numero operazioni

Deal Volumes	FY20	Delta
		FY19-20
Corporate	1,761	(12.1%)
PE	567	(0.5%)
<b>Total</b>	<b>2,328</b>	<b>(2.9%)</b>

### ITALIA

#### Numero operazioni

Deal Volumes	FY20	Delta
		FY19-20
Corporate	43	(37.7%)
PE	30	(14.3%)
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>(10.8%)</b>

**Guardando alla tipologia di investitore**, mentre a livello mondiale le operazioni guidate da investitori strategici continuano a rappresentare circa il 75% di quelle annunciate (in linea con il 2019), nel mercato italiano i fondi di Private Equity hanno un peso sempre maggiore, essendo i protagonisti per circa il 40% delle operazioni, a conferma dell'interesse dei soggetti finanziari per questo comparto, soprattutto a sostegno di operazioni di integrazione di filiera e diversificazione del portafoglio prodotti ma anche dello sviluppo dei brand italiani ed esteri.

### Trend di settore 2021 e ruolo M&A

L'intervista ad **Alessandro Strati, CFO**, e **Olga Bologna, Head of Corporate Finance, Financial communication and PMO di illycaffè**, azienda italiana leader nel settore del caffè, conferma che la pandemia ha avuto un effetto *disruptive* sui modelli di business degli operatori del comparto Food & Beverage. Nello specifico è emerso che:

- le **abitudini e le occasioni di consumo** della clientela sono radicalmente cambiate e alcune di queste, prima fra tutte il *remote working*, tenderanno a consolidarsi; il livello dei consumi "out-of-home" non è atteso ritornare ai livelli pre-Covid nel breve termine, e la tendenza ad acquistare prodotti *premium* come forma di autogrificazione comporterà un beneficio per i brand
- la contrazione dei canali out-of-home e contemporaneamente la forte espansione della domanda relativa ai consumi at-home (in particolare indotto GDO e canali digital) hanno richiesto una necessaria **rivisitazione dei modelli distributivi**:
  - **modern trade** ed **e-commerce** hanno visto una crescita importante nel periodo di lockdown, che il settore dovrà ora consolidare;
  - il **retail** sta vivendo una fase di ri-focalizzazione necessaria ad incontrare le nuove esigenze di consumo della clientela;
  - la filiera **Ho.Re.Ca.** è entrata in pieno effetto *rebound*, post allentamento delle restrizioni;
- la **digitalizzazione** è entrata nelle realtà aziendali a 360 gradi: non solo ecommerce, ma evoluzione digitale dei processi produttivi, distributivi e gestionali, a servizio delle nuove abitudini di consumo della clientela e dello sviluppo di un approccio multicanale;

- le tematiche di **sostenibilità** ambientale, sociale e di corporate governance sono sempre più al centro dell'attenzione e guidano con grande influenza le scelte di consumo e le preferenze dei clienti.

Elena Borghi, Partner Deals Food & Beverage di PwC conclude: *“Ci aspettiamo che le operazioni di M&A nel Food & Beverage possano rappresentare un acceleratore del processo di trasformazione aziendale e vadano in due direzioni: da una parte, traineranno lo sviluppo della filiera “a valle”, verso modelli di business multicanale, e in questo senso l’Ho.Re.Ca. potrebbe catalizzare numerose opportunità di investimento; dall’altra, guideranno il consolidamento della filiera “a monte”, e le aziende Private Label a servizio della GDO potrebbero rappresentare delle target interessanti sia da parte di operatori Corporate che di Private Equity”*

**Nota metodologica:** l’analisi PwC si basa su dati Refinitiv, che includono sia deal chiusi che operazioni annunciate, allocati al trimestre di riferimento sulla base della data dell’annuncio. I dati di deal value sono espressi in milioni di dollari.

Per l’analisi sul Consumer Market i dati di deal value sono disponibili per il 40% delle operazioni a livello globale e per il 20% a livello italiano, che tuttavia da nostre stime rappresentano circa l’80% del mercato M&A italiano. Per l’analisi sul settore Fashion i dati di deal value sono disponibili per il 44% delle operazioni a livello globale e per il 15% a livello italiano, che tuttavia da nostre stime rappresentano circa l’80% del mercato M&A italiano. **PwC**

Obiettivo di PwC è quello di costruire la fiducia nella società e risolvere questioni rilevanti. È un network presente in 155 Paesi con oltre 284.000 professionisti, impegnati a garantire qualità nei servizi di revisione, di advisory e di consulenza fiscale alle imprese. PwC fa riferimento al network PwC e/o uno o più membri della società, ognuno dei quali rappresenta un’entità legale separata. © 2021 PwC. Tutti i diritti riservati

**Barabino&Partners per PwC**

Tel. 02/72.02.35.35

Alice Brambilla

[a.brambilla@barabino.it](mailto:a.brambilla@barabino.it)

Cell. 328/26.68.196

Letizia Giulia Castiello

[l.castiello@barabino.it](mailto:l.castiello@barabino.it)

Cell. 348/62.37.666 **PwC**

**Italia**

Tel. 02/667341

Luigi Barbetta Media

Relations Manager

[luigi.barbetta@pwc.com](mailto:luigi.barbetta@pwc.com)

Milano, 3 giugno 2021