

La (R)evoluzione Sostenibile e Circolare della filiera agroalimentare italiana

Rapporto 2026



Partner

I contenuti del presente rapporto sono di esclusiva responsabilità di TEHA Group S.p.A.

© 2026 TEHA Group S.p.A.

TUTTI I DIRITTI RISERVATI.

Il presente documento è di proprietà di TEHA Group S.p.A.

Nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta senza l'autorizzazione di TEHA Group S.p.A.

Indice

TEHA Club	3
La Community Food&Beverage di TEHA: 10 anni di confronto e di crescita	4
Presentazione dei Partner della Ricerca	7
Executive Summary	13

**Cap. 1 Investire sul futuro dell'agroalimentare:
la sostenibilità come leva strategica 27**

- 1.1 Il cambiamento climatico come rischio sistemico per la filiera agroalimentare
 - 1.2 La centralità della filiera agroalimentare nelle sfide ambientali: clima, energia ed acqua
 - 1.3 La sostenibilità come leva di crescita, resilienza e fiducia
 - 1.4 Investimenti e comunicazione: cosa serve per abilitare la transizione sostenibile
-

**Cap. 2 Come procede la filiera agroalimentare
Italiana nella (R)evoluzione sostenibile:
il Food Sustainable Transition Index 2026 53**

- 2.1 Il pilastro della Sostenibilità Economica: competitività e creazione di valore nella filiera agroalimentare
- 2.2 Il pilastro della Sostenibilità Sociale: occupazione, abitudini alimentari e responsabilità nei consumi della filiera agroalimentare
- 2.3 Il pilastro della Sostenibilità Ambientale: risorse naturali, impatti e resilienza della filiera agroalimentare
- 2.4 Il pilastro della Sostenibilità dell'Innovazione: tecnologia, circolarità e nuove soluzioni per la filiera agroalimentare

2.5 Il Food Sustainable Transition Index 2026:
il posizionamento dell'Italia nel contesto europeo

Cap. 3 **Le priorità per accelerare la transizione
sostenibile della filiera:
l'Agenda per l'Italia** **79**

Bibliografia **111**

TEHA Club

TEHA Club è una piattaforma permanente attraverso cui il top management può offrire spunti e promuovere cambiamenti concreti nel Paese e nelle sue Istituzioni all'insegna di una cultura pro-business, pro-industry e pro-innovazione.

TEHA Club vuole essere un facilitatore indipendente nell'ambito di un dialogo informale, aperto, e continuo tra top executive, policymaker e leader di pensiero, che possono incontrarsi e discutere di questioni prioritarie per le imprese e il sistema economico.

TEHA Club offre contenuti di alto livello, partecipazione a gruppi di lavoro ristretti nei quali condividere stimoli, idee e proposte per approfondire tematiche di settore o per rafforzare la competitività e l'attrattività dei territori; produzione e condisione di contenuti ad hoc per la classe dirigente e opportunità di networking di altissimo profilo.

Attualmente fanno parte del Club più di 350 tra i massimi responsabili di Gruppi ed organizzazioni nazionali e multinazionali operanti in Italia.

La Community Food&Beverage di TEHA: 10 anni di confronto e di crescita

Dal 2016, TEHA ha condiviso, in partnership con aziende nazionali e multinazionali della filiera agroalimentare italiana, la rilevanza di fondare un **Think Tank dedicato ad approfondire e mettere a fattor comune i temi e le esperienze più rilevanti per le aziende della filiera**, anche come vettore di dialogo con le Istituzioni europee, nazionali e regionali.

È nata così la Community Food&Beverage, giunta oggi alla sua **10^a edizione**, nonché la 6^a consecutiva a Bormio. L'iniziativa è nata nel 2017 a Milano e si è sviluppata successivamente in 3 edizioni a Bologna, per arrivare a Bormio nel 2021.

Nel corso dei 10 anni hanno partecipato e sono stati presentati:

- oltre 150 partecipanti ogni anno;
- oltre 300 relatori nel decennio;
- 30 ricerche;
- oltre 20 casi strategici;
- il lancio del Food Truck TEHA e del Food Truck Valtellina in collaborazione con PizzAut.

I lavori della Community Food&Beverage hanno anche contato oltre 500 citazioni mediatiche su stampa e online e 25 passaggi televisivi.

Il percorso 2025/2026 della Community si articola in:

- tavole Rotonde e incontri a porte chiuse che sviluppano contenuti, scenari e documenti;
- sviluppo di contenuti di alto livello derivanti da analisi di scenario, elaborazioni quantitative e casi studio, che confluiscono in Rapporti Strategico-Scenariali;

- forum finale annuale in cui vengono condivise riflessioni sul settore e proposte concrete con i policymaker nazionali ed europei di riferimento.

Per il 5° anno consecutivo, oltre al tradizionale **Rapporto Strategico**¹ annuale sulla filiera agroalimentare italiana, i contenuti della Community Food&Beverage si sono arricchiti di due importanti verticali:

- una **Ricerca dedicata alla competitività dell'esportazione agroalimentare**, che ha l'obiettivo di misurare il fenomeno dell'Italian Sounding nel mondo, in coerenza con la metodologia proprietaria sviluppata nella prima edizione 2022, per comprendere lo spazio di mercato disponibile per la crescita dell'esportazione e identificare i Paesi a più alto potenziale al di fuori del perimetro europeo, supportati anche da accordi di libero scambio. Quest'anno, in particolare, è stata sviluppata una misurazione e quantificazione del potenziale derivante dalla semplificazione degli accordi commerciali con i Paesi del Mercosur, promuovendo reciprocità e rispetto delle condizioni di sicurezza alimentare²;
- una **Ricerca dedicata alla transizione sostenibile e circolare** della filiera agroalimentare italiana nell'attuale contesto di crisi, analizzando le sfide e le opportunità associate ad una vera e propria "(R)evoluzione" nei prossimi anni, in cui si inserisce l'elaborazione dell'Indice Composito di TEHA "**Food Sustainable Transition Index**" che misura lo stato dell'arte della sostenibilità della filiera agroalimentare italiana nel confronto europeo.

Per la prima volta, quest'anno è stato sviluppato un nuovo Rapporto Strategico che raccoglie i risultati dell'**Osservatorio sulle Politiche agricole e industriali italiane nel settore agroalimentare di TEHA Group**. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di tracciare e analizzare, con il supporto diretto del Ministero dell'Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste e degli enti vigilati, le principali politiche promosse dal

1 Si rimanda al Rapporto "**La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni**".

2 Si rimanda al Rapporto "**Crescere nei mercati globali: Nuove rotte per il Made in Italy agroalimentare**".

Governo per abilitare la visione di Sovranità Alimentare, valutarne i fattori di successo e l'impatto a livello nazionale, nonché quantificarne il contributo alla competitività della filiera³.

Lo sviluppo dei contenuti ha beneficiato dei contenuti presentati durante le riunioni del percorso della Community Food&Beverage e dei commenti e delle osservazioni dei membri di TEHA Club. In particolare, ringraziamo per il contributo i **Partner della Community Food&Beverage**: AB Holding, Amadori, As.Co.Vi.Lo., Autogrill, Banco Alimentare, BPER, Carrefour, Coca-Cola HBC Italia, Confindustria Lecco e Sondrio, Consorzio per la Tutela del Formaggio Grana Padano, DNV, EBTL, Enel, Ferrovie dello Stato Italiane, Galbusera, Ghelfi Ondulati, Gruppo Végé, Il Buon Gusto Italiano, Kerry, Kometa, Leone Alato, Levissima, Loacker, Molino Filippini, Mutti, Nactarome, Oropan, Pastificio Felicetti, Pellegrini, Principe, Promotica, Provincia di Sondrio, Red Bull, Rigamonti, Regione Lombardia, RINA, Romagnoli F.lli, Schneider Electric, So.ge.Mi, Spreafico, Torello, Valgrana, Vedrai, Watlow. Nello specifico, **Coca-Cola HBC Italia, RINA, Romagnoli F.lli e Schneider Electric** sono partner della presente ricerca "La (R)evoluzione Sostenibile e Circolare della filiera agroalimentare italiana" e **Banco Alimentare** ne è partner scientifico.

Le ricerche sono state curate dal Gruppo di Lavoro TEHA composto da Valerio De Molli, Silvia Lovati, Benedetta Brioschi, Imma Campana, Alberto Maria Gilardi, Giulio Durazzo, Francesco Pesenti, Valentina Quaglietti, Vittoria Mondini, Maria Sole Venturati, Chiara Piloni, Carmen Lojacono e Sonia Filosa.

³ Si rimanda al Rapporto "*Il valore della filiera agroalimentare per il sistema-Paese e l'impatto delle Politiche Agricole e Industriali*".

Presentazione dei Partner della Ricerca



KEY FACT & FIGURES

COCA-COLA HBC ITALIA

Headquarter: Sesto San Giovanni (MI), Lombardia

Coca-Cola HBC Italia è il principale produttore e distributore di prodotti a marchio The Coca-Cola Company sul territorio nazionale. Impiega circa **2.000 dipendenti** e opera attraverso **6 stabilimenti: 3 dedicati alla produzione di bibite** situati a **Nogara (VR), Oricola (AQ), Marcanise (CE)**, **2 siti di imbottigliamento di acque minerali, Fonti del Vulture** a Rionero in Vulture (PZ) e Lurisia a Roccaforte Mondovì (CN) e un innovativo polo situato a **Gaglianico (BI) dedicato alla produzione di preforme in plastica riciclata (rPET)** destinate all'imbottigliamento dei prodotti dell'azienda.

L'azienda è una società controllata dal Gruppo **Coca-Cola HBC**, quotato alle borse di Londra e Atene, che opera con oltre **33.000 dipendenti attraverso 59 stabilimenti e raggiunge oltre 715 milioni di consumatori in 29 Paesi**. Nel 2025, Coca-Cola HBC è stata confermata l'azienda di bevande più sostenibile al mondo secondo il Dow Jones Sustainability Index (DJSI) emesso da S&P Global, che conferma il **primo posto nel settore delle bevande** grazie a un punteggio che la posiziona nel **Top 1% di 9.400 aziende in 62 settori**. È stata l'ottava volta che l'azienda si è classificata al **primo posto** e il **14° anno che Coca-Cola HBC è tra le prime tre** classificate. Coca-Cola HBC Italia si presenta al mercato come il **partner leader 24/7 nel settore delle bevande**, ovvero un'azienda con un portafoglio prodotti **in grado di coprire tutte le occasioni di consumo**, dalla colazione fino al dopocena. L'azienda distribuisce su tutto il territorio nazionale, ad esclusione della Sicilia, i soft drink a marchio Coca-Cola, Fanta e Sprite, i tè freddi FUZETEA, le toniche Kinley, i succhi di frutta Amita, gli sport drink Powerade, le acque minerali Sveva e Lilia e, a partire dal dicembre 2019, i prodotti Lurisia, marchio italiano di acque e bevande premium. Per ampliare la propria offerta commerciale, Coca-Cola HBC Italia ha stretto inoltre accordi per la produzione e distribuzione degli energy drink Monster e la commercializzazione di oltre 60 referenze spirits di brand nazionali ed internazionali come: Lucano 1894, Finlandia Vodka, Silvio Carta, Barcelò, Glendalough. Nel 2022 si aggiunge anche Three Cents, che permette all'azienda di espandere il proprio portafoglio nel segmento dei premium mixers e toniche. Secondo uno studio di **SDA Bocconi School of Management**, Coca-Cola in Italia si conferma la prima realtà nel settore delle bibite e delle bevande in termini di risorse generate e distribuite nel Paese: nel 2024 sono stati **oltre 1,1 miliardi di euro (pari allo 0,05% del PIL nazionale) le risorse generate in Italia** ed oltre **29.000 i posti di lavoro creati** direttamente e attraverso l'indotto.

Parte integrante della cultura aziendale, che si riflette in ogni aspetto legato al business, è l'impegno di Coca-Cola HBC Italia in materia di sostenibilità. Da oltre 20 anni, l'azienda pubblica annualmente il **Rapporto di Sostenibilità**, secondo gli standard GRI (disponibile sul www.lanostraricetta.it), in cui documenta le sue attività e risultati relativi alla **riduzione dell'impatto ambientale, allo sviluppo e al benessere dei dipendenti e al sostegno alle comunità in cui opera**. I dati del Rapporto sono elaborati secondo i parametri internazionali GRI Standard, quindi revisionati dalla società di consulenza Deloitte & Touche S.p.A.

Sul fronte ambientale Coca-Cola HBC Italia investe continuamente in **soluzioni concrete per ridurre il proprio impatto**: dalla circolarità del packaging e la diminuzione delle emissioni, efficientando i sistemi logistici e produttivi, alla tutela della risorsa idrica attraverso progetti locali e partnership qualificate. Un impegno quotidiano che trasforma l'innovazione in risultati misurabili.

Costante anche il dialogo con le comunità in cui Coca-Cola HBC Italia opera, parte integrante della visione di sostenibilità sociale. Promuove, attraverso il programma **#YouthEmpowered**, attività di formazione imprenditoriale gratuita per i giovani tra i 16 e i 30 anni e partecipa a iniziative di inclusione sociale con le associazioni del territorio, supportando le iniziative locali anche tramite donazioni di prodotto e attività di volontariato dei nostri colleghi.

www.coca-colahellenic.it



KEY FACT & FIGURES

RINA

Headquarter: Genova, Liguria

RINA è un gruppo globale di riferimento nell'ingegneria, testing, ispezione e certificazione, nonché la prima società di ingegneria italiana. Opera nei settori Energia, Marine, Infrastrutture & Mobilità, Certificazione, Industria e Real Estate, supportando lo sviluppo sostenibile delle imprese in tutto il mondo.

Fondata nel 1861 come società di classificazione navale, RINA ha evoluto il proprio modello di business, trasformandosi in un partner internazionale capace di accompagnare organizzazioni e istituzioni nei processi di innovazione, digitalizzazione e crescita sostenibile.

La sostenibilità – ambientale, sociale e di governance – è al centro della strategia del Gruppo: RINA affianca le aziende nel trasformare gli impegni ESG in risultati concreti e misurabili, rafforzandone la credibilità verso il mercato e gli stakeholder.

All'interno del Gruppo, la Business Unit Certification offre servizi di business assurance accreditati, supportando le imprese in ambiti sempre più strategici per la competitività:

- **ESG e sostenibilità:** certificazioni e schemi per integrare e valorizzare le performance ambientali, sociali e di governance;
- **Decarbonizzazione:** soluzioni per misurare, ridurre e comunicare le emissioni, accompagnando il percorso verso il Net Zero;
- **ICT & Cyber Security:** certificazioni per proteggere dati, sistemi e infrastrutture digitali in un contesto sempre più connesso;
- **Salute e Sicurezza:** strumenti per garantire ambienti di lavoro sicuri e conformi agli standard internazionali;
- **Diversity & Inclusion:** schemi per promuovere culture aziendali inclusive e valorizzare il capitale umano;
- **Agroalimentare:** servizi lungo tutta la filiera per assicurare qualità, sicurezza e sostenibilità dei prodotti;
- **Trasporti:** certificazioni per migliorare efficienza, sicurezza e impatto ambientale del settore;
- **Bioedilizia:** soluzioni per valorizzare edifici sostenibili e ad alte prestazioni ambientali.

Attraverso attività di verifica e certificazione, RINA aiuta le organizzazioni a garantire la conformità normativa, migliorare le performance e creare valore nel lungo periodo.

Grazie a un approccio integrato che combina competenze tecniche, innovazione e visione internazionale, RINA è un partner strategico per affrontare le sfide della transizione sostenibile e rafforzare la competitività sui mercati globali.

www.rina.org

Romagnoli
F.LLI SPA

BUONE PATATE ITALIANE

KEY FACT & FIGURES

ROMAGNOLI F.LLI SPA

Romagnoli F.lli SpA è una delle principali realtà italiane attiva nel settore della lavorazione e commercializzazione di prodotti ortofrutticoli, in particolare patate e cipolle.

L'azienda, che ha sede a Bologna, dispone di moderni impianti e strutture.

L'offerta di patate Romagnoli è tra le più complete ed innovative, proponendo le migliori varietà di patate da seme, patate da consumo, da agricoltura biologica e patate di IV e V Gamma.

Le patate da seme proposte, frutto del lavoro della sezione Ricerca & Sviluppo dell'azienda, sono di qualità certificata e disponibili in un ampio assortimento. Con oltre 70 campi sperimentali distribuiti sul territorio nazionale, l'azienda dispone di veri e propri laboratori a cielo aperto nei quali vengono testate nuove varietà per valutarne resa, resistenza alle principali avversità, adattabilità ai diversi areali produttivi e qualità organolettiche. I risultati delle attività sperimentali orientano le future scelte agronomiche e contribuiscono allo sviluppo di un'offerta sempre più in linea con le esigenze di agricoltori, industria di trasformazione, GDO e consumatori finali.

Le patate da consumo Romagnoli provengono dalle aree maggiormente vocate alle produzioni di pregio e sono coltivate, raccolte, lavorate e commercializzate secondo standard qualitativi elevati, garantiti da costanti verifiche applicate a tutte le fasi del processo produttivo.

Sono distribuite su tutto il territorio nazionale ed europeo, raggiungendo le tavole dei consumatori attraverso i marchi commerciali delle principali insegne della GDO e DO nazionali, con il brand aziendale èVita, il marchio Selenella e Patata di Bologna D.O.P.

Romagnoli distribuisce su tutto il territorio nazionale patate di IV e V gamma, disponibili in diversi tagli e destinate principalmente alle gastronomie della GDO, alla ristorazione collettiva e scolastica, nonché alla produzione di gnocchi di patate e semilavorati per l'industria alimentare.

Inoltre, Romagnoli fornisce materia prima destinata all'industria di trasformazione. Le cipolle e gli altri ortofrutticoli freschi completano la gamma dei prodotti Romagnoli, monitorati durante tutte le fasi della coltivazione, presso aziende agricole di provata esperienza e affidabilità.

La valorizzazione della produzione agricola italiana rappresenta un pilastro della politica aziendale di Romagnoli, orientata alla costruzione di una filiera solida, strutturata e trasparente.

L'azienda fornisce supporto costante ai produttori agricoli presenti nelle diverse aree di coltivazione italiane al fine di creare valore lungo l'intera catena del valore e garantire la massima soddisfazione del consumatore finale.

Dalla ricerca sementiera fino alla tavola dei consumatori, Romagnoli F.lli sviluppa un modello integrato che unisce innovazione, sostenibilità e valorizzazione della filiera pataticola.

Per Romagnoli F.lli, la sostenibilità rappresenta una leva strategica e industriale, prima ancora che un insieme di buone pratiche. Un percorso avviato nel 2019 e rendicontato annualmente attraverso il Rapporto di Sostenibilità, giunto alla quinta edizione e culminato con l'upgrade del Rating ESGe alla Classe A. Il Rapporto, redatto secondo gli standard internazionali GRI (Global Reporting Initiative) con il supporto di Deloitte, evidenzia in modo puntuale le performance ambientali, sociali e di governance dell'azienda, confermando l'integrazione della sostenibilità nelle scelte operative e nelle relazioni con l'intera filiera.

www.romagnolipatate.it/it/



KEY FACT & FIGURES

SCHNEIDER ELECTRIC

Headquarter: Stezzano (BG)

Schneider Electric è **leader mondiale nelle tecnologie per la gestione dell'energia** e promuove l'efficienza e la sostenibilità, elettrificando, automatizzando e digitalizzando infrastrutture, industrie ed edifici. Il Gruppo nel 2025 ha registrato un fatturato di 40 miliardi di euro.

L'obiettivo della multinazionale francese, riconosciuta da TIME tra le 10 aziende più influenti del settore energetico nella lista 100 Companies 2026, è quello di sviluppare tecnologie che consentano a edifici, data center, industrie, impianti, infrastrutture e reti di operare come ecosistemi aperti e interconnessi, migliorando prestazioni, resilienza e sostenibilità.

In Italia l'azienda è presente con 5 siti produttivi, 8 sedi commerciali, 4 Innovation Hub, un centro logistico integrato, un centro assistenza clienti, e impiega in totale oltre 3.400 dipendenti. Il nostro Paese ospita inoltre, un centro di eccellenza sulle tecnologie per l'illuminazione di emergenza, uno sulle soluzioni per il cooling e un centro di ricerca OEM Packaging Solutions Competence Center.

La digitalizzazione come leva per un Food & Beverage sostenibile, resiliente e data-driven

Schneider Electric si propone come partner strategico e tecnologico per la trasformazione digitale del settore Food & Beverage, offrendo soluzioni basate su piattaforme aperte, software-defined e tecnologie AI che permettono di valorizzare i dati in tempo reale per migliorare efficienza, qualità e sicurezza alimentare, garantendo al contempo tracciabilità e rispondendo alle crescenti esigenze di sostenibilità e trasparenza.

Grazie all'automazione universale e a un approccio aperto e scalabile, le aziende possono innovare lungo tutto il ciclo di vita, riducendo sprechi ed emissioni e accelerando il proprio percorso verso competitività e decarbonizzazione.

www.se.com/it



KEY FACT & FIGURES

BANCO ALIMENTARE

Banco Alimentare viene costituito nel 1989 per replicare l'esperienza del "Banco dos Alimentos" di Barcellona in Italia. L'anno successivo, il presidente dell'azienda Star Danilo Fossati decide di sostenere Banco Alimentare con una donazione, che consente di affittare il primo magazzino nella città di Meda (MI). A partire da questo momento, negli anni successivi, vengono costituite e si diffondono le Organizzazioni Banco Alimentare a livello regionale in tutta la penisola.

La mission di Banco Alimentare è perseguire una finalità di **solidarietà sociale** nei settori dell'assistenza sociale e della beneficenza, attraverso la **raccolta delle eccedenze** di produzione agricola, dell'industria alimentare, della Grande Distribuzione e della ristorazione e la **ridistribuzione** ad enti che si occupano di assistenza e di aiuto a tutte le persone in stato di bisogno.

Grazie a queste attività, la Rete Banco promuove lo sviluppo sostenibile, in linea con i **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (Sustainable Development Goals) definiti nell'**Agenda 2030** delle Nazioni Unite. In particolare, le iniziative di Banco Alimentare contribuiscono **direttamente** agli **obiettivi 2** (Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare l'alimentazione e promuovere l'agricoltura sostenibile), **12** (Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili) e **17** (Rafforzare le modalità di attuazione e rilanciare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile), e **indirettamente** agli obiettivi **1** (Sconfiggere la povertà), **3** (Salute e benessere), **10** (Ridurre le disuguaglianze), **11** (Città e comunità sostenibili), **13** (Lotta contro il cambiamento climatico).

Banco Alimentare comprende **21 organizzazioni** (Organizzazioni Banco Alimentare – OBA) su tutto il territorio nazionale. Il compito della Fondazione è quello di **coordinare le organizzazioni e le donazioni** delle realtà della filiera agroalimentare, mantenere attivo un **dialogo a livello istituzionale** e promuovere **iniziative di sensibilizzazione** dell'opinione pubblica e dei policymaker. A loro volta le OBA si occupano di distribuire gli alimenti raccolti alle organizzazioni partner territoriali convenzionate, raggiungendo in maniera capillare le persone indigenti a livello locale. Questo modello virtuoso funziona grazie alla **collaborazione** e il dialogo di tutti gli stakeholder: le OBA, i donatori istituzionali, i donatori privati, gli enti beneficiari, i dipendenti, i volontari e i fornitori.

Attraverso questo sistema di relazioni e al supporto di **7.645** Organizzazioni Partner Territoriali convenzionate (mense, centri d'accoglienza, case famiglia, etc.), Banco Alimentare è stato in grado di assistere quasi **1.755.587 persone** nel corso del 2024. Durante l'anno, sono state distribuite **93.745 tonnellate di cibo**, vale a dire una media di **53,4 kg di cibo per persona** assistita.

All'interno della Rete Banco, la **Lombardia** si contraddistingue per le numerose iniziative: è la prima Regione in Italia per organizzazioni partner territoriali convenzionate, per un totale di **1.073** al 2025, e per il maggior numero di volontari attivi, pari a **472 persone** nel 2025 (+6% rispetto al 2024). L'anno 2025 ha visto i volontari stabili impegnarsi per **84.800** ore, equivalenti a circa 48 persone impiegate a tempo pieno.

Per la donazione di eccedenze alimentari in Lombardia sono stati ingaggiati i produttori agricoli, le industrie di trasformazione alimentare, i centri di distribuzione, la grande distribuzione e la ristorazione organizzata, per un totale di **834 aziende donatrici** di alimenti e **560 i soggetti donatori di beni e servizi ed elargizioni liberali** nel 2025.

I prodotti raccolti vengono e stoccati in magazzino e preparati per la loro successiva redistribuzione attraverso le Strutture Caritative accreditate. L'accordo di partenariato e l'impegno condiviso nel fornire soluzioni concrete alle persone bisognose, rendono questa collaborazione sinergica ed efficace: complessivamente in Lombardia nel 2025 sono state raccolte **18.862 tonnellate** di beni.

www.bancoalimentare.it

Executive Summary

Sostenibilità e competitività nella filiera agroalimentare sono dimensioni strettamente interdipendenti. Il capitale naturale ne rappresenta uno degli input produttivi fondamentali, al tempo stesso la filiera subisce gli effetti del cambiamento climatico e contribuisce alla generazione di pressioni ambientali. Per questo, è necessario che le imprese rafforzino gli investimenti in pratiche più sostenibili e che cresca l'attenzione verso la tutela e il ripristino degli ecosistemi del Paese con la filiera agroalimentare come capofila.

Il cambiamento climatico rappresenta oggi uno dei principali fattori di rischio strutturale per la filiera agroalimentare italiana ed europea. Nel 2025, **tutti gli ultimi 10 anni rientrano tra i più caldi mai registrati** e le proiezioni indicano una probabilità del 70% che il periodo 2026–2030 superi stabilmente la soglia dell'Accordo di Parigi.

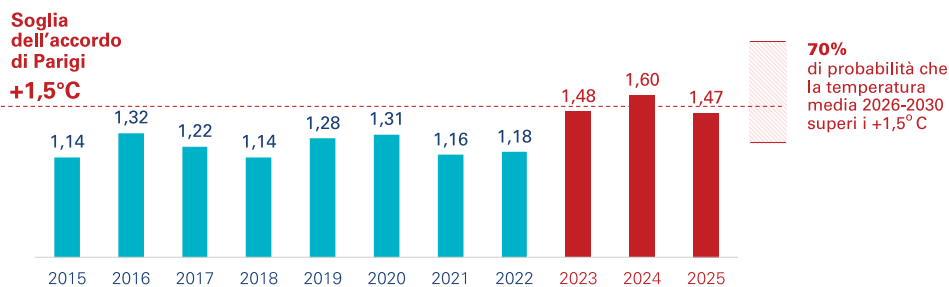


Figura I | Andamento delle anomalie termiche globali (var. °C vs. periodo preindustriale), 2015-2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Copernicus, 2026.

Con anomalie climatiche in aumento, cresce anche l'intensità degli eventi climatici estremi: in Italia emerge un'intensificazione degli eventi di siccità che oggi risultano del +17% più severi rispetto a 60 anni fa.

A ciò corrispondono impatti sui sistemi produttivi europei con danni economici evidenti. Le **perdite economiche legate al clima** in UE-27 sono aumentate di 2,8 volte negli ultimi 10 anni, raggiungendo 45 miliardi di Euro nel 2024. **L'Italia è il 1° Paese UE in termini assoluti (13,4 miliardi di Euro di media 2022–2024) e il 3° pro capite.**

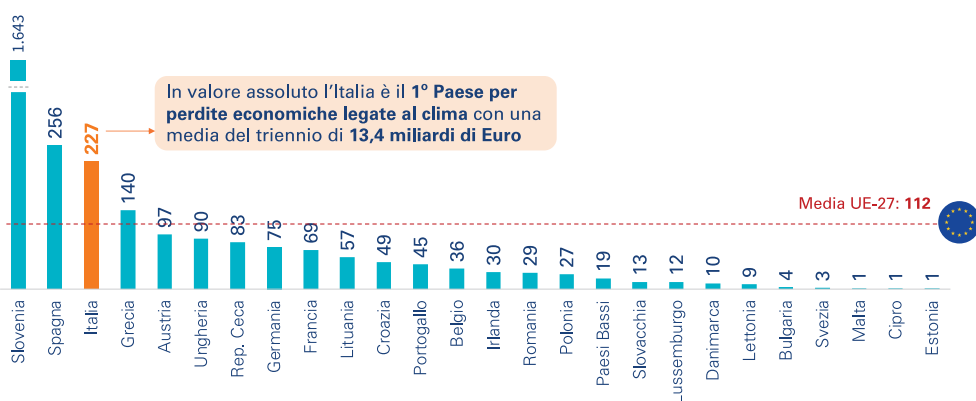


Figura II | Media delle perdite economiche legate al clima¹ nell'ultimo triennio nei Paesi UE-27 (Euro pro capite), 2022-2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

In questo contesto, **l'agricoltura subisce oltre il 60% dei danni nazionali per una perdita di 8,5 miliardi di Euro**, con proiezioni di incremento fino al +132% entro il 2050 in assenza di adeguate strategie di adattamento.

Nonostante la rilevanza degli impatti, il **cambiamento climatico è indicato solo al 5° posto tra i fattori di crisi dalle imprese** del Food&Beverage (13,8%), ben al di sotto di inflazione energetica (63,5%) e crisi delle materie prime (36,2%). Anche il fatto che **solo il 10% della superficie agricola italiana risulta assicurata contro i rischi climatici**, contro una media del 42% nei primi 10 Paesi europei, dimostra un approccio più difensivo che una visione di lungo periodo per il clima.

¹ L'indicatore misura le perdite economiche dovute a eventi meteorologici e climatici. Per eventi meteorologici e climatici si intendono eventi meteorologici (tempeste), idrologici (inondazioni, movimenti di massa) e climatologici (ondate di calore, ondate di freddo, siccità, gelo).

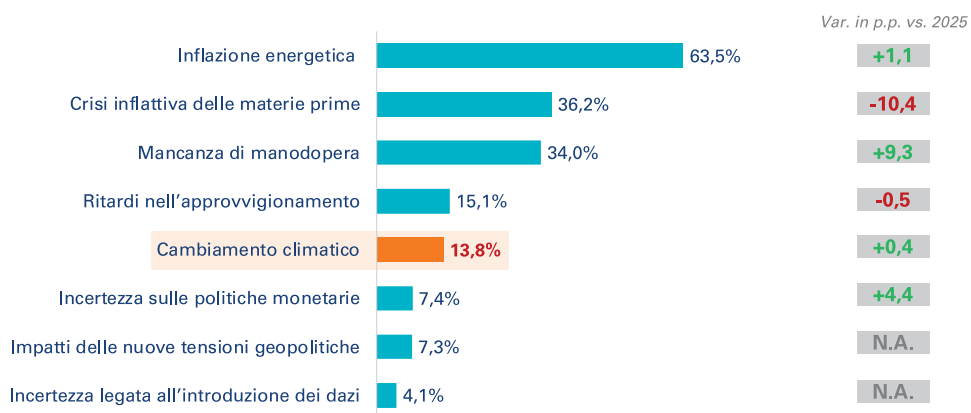


Figura III | Risposte alla domanda «Quali sono stati i fattori di crisi a più elevato impatto sull'operatività della sua azienda nell'ultimo periodo» (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

A fronte della crescente incertezza operativa, adottare una strategia di sostenibilità strutturata e di lungo periodo favorisce **innovazione, crescita, resilienza e posizionamento verso il consumatore.**

Secondo il censimento della Community Food&Beverage, un approccio strutturato alla sostenibilità si traduce in una maggiore propensione all'innovazione: il **61% delle imprese con ESG strutturato dichiara che gli investimenti in R&S aumenteranno nei prossimi anni**, contro una media del 27%.

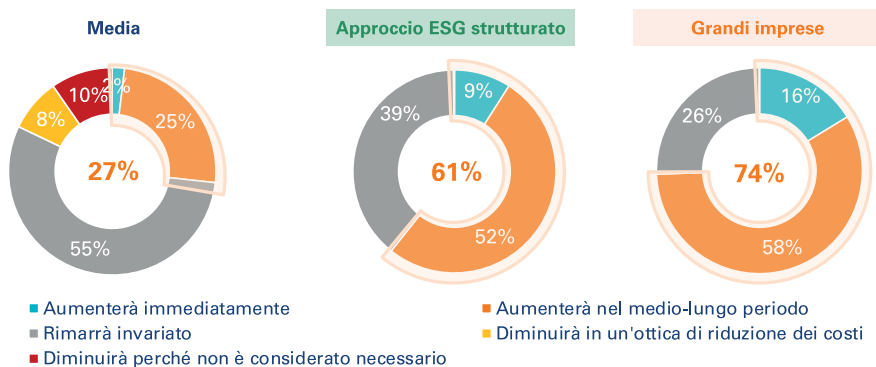


Figura IV | Risposte alla domanda «Nel futuro, quale sarà l'approccio della sua azienda verso le attività di Ricerca e Sviluppo?» (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

Le imprese con approccio ESG strutturato prevedono una crescita del fatturato pari a +5,0% nei prossimi 12 mesi, contro il -1,7% delle aziende con approccio occasionale. Anche negli ultimi 12 mesi, le imprese con ESG strutturato sono cresciute del +3,3%, in controtendenza rispetto al dato negativo delle aziende con approccio occasionale (-2,3%), a dimostrazione di come anche nell'incertezza una strategia di lungo periodo favorisca resilienza.

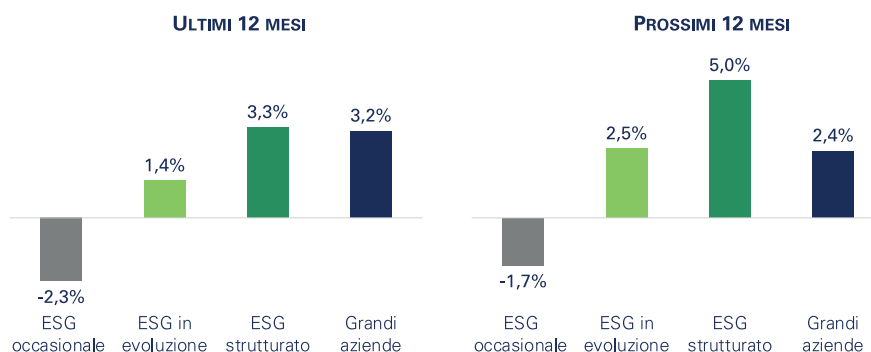


Figura V | Variazione del fatturato delle imprese agroalimentari negli ultimi 12 mesi e nei prossimi 12 mesi per approccio ESG (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

La sostenibilità deve essere interpretata come un fattore strutturale di competitività, resilienza e capacità di creazione di valore ed essere abbracciata dalla filiera agroalimentare in tutte le sue dimensioni. In questa prospettiva, **TEHA ha sviluppato per il 3° anno consecutivo il Food Sustainable Transition Index**, un indicatore composito che consente di misurare il posizionamento dell'Italia rispetto agli altri Paesi dell'Unione Europea, offrendo una fotografia articolata dell'avanzamento della filiera agroalimentare nella transizione sostenibile.

Nell'approccio TEHA, la sostenibilità si articola secondo 4 dimensioni fondamentali:

sostenibilità economica: misura la capacità della filiera di generare crescita duratura, Valore Aggiunto, produttività e competitività, riducendo al tempo stesso le vulnerabilità legate alla dipendenza dall'estero, alla frammentazione industriale e all'esposizione all'inflazione;

sostenibilità sociale: riguarda la capacità di contribuire al benessere della popolazione attraverso la creazione di occupazione, la promozione di corretti stili di vita, la riduzione dello spreco alimentare e la diffusione di abitudini di consumo più equilibrate;

sostenibilità ambientale: valuta la capacità della filiera e del sistema Paese di utilizzare in modo efficiente le risorse naturali, ridurre gli impatti ambientali, contenere le emissioni, preservare il suolo e promuovere modelli produttivi più compatibili con i limiti degli ecosistemi;

sostenibilità dell'innovazione: misura la capacità di integrare nuove tecnologie, ricerca e sviluppo, brevetti, materiali circolari e nuovi modelli di servizio come leve per accelerare la transizione.

Nel 2026, l'Italia raggiunge la top-10 europea, ricoprendo il 9° posto tra i Paesi UE-27, con un punteggio pari a 5,5 su 10, avanzando di +2 posizioni rispetto al 2025 e rafforzando il proprio collocamento nel secondo quartile europeo.

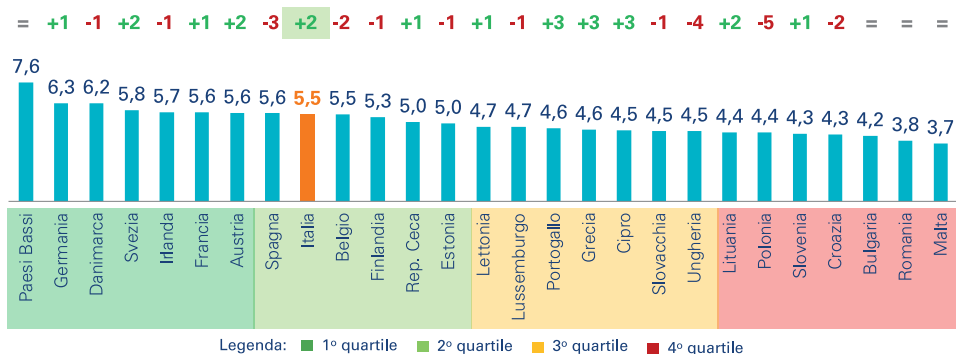


Figura VI | Food Sustainable Transition Index 2026 (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max; variazione di posizione rispetto al 2025), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Il miglioramento è sostenuto da segnali positivi trasversali ai quattro pilastri, pur in presenza di criticità che continuano a richiedere interventi mirati:

sul **piano economico**, l'Italia si colloca al 7° posto, miglio-

rando di +2 posizioni rispetto all'edizione precedente, un risultato sostenuto soprattutto dalla riduzione della dipendenza dall'estero e dal rafforzamento dell'incidenza del Valore Aggiunto agroalimentare sul PIL;

anche nel **pilastro sociale** l'Italia si posiziona al 7° posto, confermando il buon posizionamento europeo grazie soprattutto agli indicatori legati alla salute alimentare della popolazione: il Paese registra infatti il più basso tasso di sovrappeso e obesità tra gli adulti in Europa, pari al 41,9%;

il miglioramento più marcato riguarda il **pilastro ambientale**, dove l'Italia sale al 12° posto, guadagnando +6 posizioni rispetto al 2025. Il principale punto di forza è l'efficienza emissiva della filiera agroalimentare, pari a 0,59 tonnellate di CO₂ equivalente per 1.000 Euro di Valore Aggiunto, che colloca il Paese al 3° posto in Europa;

nel **pilastro dell'innovazione**, l'Italia raggiunge il 7° posto, migliorando di +3 posizioni rispetto al 2025. Tra i principali punti di forza emerge il tasso di utilizzo di materiali circolari, pari al 21,6%, che riconferma il Paese stabilmente sul podio europeo.

Non tutti i pilastri dell'Indice contribuiscono allo stesso modo alla transizione sostenibile della filiera agroalimentare. Infatti, mentre l'attenzione agli aspetti ambientali è una necessità di base della produzione, **sono l'innovazione e la sostenibilità sociale a guidare l'avanzamento dei Paesi nel contesto europeo.**

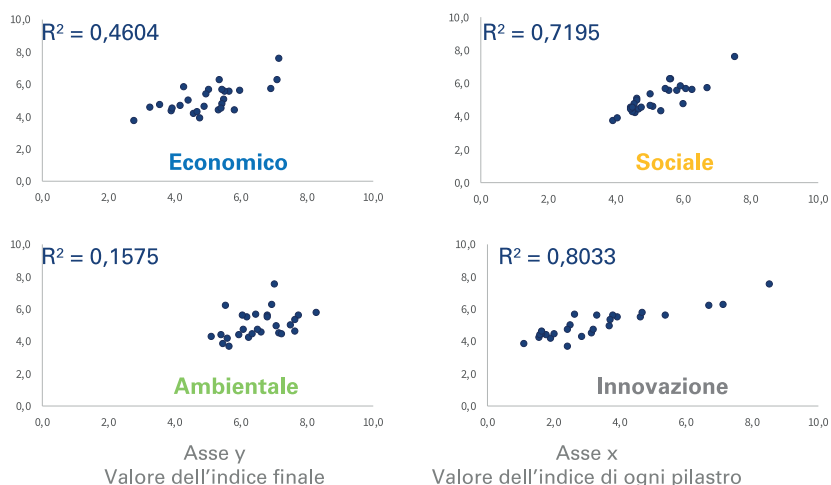


Figura VII | Correlazione tra il risultato in ogni pilastro dell'indice e l'indice finale (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max). Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Figura VIII | Le priorità di azione per rilanciare la competitività del settore agroalimentare italiano (illustrativo). Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

I risultati dell'Indice evidenziano come la filiera agroalimentare italiana abbia intrapreso un percorso di miglioramento, ma mostri ancora margini significativi per consolidare la propria transizione sostenibile. Per questo motivo, TEHA ha elaborato **7 linee di azione** per rendere la transizione sostenibile un elemento strutturale di competitività, resilienza e creazione di valore per le imprese e il Paese. Tutte queste si trovano all'interno della necessità trasversale di **adottare per tutte le imprese della filiera agroalimentare una strategia di sostenibilità**.

Promuovere l'adozione, da parte di tutte le imprese della filiera, di strategie di sostenibilità strutturate, basate su obiettivi quantificabili, di lungo periodo

1

ECONOMICO

Attrarre capitale privato e facilitare l'accesso alla finanza Nature Positive per accelerare la messa a terra della transizione sostenibile della filiera agroalimentare, anche attraverso una promozione della cultura finanziaria

2

AMBIENTALE

Tutelare la biodiversità e gli input naturali per preservare il capitale produttivo, attuando la transizione delle imprese a **Natural Asset Company**

3

Adottare misure di **adattamento al cambiamento climatico**, applicando al contesto produttivo e a quello urbano le **Nature-Based Solutions**

4

SOCIALE

Approcciare la riduzione dello **spreco alimentare in ottica di filiera** per favorire ricadute anche in termini economici e ambientali

5

Educare il consumatore al valore dell'etichettatura, agendo per ridurre la frammentazione di informazioni oggi presenti

6

INNOVAZIONE

Fare leva sui Capifiliera per incrementare gli investimenti in R&S, diffondendo innovazione e sostenibilità su larga scala

7

Promuovere accessibilità, integrazione e interoperabilità dei dati lungo la catena del valore, abilitando il paradigma de «La fabbrica del futuro»

La prima linea d'azione riguarda la necessità di mobilitare capitale privato verso la transizione sostenibile. Gli obiettivi europei richiedono ingenti risorse per abilitare la transizione: secondo le stime della Banca Centrale Europea, saranno necessari **477 miliardi di Euro annui aggiuntivi nel periodo 2025-2030**. Di questi, l'83%, pari a 395 miliardi di Euro, dovrà provenire da investimenti privati.

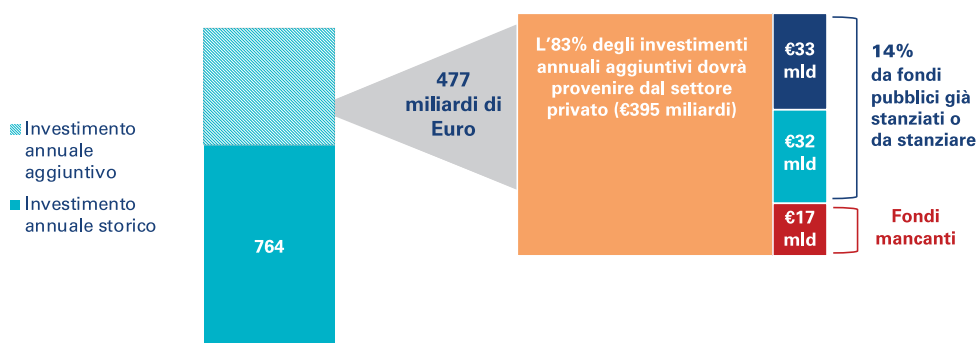
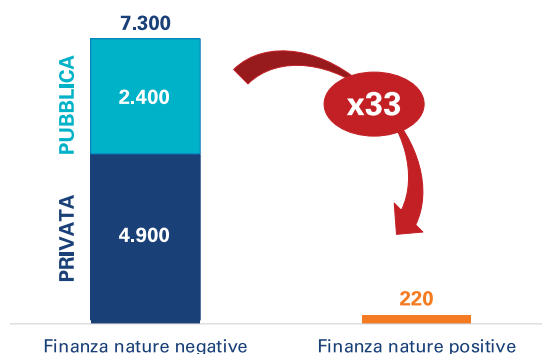


Figura IX | Stime del fabbisogno totale annuale di investimenti verdi nell'UE e ripartizione degli investimenti verdi aggiuntivi per tipologia di fonte (miliardi di Euro e valori %), 2025-2030. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati European Central Bank, 2026.

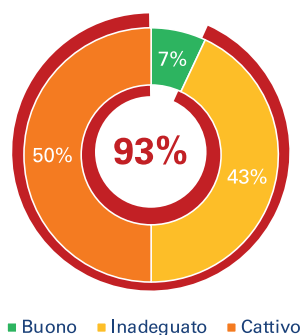
La necessità di agevolare strumenti finanziari che favoriscano pratiche sostenibili emerge con chiarezza anche dall'analisi del contesto attuale. Nel 2023, i **flussi finanziari Nature Negative**, ovvero i flussi indirizzati verso attività che possono danneggiare la natura favorendo consumo insostenibile di risorse, degrado degli ecosistemi e perdita di biodiversità hanno raggiunto **7.300 miliardi di Dollari**, di cui 4.900 miliardi di origine pubblica e 2.400 miliardi di origine privata. Nello stesso anno, i flussi Nature Positive, destinati alla protezione, al ripristino e alla gestione sostenibile degli ecosistemi, si sono fermati a 220 miliardi di Dollari. **Ne deriva un rapporto di 33 a 1 tra finanza Nature Negative e Nature Positive**, che evidenzia come, per ogni Euro investito in natura, oltre 30 Euro continuano a finanziare attività potenzialmente dannose per gli ecosistemi, favorendo consumo insostenibile di risorse, degrado ambientale e perdita di biodiversità.

Figura X | Flussi finanziari Nature Negative e Nature Positive (miliardi di Dollari), 2023.
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ONU, 2026.



La seconda priorità riguarda invece la tutela della biodiversità e degli input naturali, attraverso la transizione delle imprese verso modelli capaci di valorizzare il capitale naturale. **Oltre il 90% degli habitat naturali del Paese non è in buono stato di conservazione**, con il 43% classificato inadeguato e il 50% cattivo. Salvaguardare l'ecosistema significa anche garantire continuità produttiva. Per questo motivo, entro settembre 2026, l'Italia dovrà presentare alla Commissione Europea il Piano Nazionale di Ripristino.

Figura XI | Stato di conservazione degli habitat naturali italiani (valori %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ISPRA, 2026.



La terza linea d'azione riguarda l'adattamento al cambiamento climatico attraverso le Nature-Based Solutions. Quest'ultime utilizzano processi naturali per affrontare problemi ambientali e generare benefici su più dimensioni. Per raggiungere i target delle Rio Conventions delle Nazioni Unite, **gli investimenti in Nature-Based Solutions dovranno più che triplicare entro il 2050, passando da 220 miliardi di Dollari nel 2023 a 571 miliardi nel 2030 e 771 miliardi nel 2050.**

L'aumento richiesto, pari a 3,5 volte rispetto ai livelli attuali, dimostra che la tutela della natura e l'adattamento climatico dovranno diventare una componente centrale delle strategie di investimento pubbliche e private.

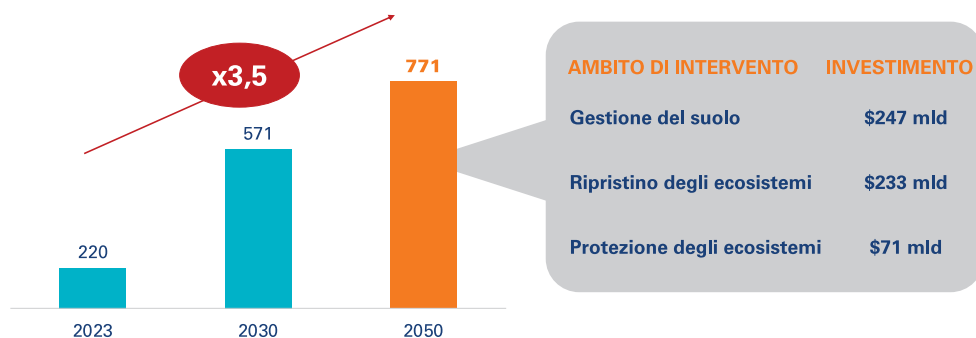


Figura XII | Investimenti in Nature-Based Solution necessari per raggiungere i target delle Rio Conventions delle Nazioni Unite (miliardi di Dollari), 2023, 2030 e 2050. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati United Nations, 2026.

Considerando il pilastro sociale dell'Agenda, la quarta priorità riguarda la riduzione dello spreco alimentare, interpretata in ottica di filiera. Il **92% dei consumatori considera la minimizzazione dello spreco di cibo una priorità**, sia per ridurre i costi della spesa sia per proteggere l'ambiente. Tuttavia, questa consapevolezza dichiarata non si traduce ancora pienamente in comportamenti coerenti. L'Italia registra infatti il più alto spreco alimentare domestico pro-capite tra i principali Paesi europei, pari a 556 grammi a settimana.

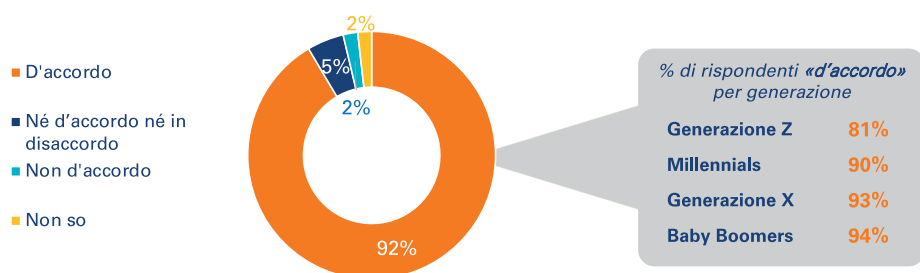


Figura XIII | Risposte alla domanda «Minimizzare lo spreco di cibo è una delle mie priorità, sia per ridurre i costi della spesa, sia per fare bene all'ambiente» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, 2026 ed elaborazione TEHA Group su dati Waste Watcher, 2026.

Lo spreco alimentare domestico costa al Paese 8 miliardi di Euro ogni anno, a cui si aggiungono 6 miliardi di Euro lungo la filiera, distribuiti tra agricoltura, industria, distribuzione e ristorazione. Per questo motivo, la riduzione dello spreco non può essere affrontata esclusivamente come responsabilità individuale, ma come priorità di filiera.

La quinta priorità riguarda l'educazione del consumatore al valore dell'etichettatura. Le evidenze mostrano che certificazioni ed etichetta incidono ancora troppo poco nelle scelte di acquisto. **Tra le principali leve di scelta nell'acquisto di un prodotto alimentare italiano, il 1° fattore è la qualità, indicata dal 69,2% dei consumatori, mentre la presenza di certificazioni si ferma al 17,4%, packaging ed etichetta al 2,6%.**

La sfida è quella di trasformare l'informazione in valore percepito: il 47,8% dei consumatori non è disposto a spendere di più per un prodotto sostenibile ma, al contrario, **il 60% considera giustificato un differenziale di prezzo fino al 30% per un prodotto percepito come di maggiore qualità.**

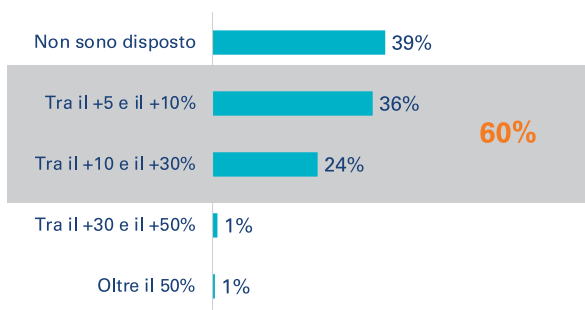


Figura XIV | Risposte alla domanda «Quanto è disposto a spendere in più per un prodotto alimentare percepito come di maggiore qualità?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, 2026.

La sesta linea d'azione riguarda il ruolo dei Capifiliera nel rafforzare gli investimenti in Ricerca e Sviluppo e diffondere innovazione e sostenibilità su larga scala. Le imprese leader dell'industria alimentare svolgono una funzione determinante: le prime 50 concentrano il **32,7% degli investimenti in Ricerca e Sviluppo del settore.**

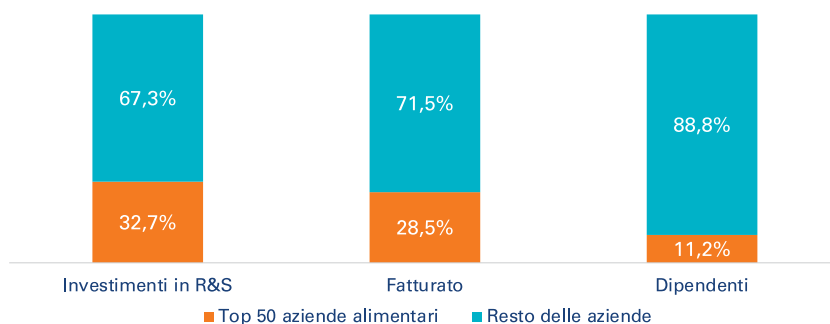


Figura XV | Quota delle imprese alimentari leader per i principali indicatori economici (% del totale alimentare), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Aida e MonitorItalia, 2026.

Il ruolo di traino emerge anche dalle scelte di investimento. Le grandi imprese e le aziende con ESG strutturato puntano in modo più deciso sulle tecnologie rinnovabili e sull'efficiamento energetico. Il ruolo dei Capifiliera non consiste solo nell'innovare al proprio interno, ma nel **trasferire innovazione, standard e competenze lungo la catena del valore**.

In ultimo, la settima priorità si riferisce alla capacità della filiera agroalimentare di trasformare i dati in una vera infrastruttura competitiva. La transizione digitale non dipende più soltanto dall'adozione di singole tecnologie, ma dalla possibilità di connettere le informazioni generate lungo le diverse fasi della filiera. Accessibilità, integrazione e interoperabilità dei dati diventano quindi condizioni essenziali per abilitare il paradigma della "fabbrica del futuro".

Sebbene agricoltura e industria Food&Beverage destinino già oggi il 23% degli investimenti all'innovazione tecnologica, **solo l'8% può essere considerato digitalmente maturo**. La criticità principale consiste nella qualità dell'integrazione digitale. **Il 40,8% delle imprese riscontra difficoltà significative nella gestione dei dati e, tra queste, il principale ostacolo è l'integrazione dei dati**, indicata dal 30,9% delle imprese. La frammentazione informativa limita la capacità di monitorare gli impatti, misurare gli obiettivi ESG, rafforzare la tracciabilità e rendere più credibile la comunicazione verso consumatori e finanziatori.

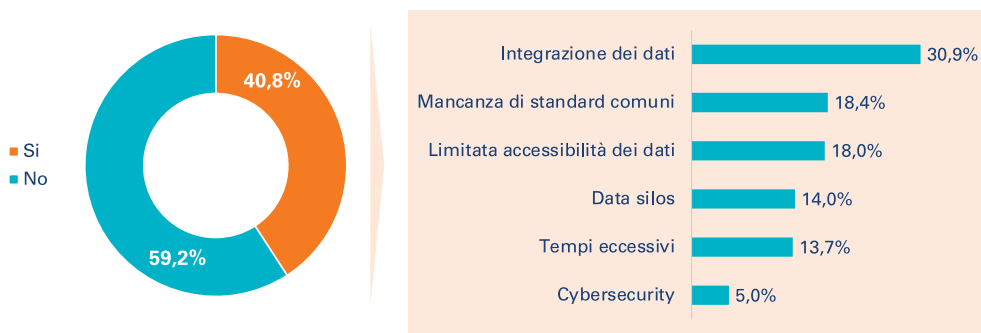


Figura XVI | Risposte alla domanda «La sua azienda riscontra criticità significative nella gestione dei dati?» e «Quale sfida legata alla gestione e integrazione dei dati rappresenta oggi il principale ostacolo per la Sua azienda?» (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

L'Agenda per l'Italia mira a rendere la sostenibilità una componente strutturale della competitività agroalimentare. Per riuscirci, sarà necessario rafforzare il coordinamento tra imprese, Istituzioni, finanza e consumatori, superando la frammentazione che ancora limita la capacità del sistema di agire in modo integrato. Attraverso una transizione di filiera, fondata su investimenti, protezione del capitale naturale, responsabilità sociale e innovazione, l'agroalimentare italiano potrà consolidare il proprio posizionamento europeo e contribuire in modo ancora più incisivo alla crescita sostenibile del Paese.

01

**Investire sul futuro
dell'agroalimentare:
la sostenibilità come
leva strategica**

Contribuire alla transizione sostenibile è parte del DNA del settore agroalimentare e i decisori internazionali stanno spingendo per fare emergere sempre più questo ruolo di guida ed esempio.

Il settore agroalimentare europeo si colloca oggi all'interno di un quadro normativo in trasformazione e razionalizzazione, che ridefinisce in modo strutturale le condizioni di operatività e di competitività delle imprese lungo l'intera filiera. L'Unione Europea ha infatti avviato una **traiettoria di lungo periodo che integra obiettivi ambientali, sociali, economici e di innovazione, ponendo la sostenibilità non più come vincolo regolatorio, ma come asset strategico di sviluppo del sistema agroalimentare.**

Questo impianto si articola su **tre livelli di coordinamento tra loro complementari.** Al livello strategico, la **Vision 2040 for Food & Agriculture** definisce l'orizzonte di lungo periodo dell'Unione Europea, integrando in una prospettiva quindicennale **sostenibilità, competitività e innovazione** come assi portanti dello sviluppo agroalimentare europeo. La Visione fornisce il quadro di riferimento entro cui si inseriscono politiche e investimenti, superando una logica puramente regolatoria a favore di un approccio orientato alla trasformazione del sistema.

A un secondo livello, il quadro normativo si concentra sulla **gestione degli input critici** per la filiera, introducendo indirizzi e target che incidono direttamente sui fattori produttivi. In questa direzione si collocano iniziative come la **Water Resilience Strategy**, che pone l'obiettivo di ridurre del **10% i consumi idrici entro il 2030**, il **Competitiveness Compass**, che orienta la riduzione delle emissioni fino al **-90% entro il 2040**, il **Critical Raw Materials Act**, volto a ridurre la dipendenza europea dalle importazioni di materie prime strategiche, e la **Nature Restoration Law**, che stabilisce il ripristino di almeno il **20% delle aree terrestri e marine entro il 2030**. Questo livello agisce direttamente sull'efficienza, sulla resilienza e sulla sostenibilità dei processi produttivi.

Infine, a un terzo livello più operativo, il quadro europeo si declina in **normative settoriali** che intervengono su specifici

snodi della filiera. Rientra in questa logica la **EU Deforestation Regulation**, che introduce il principio delle **zero deforestation supply chains**, estendendo gli obblighi di tracciabilità e responsabilità lungo l'intera catena di fornitura. In questo stesso ambito si colloca anche l'evoluzione della **normativa sui nitrati**, che mantiene come obiettivo prioritario la **tutela delle risorse idriche dall'inquinamento di origine agricola**, ma si inserisce anche il **rafforzamento dell'autonomia del sistema agricolo europeo**, attraverso il recupero e l'utilizzo più efficiente dei nitrati provenienti da **residui organici e reflui zootecnici**. In modo analogo, la **Packaging and Packaging Waste Regulation** interviene su un input chiave della trasformazione agroalimentare, **fissando l'obiettivo del 70%** di riciclo degli imballaggi entro il 2030 e orientando il settore verso modelli di packaging più circolari, efficienti e coerenti con i principi della sostenibilità lungo l'intera filiera.

Nel loro insieme, questi tre livelli delineano un sistema normativo sempre più **coerente e interconnesso**, che attribuisce al settore agroalimentare non solo obblighi crescenti, ma anche un **ruolo guida nella transizione sostenibile**, chiamandolo a fungere da laboratorio di innovazione, efficienza e competitività per l'intero sistema produttivo europeo.

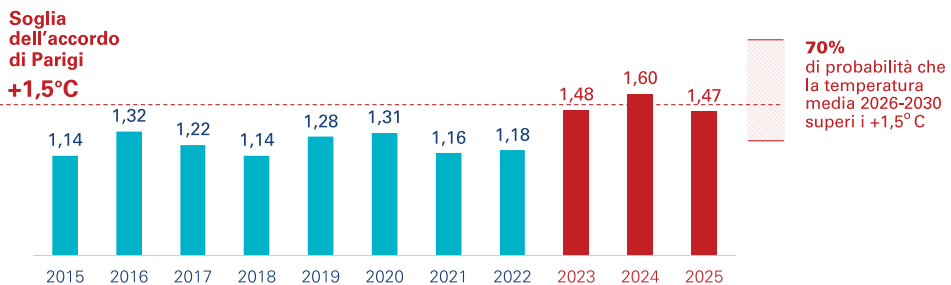
1.1

Il cambiamento climatico come rischio sistemico per la filiera agroalimentare

Il cambiamento climatico rappresenta oggi uno dei principali fattori di rischio strutturale per la filiera agroalimentare italiana ed europea, incidendo in modo sempre più diretto sulla stabilità produttiva, sulla competitività delle imprese e sulla sicurezza degli approvvigionamenti. L'evidenza scientifica conferma come il fenomeno abbia ormai superato una dimensione emergenziale, assumendo i tratti di una trasformazione strutturale dello scenario operativo.

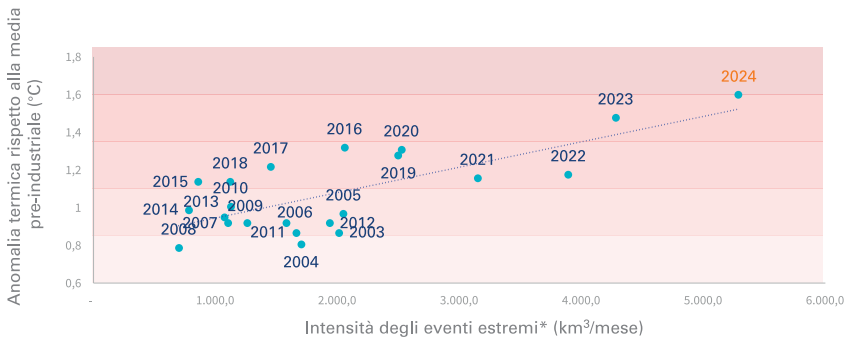
Nel 2025 nonostante l'anomalia termica globale sia tornata lievemente al di sotto della soglia dei +1,5°C rispetto ai livelli preindustriali, **tutti gli ultimi 10 anni rientrano tra i più caldi mai registrati**. Le proiezioni indicano inoltre una probabilità pari al 70% che la temperatura media globale nel periodo 2026–2030 superi stabilmente la soglia fissata dall'Accordo di Parigi. In Europa, l'aumento delle temperature risulta ancora più accentuato, con valori superiori di circa 1°C rispetto alla media globale, rendendo il continente, e in particolare l'area mediterranea, una delle zone più esposte agli impatti climatici.

Figura 1 | Andamento delle anomalie termiche globali (var. °C vs. periodo preindustriale), 2015-2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Copernicus, 2026.



L'incremento delle temperature medie è strettamente correlato all'aumento della frequenza degli eventi meteorologici estremi. L'analisi di lungo periodo della NASA

evidenzia come, al crescere delle anomalie termiche, si osservi una maggiore ricorrenza di eventi estremi di natura idrologica e climatologica (siccità, alluvioni e ondate di calore) che interessano con continuità crescente i sistemi produttivi.



Questo legame trova una chiara conferma anche nel contesto italiano, dove l'aumento della frequenza degli eventi estremi si traduce in impatti sempre più visibili sul territorio. Tra il 2005 e il 2024, **gli eventi di piogge estreme sono cresciuti con un tasso medio annuo del +42,1%**, mentre gli allagamenti nelle città hanno registrato un incremento del +24,4% all'anno toccando i 139 incidenti nel 2025.

Parallelamente, l'accesso alla risorsa idrica è **sempre più** volatile. L'analisi dell'ultimo triennio di disponibilità idrica evidenzia una dinamica instabile: **negli ultimi 4 anni, la disponibilità idrica in Italia ha segnato una variabilità di oltre 60 p.p. rispetto alla media storica**, la siccità del 2022 ha causato un deficit idrico del -51,5%, mentre nel 2025 si è osservato un surplus del +14,3%.

Figura 2 | Intensità degli eventi estremi – asse x - andamento delle anomalie termiche – asse y (var. °C vs. media del periodo 1991-2020 e km³/mese), 1990-2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati NASA, 2026. (*) L'intensità degli eventi estremi misura il numero medio di eventi estremi (siccità e inondazioni) verificati in un mese in un Km².

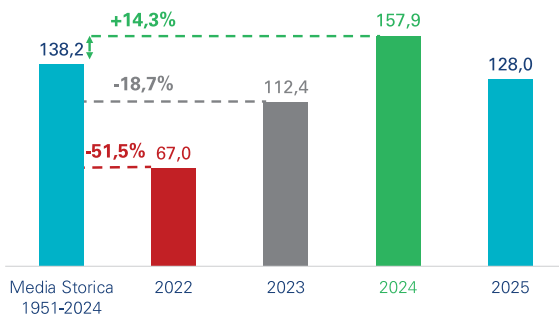


Figura 3 | Disponibilità di risorsa idrica rinnovabile totale annua in Italia (miliardi di m³ e var. %), media 1951-2024 e 2022-2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ISPRA, 2026.

Questa variabilità mette in luce anche differenze territoriali. Nel 2025, il Nord Italia ha beneficiato di precipitazioni superiori alla media di lungo periodo, mentre Centro, Sud e Isole continuano a registrare condizioni di siccità, con ripercussioni dirette sulla produttività agricola e sulla sostenibilità delle colture.

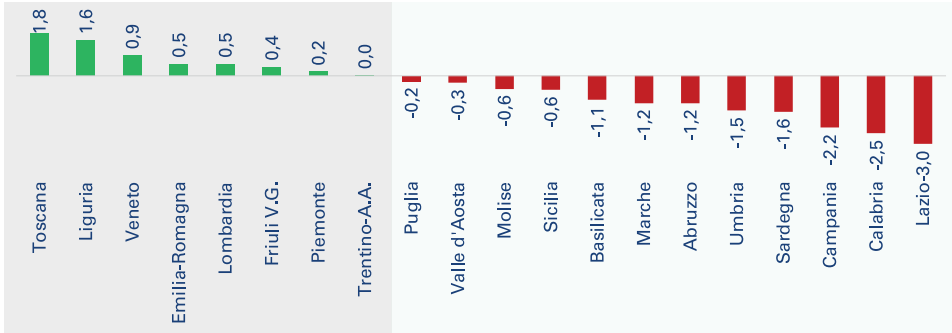


Figura 4 | Variazione della disponibilità di risorsa idrica rinnovabile totale annua rispetto alla media storica per Regione italiana (miliardi di m³), media 1951-2024 vs. 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ISPRA, 2026.

Guardando al lungo periodo, emerge un segnale ancora più strutturale. La serie storica della disponibilità idrica segue una chiara traiettoria di **intensificazione degli eventi di siccità che oggi risultano del +17% più severi rispetto a 60 anni fa**.

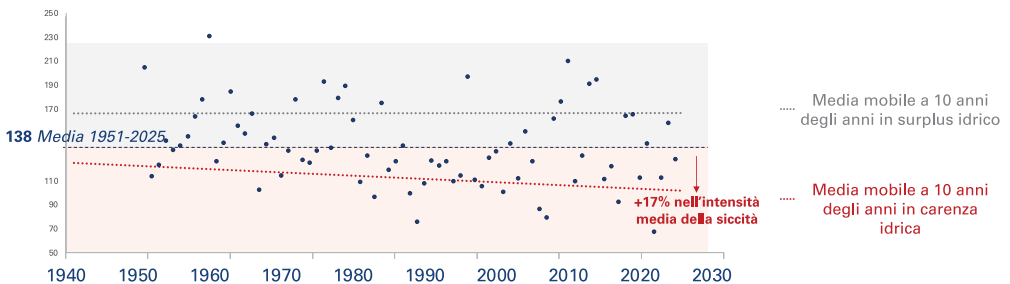


Figura 5 | Disponibilità di risorsa idrica rinnovabile totale annua in Italia (miliardi di m³), 1951-2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ISPRA, 2026. N.B. Gli anni di surplus idrico includono quelli con valori superiori alla media di lungo periodo (1951-2025), mentre gli anni di carenza idrica sono quelli inferiori alla media.

Dal 2026 infatti, non si parla più di “crisi idrica”, ma le Nazioni Unite hanno coniato il concetto di **“bancarotta idrica”**. A livello globale, il consumo idrico eccede stabilmente la disponibilità rinnovabile con impatti diretti su agricoltura, industria e comunità locali.

La penetrazione dell’acqua nelle falde è ostacolata anche da un progressivo degrado del suolo, che riduce la resilienza del sistema agroalimentare. **Con il 2,8% della superficie impermeabilizzata, l’Italia si colloca al 7° posto in Europa**, al di sopra della media UE-27 e limitando la capacità del territorio di assorbire e trattenere acqua e aumentando l’esposizione a eventi alluvionali.

Anche il suolo non impermeabilizzato non è in salute: l’Italia è **il Paese europeo con la quota più elevata di suolo non artificialmente coperto soggetto a erosione, pari al 24,9%**, a fronte di una media UE del 4,9%. Questa condizione compromette la fertilità dei terreni, accelera la perdita di capitale naturale e riduce le rese agricole potenziali nel medio-lungo periodo.

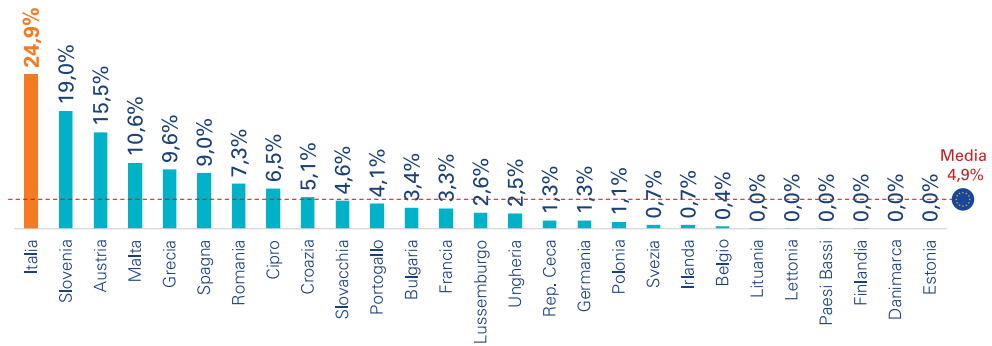


Figura 6 | Suolo non coperto artificialmente affetto da erosione dei Paesi UE-27 (% sul totale dell’area erodibile totale non artificiale del Paese), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

L’intensificarsi degli eventi climatici estremi si riflette in modo diretto e crescente sui sistemi produttivi europei con danni economici evidenti. Negli ultimi 10 anni, **le perdite economiche legate al clima nell’Unione Europea sono aumentate di 2,8 volte**, raggiungendo 45 miliardi di Euro nel 2024.

L’analisi per tipologia di evento mostra come i fenomeni idrologici, in particolare alluvioni e inondazioni, rappresentino la

principale fonte di danno, seguiti dagli eventi climatologici come ondate di calore e siccità. La crescita delle perdite non appare legata a singoli eventi eccezionali, ma a una tendenza cumulativa, confermata dall'andamento crescente della media mobile negli ultimi anni.

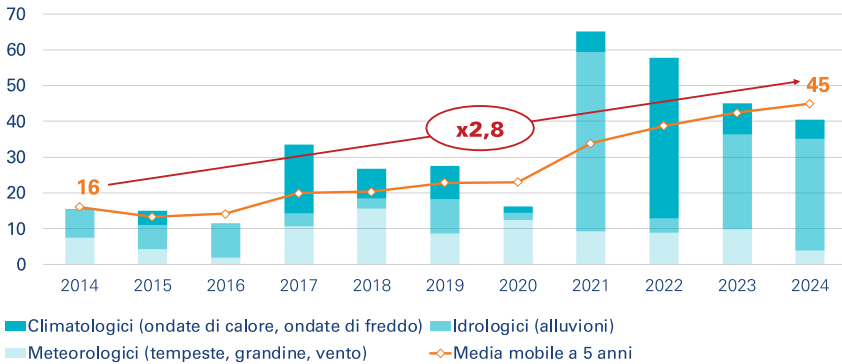


Figura 7 | Perdite economiche legate al clima in UE-27 per tipologia di evento (miliardi di Euro), 2014-2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati European Environment Agency, 2026.

Il crescente impatto economico degli eventi climatici trova riscontro anche nella percezione e nell'esperienza diretta delle imprese. Nel 2025, **quasi un'impresa europea su due (46%) dichiara di essere stata colpita da eventi climatici con impatti diretti sull'operatività**, confermando come il cambiamento climatico non rappresenti più un rischio marginale o settoriale, ma una variabile trasversale che incide sulla continuità del business.

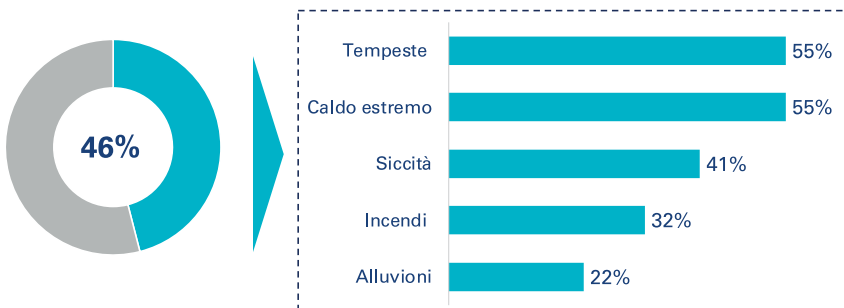
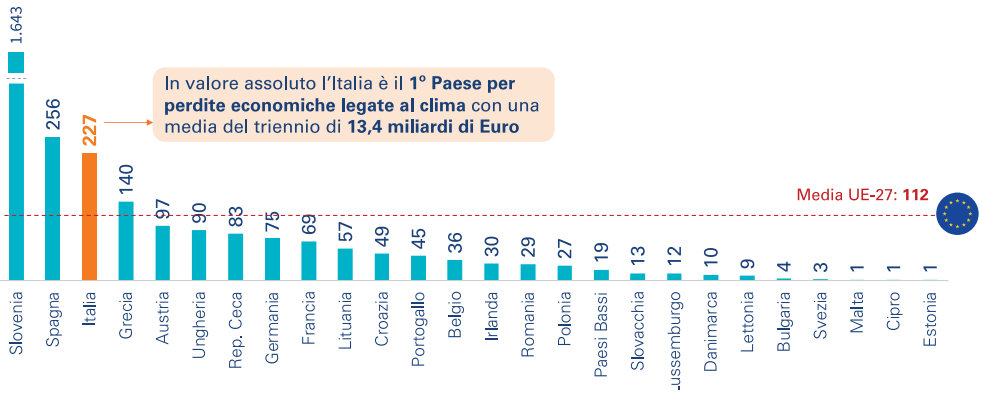


Figura 8 | Quota di imprese in Europa colpite da eventi climatici con impatto sul business negli ultimi 12 mesi (a sx) e suddivisione per tipologia di evento (a dx) (val. %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Morgan Stanley, 2026.

Nel confronto europeo, **l'Italia è il 3° Paese europeo per danni economici legati al clima pro-capite e il 1° in termini assoluti, con un valore medio annuo nel triennio 2022–2024 pari a 13,4 miliardi di Euro.**



Questo dato riflette una combinazione di fattori strutturali: la posizione geografica nel bacino mediterraneo, l'elevata fragilità idrogeologica, la densità del tessuto produttivo e la rilevanza economica delle attività maggiormente esposte agli eventi climatici. In tale contesto, il cambiamento climatico agisce come un moltiplicatore di rischio, accentuando vulnerabilità preesistenti e ampliando il perimetro dei danni potenziali.

Figura 9 | Media delle perdite economiche legate al clima nell'ultimo triennio nei Paesi UE-27 (Euro pro capite), 2022-2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

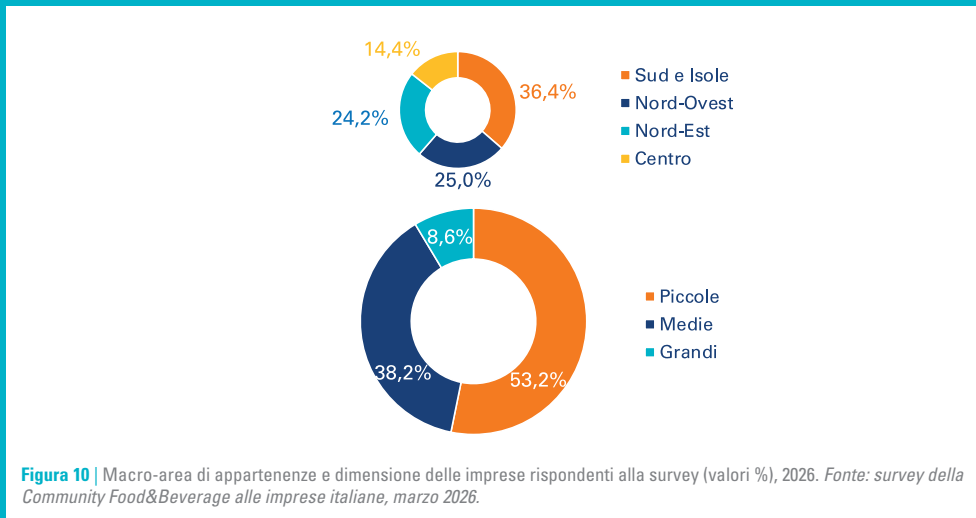
All'interno di questo quadro, il comparto agricolo emerge come uno dei settori più colpiti. Nel 2024, **i danni economici causati dagli eventi meteorologici estremi all'agricoltura italiana sono stimati in 8,5 miliardi di Euro**, pari a circa il 63% delle perdite economiche complessive legate agli eventi climatici in Italia. Le proiezioni indicano inoltre un possibile incremento **fino al +132% entro il 2050**, qualora non vengano rafforzate in modo significativo le strategie di adattamento e prevenzione.

La siccità rappresenta la principale fonte di perdite, concentrando il 54% del totale dei danni, seguita da gelo (23%), piogge intense (13%) e grandine (10%). Questo profilo di rischio evidenzia come gli shock climatici colpiscano direttamente sia le rese agricole sia la stabilità dei redditi, ampliando l'incertezza per le imprese primarie e per l'intera filiera a valle.

La survey di TEHA Group per comprendere il sentiment e le azioni delle imprese del Food&Beverage italiano in risposta alla congiuntura

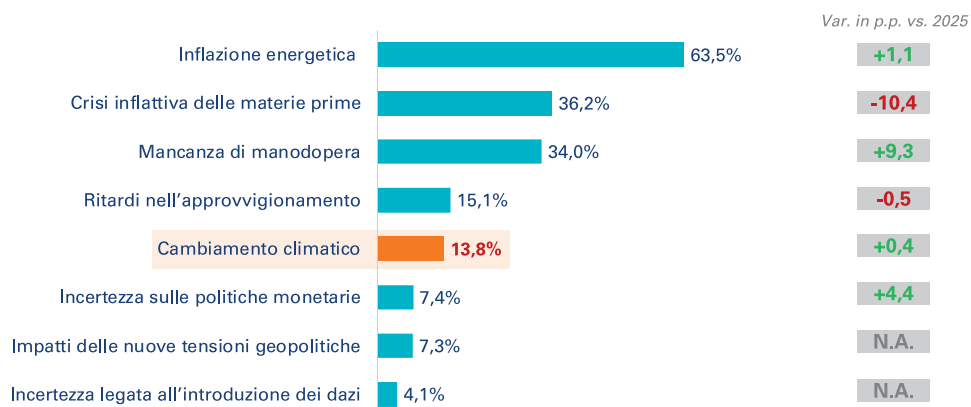
TEHA ha sottoposto una survey ad hoc a un campione rappresentativo delle imprese del Food&Beverage italiano, col fine di indagare la loro percezione riguardo alle sfide di oggi e di domani. L'obiettivo ultimo è quello di analizzare il **sentiment** e la **percezione** delle imprese italiane del Food&Beverage sull'attuale condizione di crisi congiunturale e la loro risposta finalizzata a salvaguardare la produzione.

La survey è stata somministrata durante marzo 2026 ad un campione di **500 imprese**, garantendo rappresentatività dell'universo nazionale di riferimento analizzato per macro-area geografica, settore e dimensione aziendale, attraverso l'applicazione di moltiplicatori di ponderazione delle risposte.



Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026

Nonostante la rilevanza degli impatti osservati, il **cambiamento climatico non emerge ancora come una priorità pienamente percepita dalle imprese**. Nel 2026, si colloca infatti **solo al 5° posto tra i fattori di crisi a più elevato impatto sull'operatività**, indicato dal 13,8% delle aziende, ben al di sotto di pressioni di natura congiunturale quali l'inflazione energetica (63,5%) e la crisi inflattiva delle materie prime (36,2%).



Per di più, a fronte di una sottovalutazione relativa del rischio climatico, in Italia **solo il 10% della superficie agricola risulta assicurata contro i rischi climatici**, contro una media del 42% nei primi 10 Paesi europei. Il confronto internazionale aiuta a spiegare questo divario. In Grecia, la copertura assicurativa agricola raggiunge livelli prossimi al 90%, grazie a un sistema pubblico e obbligatorio, in cui l'assicurazione rappresenta una condizione necessaria. I premi sono sovvenzionati e spesso trattenuti in modo automatico attraverso i pagamenti PAC, riducendo le barriere di accesso e rendendo la copertura diffusa lungo l'intero settore. In Italia, al contrario, il sistema rimane prevalentemente volontario e frammentato. Nonostante l'introduzione del fondo AgriCat nel 2023, finanziato tramite una quota dei pagamenti diretti della PAC e destinato a coprire i danni catastrofali, la protezione resta parziale e non sostituisce una vera assicurazione multirischio.

Figura 11 | Risposte alla domanda «Quali sono stati i fattori di crisi a più elevato impatto sull'operatività della sua azienda nell'ultimo periodo» (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

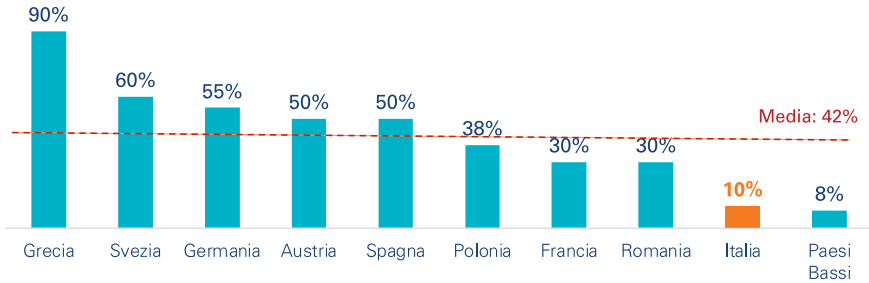


Figura 12 | Percentuale di superficie agricola assicurata contro i rischi climatici nei primi 10 Paesi europei (valori %), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Commissione Europea e BEI, 2026.

Questo squilibrio amplifica l'impatto economico degli eventi estremi, trasferendo i costi direttamente su imprese e territori e riducendo la capacità di reinvestimento e recupero post-evento. In assenza di strumenti di mitigazione adeguati, il cambiamento climatico non solo aumenta i danni, ma rallenta la capacità di adattamento del sistema agroalimentare.

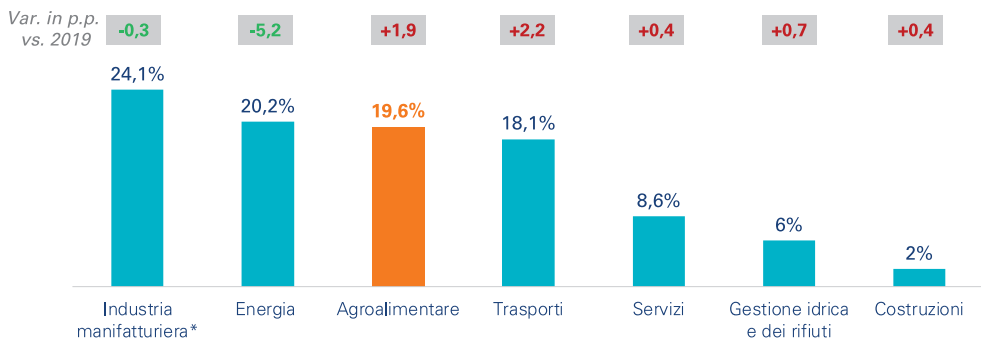
La centralità della filiera agroalimentare nelle sfide ambientali: clima, energia ed acqua

1.2

Accanto alla crescente esposizione agli impatti del cambiamento climatico, la filiera agroalimentare è **chiamata ad una presa di coscienza concreta, in quanto contribuisce** alla generazione delle pressioni ambientali, in particolare clima, acqua ed energia. In altri termini, la transizione sostenibile del settore assume una valenza pienamente strategica perché si gioca su un doppio fronte: rafforzare la resilienza agli shock esterni e, al contempo, ridurre l'impronta ambientale generata lungo la catena del valore, con implicazioni crescenti per competitività e capacità di adattamento nel tempo.

In UE27, **il settore agroalimentare genera quasi il 20% delle emissioni complessive di gas serra**, collocandosi stabilmente tra i principali macrosettori emissivi, insieme a manifattura ed energia (rispettivamente 24,1% e 20,2%). Nell'ultimo quinquennio la quota dell'agroalimentare è aumentata di **+1,9 p.p.**, segnalando un rafforzamento relativo della pressione climatica associata al settore e rendendo evidente la necessità di una traiettoria di riduzione più strutturata e misurabile.

Figura 13 | Quota di emissioni GHG per settore in UE-27 (valori %), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026. (*) Al netto delle emissioni dell'industria Food&Beverage che sono incluse nell'agroalimentare.



Guardando al posizionamento rispetto ai principali Paesi in UE-27, l'Italia è **al 5° posto** per emissioni della filiera agricola (circa 41,3 milioni di tonnellate di CO₂ equivalente nel 2024) e **al 3° per emissioni dell'industria Food&Beverage** (circa 6,9 milioni di tonnellate di CO₂ equivalente).

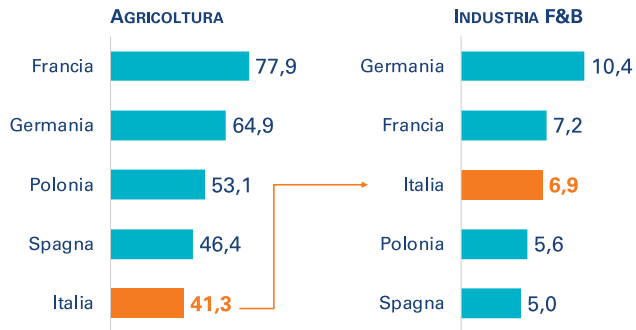
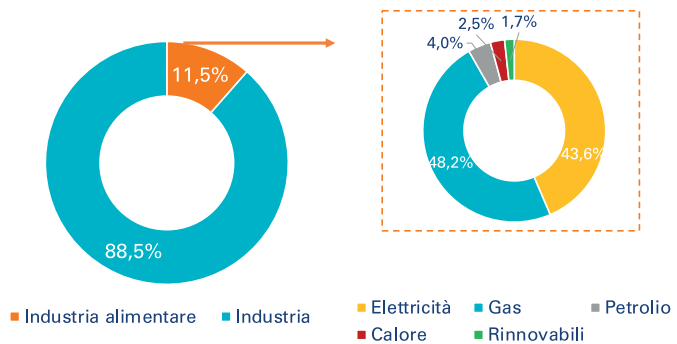


Figura 14 | Emissioni GHG del settore agroalimentare per Paese in UE-27 (milioni di tonnellate di CO₂ equivalenti), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

L'industria alimentare è anche un comparto energivoro e incide per oltre l'11% dei consumi energetici manifatturieri in Italia, confermando che la decarbonizzazione della filiera non può prescindere dalla trasformazione industriale. La composizione dei consumi mostra una struttura fortemente concentrata: elettricità (circa 43,6%) e gas (circa 48,2%) rappresentano complessivamente circa il 92% dei consumi energetici del comparto, mentre petrolio, calore e rinnovabili incidono in quota residuale. In questo quadro, l'efficienza energetica e l'elettificazione dei processi diventano leve centrali.

Figura 15 | Consumi di energia nell'industria alimentare sul totale dell'industria italiana – a sx – e la loro divisione per fonte – a dx - (valori %), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.



Lungo la filiera i consumi sono concentrati nella fase industriale: **il 42% dei consumi energetici è allocato nelle fasi di trasformazione e lavorazione**, seguono distribuzione

commerciale e consumo finale (38%), mentre produzione agricola e input produttivi pesano per il 20%. All'interno della componente industriale, le voci dominanti sono la catena del freddo (31%) e i motori delle linee produttive (25%). Ne deriva un'indicazione chiara: la riduzione delle pressioni energetiche della filiera passa in modo prioritario dalla modernizzazione degli impianti, dall'efficientamento del freddo e dalla gestione intelligente dei carichi energetici lungo la catena del valore.

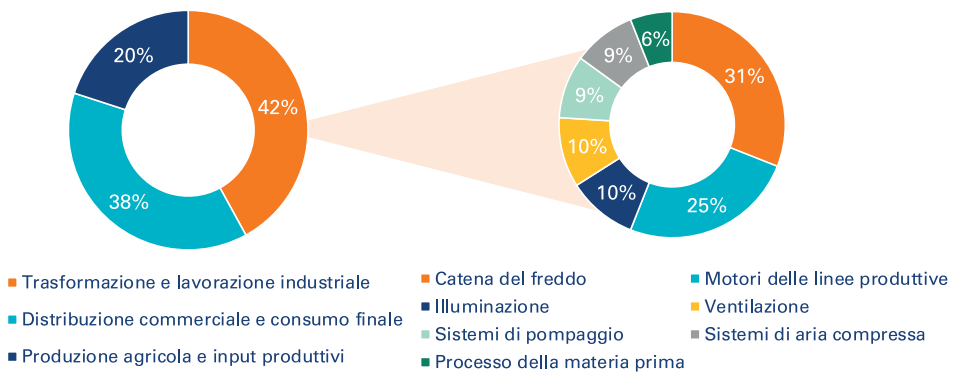


Figura 16 | Distribuzione dei consumi energetici lungo la filiera agroalimentare – a sx – e la ripartizione dei consumi di energia elettrica lungo la catena produttiva dell’Industria Food&-Beverage – a dx - (valori %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Global Alliance for the Future of Food, Commissione Europea e JRC, 2026.

La centralità della risorsa idrica nel paradigma di sostenibilità della filiera trova una conferma netta nei dati, **l’Italia è il Paese con la maggiore impronta idrica in UE-27, con 130 miliardi di m³ annui**. All’interno del sistema-Paese, **l’agricoltura concentra il 46,5% dei prelievi idrici complessivi**, risultando il principale utilizzatore della risorsa. In più, nell’ultimo decennio il peso medio dei prelievi agricoli è aumentato di +7 p.p., a fronte di una riduzione del contributo della manifattura (-3,8 p.p.) e del settore energetico (-3,2 p.p.).

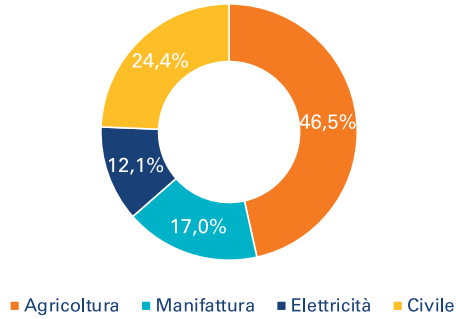


Figura 17 | Prelievi idrici in Italia per settore di utilizzo (valori %), media 2014-2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati European Environment Agency, 2026.

La pressione sulla risorsa idrica non si esaurisce nella fase primaria. Sul fronte industriale, **l'industria alimentare si colloca al 3° posto tra i principali settori manifatturieri idrovori in Italia**, confermando la rilevanza della fase di trasformazione nella catena dei consumi idrici.

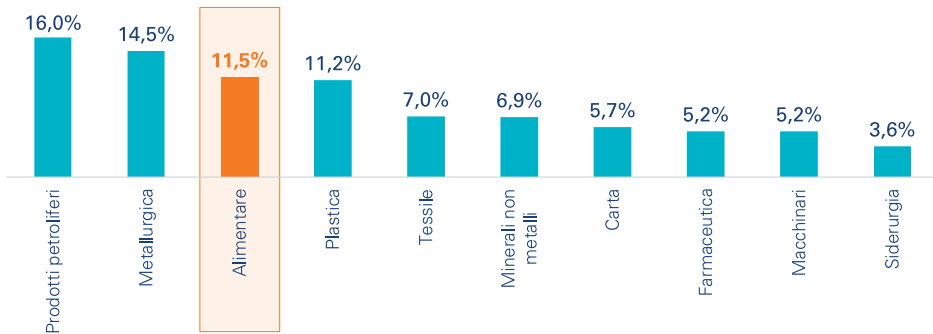


Figura 18 | Consumi idrici industriali dei primi 10 settori manifatturieri idrovori in Italia (milioni di m³), ultimo anno disponibile. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat, 2026.

La sostenibilità come leva di crescita, resilienza e fiducia

1.3

A fronte dell'aumento delle pressioni ambientali e della crescente incertezza operativa, la capacità delle imprese di strutturare una risposta in chiave di sostenibilità emerge come un elemento sempre più discriminante. In questo contesto, tutelare le risorse naturali e garantirne la disponibilità diventa una necessità sistemica e, al tempo stesso, una leva competitiva crescente per le imprese agroalimentari.

All'interno del settore F&B, la capacità di sostenere la crescita e l'innovazione risulta fortemente concentrata. In Italia, **le prime 50 imprese agroalimentari leader contano il 32,7% degli investimenti complessivi in Ricerca e Sviluppo, il 28,5% del fatturato di settore e l'11,2% dell'occupazione.** Emerge chiaramente il ruolo di Capofiliera per il settore.

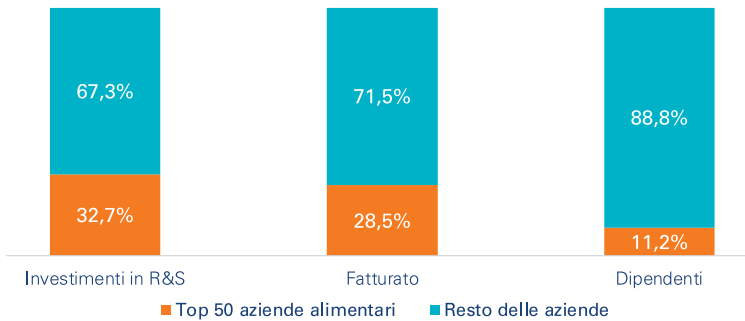
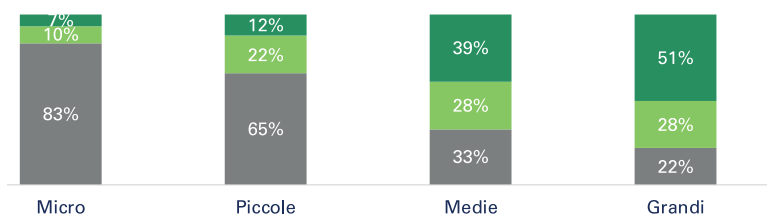


Figura 19 | Quota delle imprese alimentari leader per i principali indicatori economici (% del totale F&B), 2023.
Fonte: TEHA Group su dati Aida, Istat e MonitorItalia 2026.

I Capofiliera abbracciano il loro ruolo di guida e di esempio, mostrando livelli significativamente più elevati di maturità nell'approccio alla sostenibilità: oltre la metà adotta un approccio ESG strutturato e di filiera, con piani formalizzati, investimenti dedicati e monitoraggio degli impatti.

Al contrario, tra micro e piccole imprese prevalgono approcci occasionali, caratterizzati da azioni limitate e non sistematiche. Ne emerge una filiera a due velocità, in cui la capacità di integrare la sostenibilità come leva strategica è fortemente correlata alla dimensione aziendale e al ruolo nella catena del valore.

Figura 20 | Grado di maturità dell'approccio alla sostenibilità nel settore Food&Beverage in Italia per dimensione aziendale (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.



Approccio ESG occasionale
azioni limitate e non strutturate, con scarsi investimenti e monitoraggio

Approccio ESG in evoluzione
sono state avviate iniziative o pratiche ESG ma senza un piano pienamente integrato

Approccio ESG strutturato e di filiera
esiste un piano di sostenibilità formalizzato, con investimenti dedicati e monitoraggio degli impatti ESG

I 3 livelli di maturità dell'approccio alla sostenibilità delle aziende agroalimentari secondo TEHA

Per analizzare in modo coerente e comparabile il grado di integrazione della sostenibilità nella filiera agroalimentare italiana, TEHA ha rivolto per la prima volta alcune domande specifiche su governance, strategicità e sistemi di monitoraggio delle tematiche ESG alle imprese.

Sulla base delle risposte raccolte, le imprese sono state profilate secondo il livello di maturità dell'approccio alla sostenibilità, individuando tre categorie distinte:

- **approccio ESG occasionale:** imprese che adottano azioni limitate e non strutturate, spesso episodiche, con scarsi investimenti dedicati e senza sistemi formali di monitoraggio degli impatti ESG;
- **approccio ESG in evoluzione:** imprese che hanno avviato iniziative o pratiche ESG, ma in assenza di un piano pienamente integrato, con un grado ancora parziale di sistematizzazione e di allineamento alla strategia aziendale complessiva;
- **approccio ESG strutturato e di filiera:** imprese dotate di un piano di sostenibilità formalizzato, con investimenti dedicati, obiettivi chiari e monitoraggio strutturato degli impatti ESG, spesso esteso lungo la filiera e integrato nei processi decisionali.

Questa classificazione consente di leggere in modo più profondo le differenze di performance, resilienza, capacità di investimento e percezione del rischio all'interno della filiera, mettendo in evidenza il ruolo della sostenibilità come fattore di maturità strategica delle imprese

Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026

La maggiore maturità ESG si traduce in una propensione superiore all'investimento, in particolare nelle attività di Ricerca e Sviluppo. Nel 2026, il **61% delle imprese con ESG strutturato** dichiara che gli investimenti in R&S aumenteranno, a fronte di una media complessiva pari al

27%. La propensione risulta ancora più marcata tra le grandi imprese, dove la quota sale fino al 74%, evidenziando un differenziale oltre il doppio rispetto alle aziende con approcci meno maturi.

In questo quadro, la sostenibilità si configura come un abilitatore dell'innovazione, rafforzando la capacità delle imprese di sviluppare processi più efficienti, prodotti a maggiore valore aggiunto e modelli di business più resilienti nel tempo.

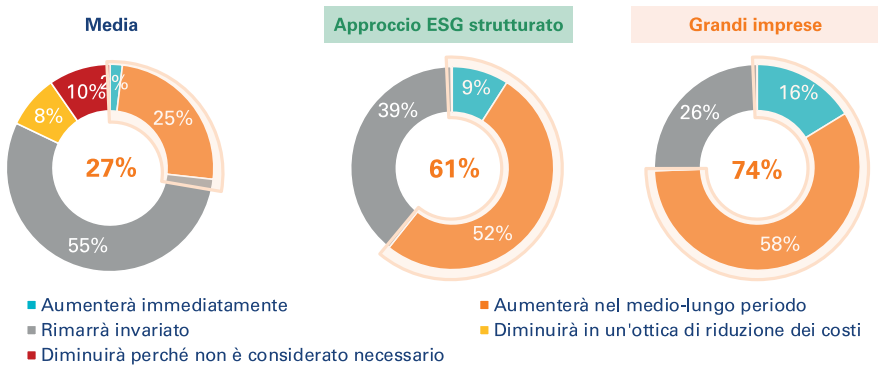


Figura 21 | Risposte alla domanda «Nel futuro, quale sarà l'approccio della sua azienda verso le attività di Ricerca e Sviluppo? (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

Questa dinamica si riflette con chiarezza nelle performance economiche. Al miglioramento del livello di maturità ESG, aumenta la capacità di crescere dell'impresa: **nelle prospettive a 12 mesi le imprese con approccio ESG strutturato stimano una crescita pari a +5,0%, rispetto al -1,7% per quelle con approccio occasionale.** Il tasso di crescita previsto è doppio anche rispetto alle grandi imprese (+2,4%), non è quindi solo un fattore dimensione a guidare la performance.

Allo stesso modo, **negli ultimi 12 mesi, le imprese con approccio strutturato alla sostenibilità sono state capaci di crescere più delle grandi imprese (+3,3% rispetto al +3,2%) e resistono al dato in controtendenza di quelle con un approccio occasione (-2,3%).** La sostenibilità, quando è integrata in modo strutturato, non è un costo ma un fattore abilitante di crescita e di maggiore stabilità economica nel tempo.

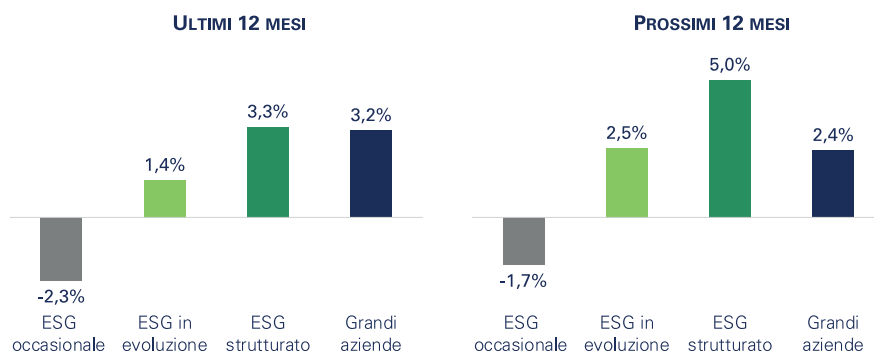
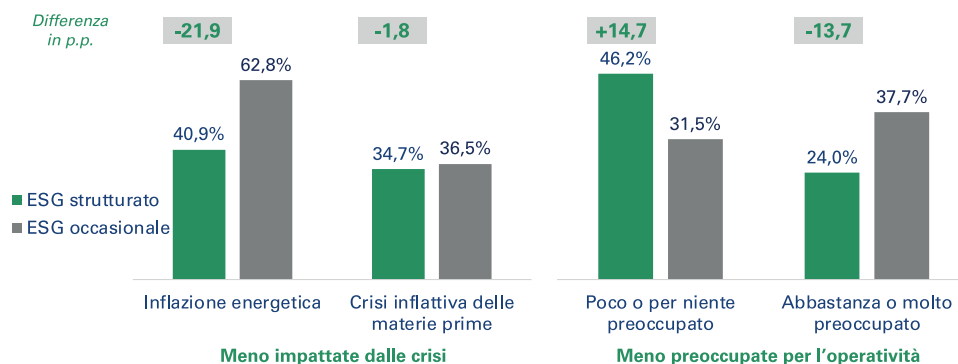


Figura 22 | Variazione del fatturato delle imprese agro-alimentari negli ultimi 12 mesi e nei prossimi 12 mesi per approccio ESG (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

La maggiore maturità ESG si associa anche a una **resilienza operativa misurabile**. A parità di scenario, le imprese con ESG strutturato dichiarano di essere **meno impattate** dai principali fattori di crisi. L'**inflazione energetica** preoccupa il **40,9%** delle imprese con ESG strutturato, contro il **62,8%** di quelle con ESG occasionale (differenza **-21,9 p.p.**); per la **crisi inflattiva delle materie prime**, la quota è **34,7%** vs **36,5%** (differenza **-1,8 p.p.**).

Una strategia di sostenibilità strutturata è ancora **promotrice di resilienza: la quota di aziende poco o per niente preoccupate per l'operatività nel 2026 sale al 46,2%, +14,7 p.p.** rispetto alle aziende con un approccio occasionale. In altre parole, la sostenibilità strutturata funziona come leva di riduzione dell'esposizione agli shock e di maggiore capacità di pianificazione.

Figura 23 | Risposte alla domanda «Quali sono stati i fattori di crisi a più ad elevato impatto sull'operatività della sua azienda nell'ultimo periodo» (sinistra) «Quanto si ritiene preoccupato per l'operatività della sua azienda durante il 2026?» (destra) (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.



Tra i fattori non economici, le imprese riconoscono alla sostenibilità un impatto significativo sulla **reputazione e fiducia nel brand** (46,5%), la maggiore **motivazione dei dipendenti e attrazione delle nuove generazioni** (33,0%), e l'aumento dell'**attrattività verso investitori e finanziatori** (27,5%). Questo insieme di evidenze indica che la sostenibilità agisce soprattutto come asset di fiducia e capitale umano, consolidando un vantaggio competitivo che si accumula nel tempo e rafforza la solidità complessiva dell'impresa.

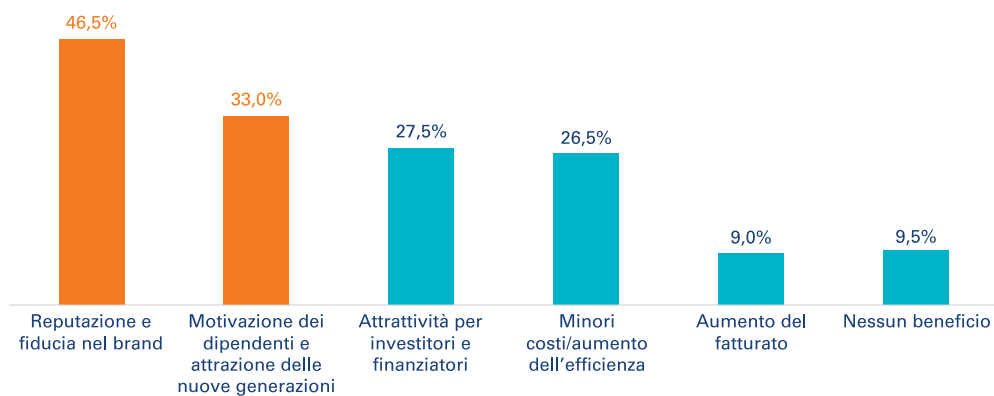


Figura 24 | Risposte alla domanda «Quali sono i benefici derivanti dall'integrazione della sostenibilità nel business?» (valori % sul totale delle imprese), 2025. *Fonte: elaborazione TEHA Group su dati proprietari raccolti tramite survey somministrata a 113 imprese nell'ambito del Family Business Sustainability Summit, 2026.*

1.4

Investimenti e comunicazione: cosa serve per abilitare la transizione sostenibile

La transizione sostenibile nella filiera agroalimentare italiana risulta già avviata, ma con un grado di maturità ancora disomogeneo. Nel 2026, **il 69,5% delle imprese dichiara di essere attivamente coinvolto nel percorso di sostenibilità**, tra chi sta già adottando misure concrete (21,9%) e chi prevede di adottarle nel prossimo futuro (47,6%).

Rimane tuttavia una quota rilevante di imprese ancora ai margini del processo, **il 16,9% non intende introdurre ulteriori misure di sostenibilità, mentre il 13,6% non ha ancora una posizione definita**. Il dato evidenzia quindi una transizione attivata, ma non ancora pienamente sistemica.

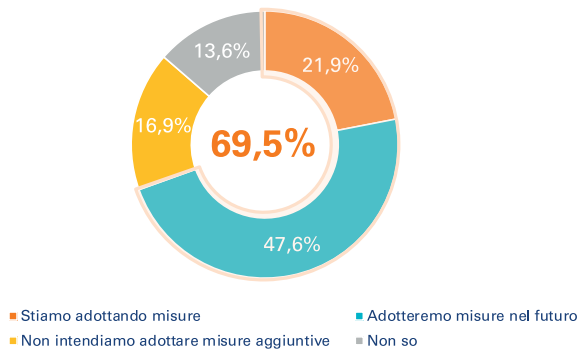


Figura 25 | Risposte alla domanda «La sua azienda è disposta ad aumentare la sostenibilità dei propri prodotti e processi produttivi?» (valori %), 2026. *Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.*

Nonostante l'attivazione diffusa, la scalabilità della transizione risulta oggi frenata da fattori di mercato ben identificabili. **La principale barriera segnalata dalle imprese è infatti l'indisponibilità dei consumatori a sostenere costi maggiori, indicata dal 39,7% delle aziende** come ostacolo prioritario all'implementazione della sostenibilità. Seguono, con incidenza decisamente inferiore, le normative complesse (23,0%) e i costi tecnologici elevati (22,8%).

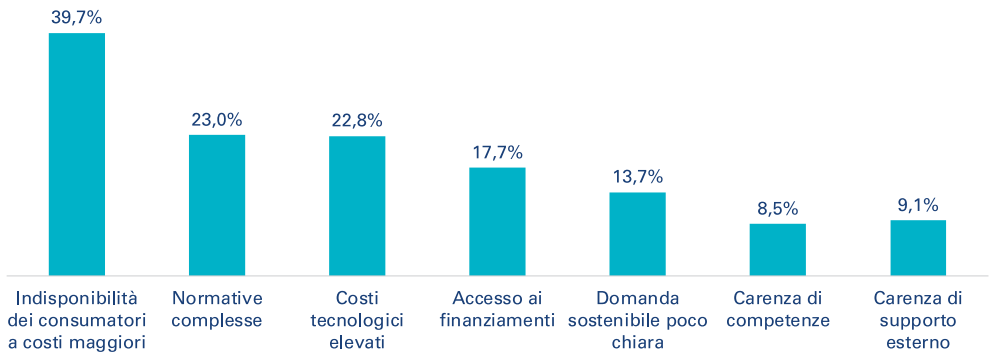


Figura 26 | Risposte alla domanda «Quali tra le seguenti barriere ritiene siano le più importanti nell'implementare la sostenibilità nella sua azienda?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

Analizzando le barriere per livello di maturità ESG, l'indisponibilità dei consumatori a pagare rimane la prima barriera ma emerge un cambiamento significativo nella natura degli ostacoli. Tra le imprese con approccio ESG strutturato, **l'accesso ai finanziamenti diventa una criticità centrale, indicata dal 45,8% delle aziende, con un incremento di +28,1 p.p. rispetto alla media complessiva (17,7%).**

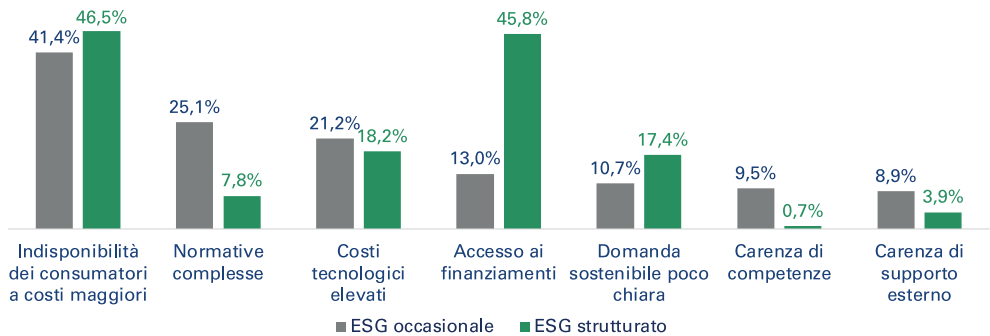


Figura 27 | Risposte alla domanda «Quali tra le seguenti barriere ritiene siano le più importanti nell'implementare la sostenibilità nella sua azienda?» per approccio alla sostenibilità (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

Dal lato della domanda, la richiesta è chiara e la sostenibilità è entrata stabilmente nei criteri di scelta dei consumatori. Nel 2026, **il 70% dei consumatori italiani considera la sostenibilità dei prodotti alimentari abbastanza o molto rilevante, con un incremento di +2,3 punti percentuali rispetto al 2025.** L'attenzione risulta inoltre trasversale alle fasce di reddito, confermando che la sostenibilità non è più un

tema di nicchia o elitario, ma un valore ampiamente condiviso nel mercato di massa.

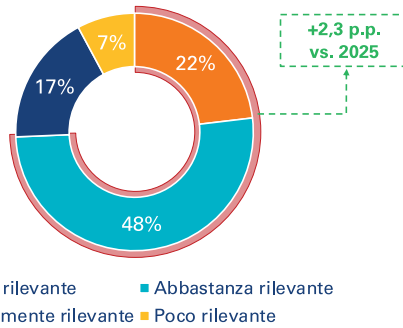


Figura 28 | Risposte alla domanda «Quanto ritiene rilevante la sostenibilità dei prodotti alimentari che acquista nella sua spesa alimentare?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, marzo 2026.

Entrando nel merito del significato attribuito alla sostenibilità, emerge una visione sempre più concreta e orientata ai processi. Per il 68,6% dei consumatori, un prodotto sostenibile è prima di tutto sostenibile nella sua produzione; seguono l'uso efficiente di energia e risorse (41,3%) e il packaging sostenibile (31,9%). Elementi come la sostenibilità sociale (21,7%) e la presenza di certificazioni (21,4%) completano il quadro.

Le generazioni più giovani rafforzano ulteriormente questo orientamento: tra i Millennials l'attenzione al packaging sostenibile cresce di +5,4 p.p., mentre nella Generazione Z aumenta di +4,4 p.p. l'importanza delle certificazioni. **Il consumatore, dunque, associa sempre più la sostenibilità a contenuti verificabili e operativi, non a dichiarazioni generiche.**

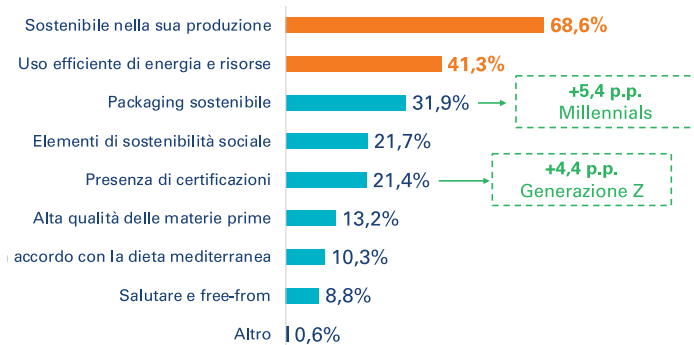


Figura 29 | Risposte alla domanda «Cosa significa per lei acquistare un prodotto "sostenibile"?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, marzo 2026.

Nonostante l'elevata attenzione e una comprensione sempre più matura del concetto di sostenibilità, il prezzo rappresenta ancora il nodo critico. Nel 2026, **quasi un consumatore su due non è disposto a pagare un prezzo maggiore per prodotti sostenibili**. Si evidenzia così una contrapposizione tra l'elevata attenzione dichiarata verso la sostenibilità e la difficoltà di tradurla in un riconoscimento economico concreto, che limita oggi la piena valorizzazione di tale impegno lungo il mercato. **Solo il 35,4% accetterebbe un sovrapprezzo contenuto tra +5% e +10%, mentre la disponibilità a riconoscere incrementi più elevati resta residuale** (15,7% tra +10% e +30%, appena 1,1% oltre il +30%).

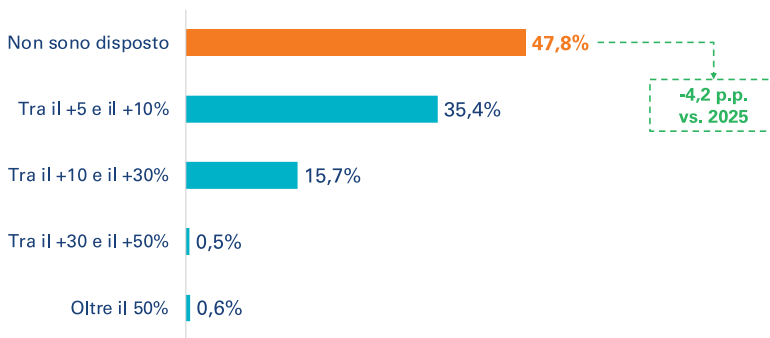


Figura 30 | Risposte alla domanda «Quanto è disposto a spendere in più per un prodotto sostenibile rispetto al valore di un suo sostituto, cioè un prodotto non necessariamente sostenibile?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, marzo 2026.

La percezione delle imprese rafforza questa ambivalenza. Nel 2026, **il 23% delle aziende ritiene che la disponibilità dei consumatori a pagare per la sostenibilità sia in diminuzione**, mentre solo il 16,6% osserva un aumento; una quota significativa (31,8%) segnala che non ne viene riconosciuto un extra valore.

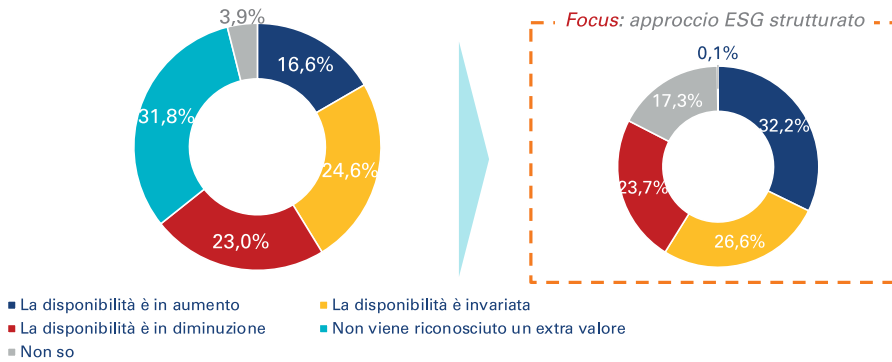


Figura 31 | Risposte alla domanda «Ritiene che i consumatori siano disposti a pagare un prezzo maggiore per un prodotto alimentare sostenibile?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

Nel complesso, l’attenzione del consumatore alla sostenibilità nel carrello mostra un andamento strutturale e non congiunturale. **Il 69,7% delle imprese prevede che l’attenzione del consumatore aumenterà o resterà stabile nei prossimi anni.** I segnali di crescita risultano particolarmente forti tra le imprese con un approccio ESG ancora in evoluzione, dove il 68,4% prevede un aumento dell’attenzione, indicando un potenziale di ulteriore espansione della domanda.

La sostenibilità è ormai un driver riconosciuto nelle scelte di acquisto, ma il valore economico associato non è ancora pienamente trasferibile sul prezzo. Il paradosso tra attenzione e disponibilità a pagare rappresenta oggi uno dei principali colli di bottiglia della transizione, e chiama la filiera a lavorare su credibilità, misurabilità e comunicazione del valore, per trasformare la preferenza dichiarata del consumatore in un sostegno concreto alla scalabilità degli investimenti sostenibili.

02

Come procede la filiera agroalimentare Italiana nella (R)evoluzione sostenibile: il Food Sustainable Transition Index 2026

Giunta alla quinta edizione, la Ricerca “La (R)evoluzione Sostenibile e Circolare della filiera agroalimentare italiana” conferma l’esigenza di disporre di uno **strumento solido, comparabile e aggiornabile nel tempo per valutare lo stato di avanzamento della transizione sostenibile della filiera agroalimentare**. In un contesto economico, sociale e ambientale caratterizzato da pressioni crescenti, la sostenibilità deve essere interpretata come un fattore strutturale di competitività, resilienza e capacità di creazione di valore.

La **filiera agroalimentare occupa una posizione centrale** all’interno dei sistemi economici e sociali contemporanei. Da un lato, è tra i **comparti più esposti agli effetti delle trasformazioni globali**, a partire dal cambiamento climatico, dalla volatilità dei prezzi delle materie prime e dai cambiamenti nei comportamenti dei consumatori. Dall’altro lato, è anche **una delle filiere più rilevanti per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità e circolarità**, incidendo direttamente sull’utilizzo delle risorse naturali, sulla tutela del suolo, sulle emissioni, sulla sicurezza alimentare e sulla salute dei cittadini.

Per questo motivo, la sostenibilità della filiera agroalimentare deve essere analizzata in modo integrato. La transizione sostenibile richiede infatti la capacità di conciliare crescita economica, benessere sociale, tutela del patrimonio naturale e innovazione tecnologica. In questa prospettiva, **TEHA ha sviluppato per il terzo anno consecutivo il Food Sustainable Transition Index**, un indicatore composito che consente di misurare il posizionamento dell’Italia rispetto agli altri Paesi dell’Unione Europea, offrendo una fotografia articolata dello stato della sostenibilità della filiera agroalimentare.

Nell’approccio TEHA, la **sostenibilità si articola secondo quattro dimensioni fondamentali**.

- **Sostenibilità economica:** misura la capacità della filiera di generare crescita duratura, Valore Aggiunto, produttività e competitività, riducendo al tempo stesso le vulnerabilità legate alla dipendenza dall’estero, alla frammentazione industriale e all’esposizione all’inflazione;
- **Sostenibilità sociale:** riguarda la capacità di contribuire al benessere della popolazione attraverso la creazione di occupazione, la promozione di corretti stili di vita, la riduzione dello spreco alimentare e la diffusione di abitudini di consumo più equilibrate;
- **Sostenibilità ambientale:** valuta la capacità della fi-

liera e del sistema Paese di utilizzare in modo efficiente le risorse naturali, ridurre gli impatti ambientali, contenere le emissioni, preservare il suolo e promuovere modelli produttivi più compatibili con i limiti degli ecosistemi;

- **Sostenibilità dell'innovazione:** misura la capacità di integrare nuove tecnologie, ricerca e sviluppo, brevetti, materiali circolari e nuovi modelli di servizio come leve per accelerare la transizione.

Il Food Sustainable Transition Index 2026 si basa su **23 Key Performance Indicator monitorabili nel tempo**, organizzati nei quattro pilastri della sostenibilità. I KPI sono stati selezionati con l'obiettivo di rappresentare le principali dimensioni di impatto della filiera agroalimentare nel contesto europeo, garantendo comparabilità tra i 27 Paesi dell'Unione Europea e continuità di monitoraggio nel tempo. I 4 pilastri e i relativi 23 Key Performance Indicator (KPI) sono così suddivisi:

- **5 KPI del pilastro economico:** l'incidenza del Valore Aggiunto della filiera agroalimentare sul PIL, la produttività del settore agricolo, l'esposizione della filiera agroalimentare all'inflazione, la frammentazione delle imprese della filiera industriale Food&Beverage e la dipendenza dall'estero della filiera agroalimentare;
- **6 KPI del pilastro sociale:** l'incidenza dell'occupazione nella filiera agroalimentare, i DALYs¹ causati da una dieta scorretta, lo spreco alimentare, il tasso di sovrappeso/obesità della popolazione adulta, il tasso di sedentarietà della popolazione e il consumo di frutta e verdura;
- **7 KPI del pilastro ambientale:** le perdite economiche legate al cambiamento climatico, il suolo affetto da impermeabilizzazione, il suolo affetto da erosione, l'efficienza nell'utilizzo dei fertilizzanti in agricoltura, la variazione dell'utilizzo di pesticidi chimici, la quota di terreno dedicato all'agricoltura biologica e l'intensità delle emissioni della filiera agroalimentare;
- **5 KPI del pilastro dell'innovazione:** gli investimenti pubblici in Ricerca e Sviluppo nel settore agricolo, l'incidenza dei ricavi nel mercato della robotica per l'agricoltura, il tasso di utilizzo di materiali circolari, le richieste di brevetti nella filiera agroalimentare e il valore del food delivery pro capite.

¹ Disability Adjusted Life Years (DALY) è una misura della gravità complessiva di una malattia, espressa come numero di anni persi a causa della malattia per disabilità o morte prematura.

Analisi della sostenibilità della filiera agroalimentare italiana nel contesto europeo (UE-27)

ECONOMICO	SOCIALE	AMBIENTALE	INNOVAZIONE
<ul style="list-style-type: none"> • Valore Aggiunto della filiera agroalimentare (valore % sul PIL; Eurostat, 2024) • Produttività del settore agricolo (Euro, Valore Aggiunto per addetto; Eurostat, 2024) • Esposizione della filiera agroalimentare all'inflazione (valori %, differenza tra inflazione alimentare e indice generale dei prezzi al consumo; Eurostat, 2023) • Frammentazione dell'industria alimentare (fatturato per azienda; Eurostat, 2024) • Dipendenza dall'estero della filiera agroalimentare (valori %, import/commercio totale; Comext e Coeweb, 2025) 	<ul style="list-style-type: none"> • Incidenza dell'occupazione agricola sul totale degli occupati (valori % sul totale degli occupati; Eurostat, 2025) • DALYs* causati da una dieta scorretta (DALYs ogni 100.000 abitanti; GBD, 2023 o ultimo anno disponibile) • Spredo alimentare (kg pro capite; Eurostat, 2023) • Tasso di sovrappeso/obesità degli adulti (valori %; OCSE, 2022) • Tasso di sedentarietà degli adulti (valori %; OCSE-OMS, 2022) • Consumi di frutta e verdura (% della pop. che raggiunge 5 dosi giornaliere consigliate; Eurostat, 2022 o ultimo anno disponibile) 	<ul style="list-style-type: none"> • Perdite economiche legate al cambiamento climatico (Euro pro capite; Eurostat, 2024) • Suolo affetto da impermeabilizzazione (valori % su tot. superficie; Eurostat, 2018) • Suolo affetto da erosione (valori % su tot. superficie; Eurostat, 2023) • Efficienza nell'utilizzo dei fertilizzanti in agricoltura (ton fertilizzanti per migliaia di Euro di Valore Aggiunto; Eurostat, 2024) • Variazione dell'utilizzo di pesticidi chimici (var. % 2020-2023; Eurostat, 2024) • Terreno dedicato all'agricoltura biologica (valori % su totale; Eurostat, 2024) • Intensità delle emissioni della filiera agroalimentare (ton di emissioni per migliaia di Euro di Valore Aggiunto; Eurostat, 2024) 	<ul style="list-style-type: none"> • Investimenti pubblici in R&S nel settore agricolo (Euro pro capite; Eurostat, 2025) • Incidenza dei ricavi nel mercato della robotica per l'agricoltura (migliaia di Euro ogni milione di Euro di fatturato del settore agricolo; Statista, 2024) • Tasso di utilizzo di materiali circolari (valori %; Eurostat, 2024) • Richieste di brevetti nella filiera agroalimentare (valori assoluti; EPO, 2025) • Valore del food delivery (Euro pro-capite; Statista, 2024)

Figura 32 | Key Performance Indicator del "Food Sustainable Transition Index", 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026. N.B. I KPI segnalati in azzurro sono da considerarsi come «Reverse indicator» (al punteggio più elevato viene attribuito un punteggio pari a 1).

Alcuni indicatori sono definiti come **reverse indicator**, in quanto a un valore più elevato corrisponde una performance peggiore. In questi casi, la metodologia di calcolo dell'Indice attribuisce un punteggio migliore ai Paesi che presentano valori più contenuti.

Per valutare il progresso complessivo dell'Italia e degli altri Paesi UE-27 in relazione ai vari pilastri della sostenibilità, i **risultati dei KPI sono stati standardizzati su una scala da 1 a 10**, dove 1 rappresenta il valore minimo e 10 il massimo. Ogni indicatore è stato ponderato equamente all'interno di ogni pilastro, garantendo un peso uniforme per tutte le dimensioni analizzate e riducendo al minimo la possibilità di interpretazione soggettiva.

Il **posizionamento relativo di ogni Paese in ciascun sotto-indice del pilastro e nella classifica generale è stato visualizzato tramite istogrammi**, con i quartili evidenziati nella parte inferiore (verde scuro per il 1° quartile, verde chiaro per il 2° quartile, giallo per il 3° quartile e rosso per il 4° quartile).

Rispetto alla precedente edizione, **due KPI sono stati riformulati per rendere l'Indice più accurato e rappresenta-**

tivo delle performance dei Paesi analizzati. In particolare, l'indicatore sulla **variazione percentuale dell'utilizzo di fertilizzanti** è stato sostituito con l'**efficienza nell'utilizzo dei fertilizzanti**, calcolata come quantità di fertilizzanti impiegati in agricoltura in rapporto al Valore Aggiunto agricolo. Allo stesso modo, l'indicatore sull'**incidenza delle emissioni della filiera agroalimentare sul totale delle emissioni nazionali** è stato sostituito con l'**intensità emissiva della filiera agroalimentare**, calcolata come emissioni della filiera in rapporto al Valore Aggiunto agroalimentare.

L'aggiornamento 2026 ha previsto inoltre il **calcolo del Food Sustainable Transition Index 2025 Adjusted**, ovvero un aggiornamento dell'Indice dell'anno precedente tenendo conto delle variazioni intervenute nelle serie storiche durante l'anno.

Nell'Indice 2025 Adjusted l'Italia si è posizionata al 11° posto tra i Paesi UE-27, con un **punteggio di 5,4 su 10**, riflettendo una performance di sostenibilità della filiera a 360 gradi con buoni punti di forza, ma anche con ampi margini di miglioramento.

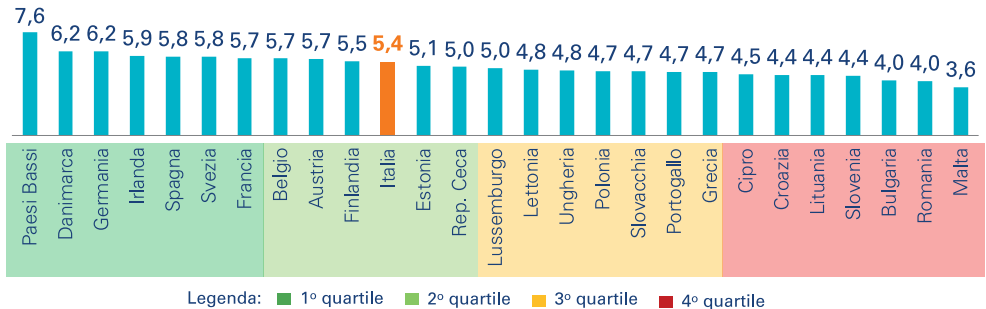


Figura 33 | Food Sustainable Transition Index 2025 Adjusted di TEHA (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026. * Il 1° quartile indica il valore al di sotto del quale si trova il 75% dei dati, il 2° quartile corrisponde alla mediana, dividendo i dati in due parti uguali (50% al di sopra e 50% al di sotto), mentre il 4° quartile rappresenta il valore al di sotto del quale si trova il 25% dei dati.

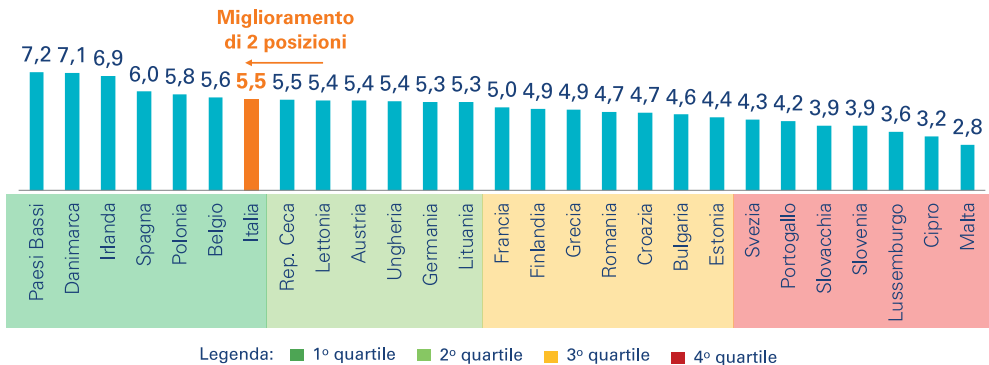
2.1

Il pilastro della Sostenibilità Economica: competitività e creazione di valore nella filiera agroalimentare

La sostenibilità economica rappresenta una delle dimensioni fondanti della transizione della filiera agroalimentare. In un settore esposto a **shock esterni, volatilità dei prezzi, tensioni commerciali, cambiamenti climatici e trasformazioni della domanda**, la capacità di generare Valore Aggiunto, migliorare la produttività, ridurre le dipendenze dall'estero e rafforzare la struttura industriale costituisce una condizione necessaria per sostenere nel tempo gli investimenti e tradurre la sostenibilità in percorsi concreti di innovazione, tutela ambientale e impatto sociale.

Nel Food Sustainable Transition Index 2026, l'Italia si posiziona al **7° posto nel pilastro della sostenibilità economica**, con un punteggio pari a **5,5 su 10**, migliorando di **2 posizioni** rispetto all'edizione precedente. Il risultato colloca il Paese nel primo quartile tra le economie europee per sostenibilità economica della filiera agroalimentare, pur mantenendo un divario rispetto ai best performer. Al primo posto si posizionano i Paesi Bassi, con un punteggio pari a **7,2**, seguiti da Danimarca e Irlanda.

Figura 34 | Indice di posizionamento dei Paesi europei per sostenibilità economica della filiera agroalimentare (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.



Il miglioramento dell'Italia nel pilastro economico deriva da una dinamica positiva e diffusa su tutte le dimensioni considerate. Rispetto al 2025, il Paese mantiene infatti la stessa posizione o migliora in tutti i KPI considerati nel pilastro.

	2025	2026	
Valore Aggiunto della filiera agroalimentare	12°	11°	↑ 1
Dipendenza dall'estero della filiera	10°	9°	↑ 1
Produttività del settore agricolo	10°	10°	=
Esposizione della filiera all'inflazione	5°	5°	=
Frammentazione dell'industria	14°	13°	↑ 1

Figura 35 | Posizionamento dell'Italia nella dimensione della sostenibilità economica della filiera agroalimentare (Posizionamento e variazione di posizione 2025 vs. 2026). Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Le evidenze indicano un rafforzamento della sostenibilità economica della filiera agroalimentare nazionale, sostenuto da alcune dinamiche strutturali favorevoli. In particolare, la riduzione della dipendenza dall'estero e il rafforzamento dell'incidenza del Valore Aggiunto agroalimentare sul PIL italiano segnalano una filiera progressivamente **meno esposta alle vulnerabilità esterne** e in grado di contribuire in modo crescente alla **crescita economica del Paese**.

Tale miglioramento, pur collocandosi in un contesto di **posizionamento europeo che si mantiene intorno alla 10^a posizione**, evidenzia una traiettoria di consolidamento della base economica della filiera, con potenziali effetti positivi in termini di stabilità e resilienza complessiva.

Allo stesso tempo, il principale punto di attenzione rimane la **frammentazione dell'industria alimentare**. Pur migliorando di una posizione rispetto al 2025, l'Italia si colloca ancora al 13° posto per fatturato medio per azienda nel settore alimentare. Il valore italiano è infatti pari a **3,6 milioni di Euro per impresa**, significativamente inferiore rispetto ai principali Pa-

esi europei. La Danimarca, prima in classifica, registra un valore pari a **22,1 milioni di Euro per impresa** seguita dall'Irlanda con **17,0 milioni di Euro**.

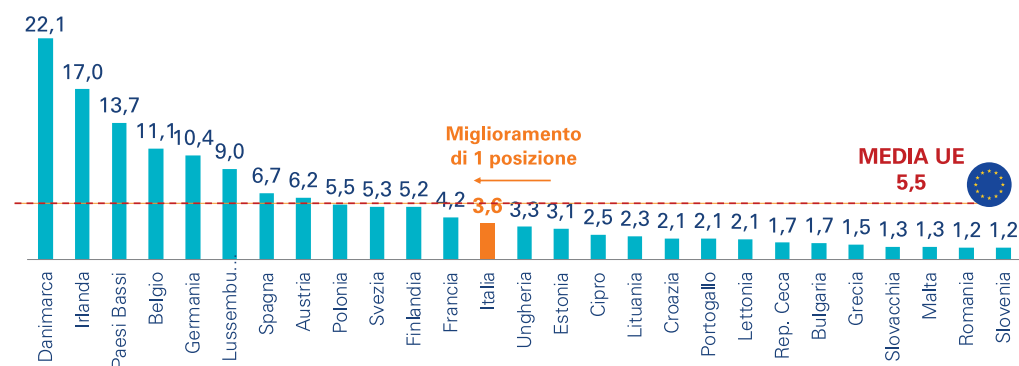


Figura 36 | Frammentazione dell'industria alimentare (fatturato per azienda), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

La frammentazione costituisce una caratteristica strutturale del sistema agroalimentare italiano. Da un lato, essa riflette la **ricchezza del tessuto produttivo nazionale**, fondata su una pluralità di imprese, distretti e specializzazioni locali. Dall'altro lato, una **dimensione media più contenuta può limitare la capacità delle imprese di investire** in innovazione, internazionalizzazione e sostenibilità ambientale. Il miglioramento registrato nel 2026 segnala un percorso positivo, ma non ancora sufficiente a colmare il divario rispetto ai Paesi con strutture industriali più consolidate.

Il posizionamento dell'Italia al 7° posto nel pilastro economico evidenzia dunque una performance positiva, ma non priva di criticità. Il Paese dimostra di poter competere con le principali economie europee nella capacità di generare valore e nel contenere alcune vulnerabilità macroeconomiche, ma **deve ancora intervenire sulla frammentazione del tessuto produttivo** e sulla capacità di trasformare la frammentazione da limite strutturale a elemento di specializzazione competitiva.

Il pilastro della Sostenibilità Sociale: occupazione, abitudini alimentari e responsabilità nei consumi della filiera agroalimentare

2.2

La sostenibilità sociale della filiera agroalimentare riguarda la capacità del sistema di generare ricadute positive sul tessuto occupazionale del Paese e sul benessere dei cittadini, configurandosi come una dimensione centrale del percorso di transizione della filiera. Essa misura, infatti, la capacità del comparto di produrre **benefici concreti per l'economia, per i lavoratori e per la società nel suo complesso**, lungo l'intera catena del valore.

In questa prospettiva, la sostenibilità sociale si articola in **tre ambiti principali**: il contributo della filiera all'**occupazione**, il ruolo dell'**alimentazione** nella promozione della salute e della qualità della vita e la diffusione di **comportamenti di consumo più responsabili**, con particolare riferimento alla riduzione dello spreco alimentare. La filiera agroalimentare emerge così non soltanto come un settore produttivo, ma come un **attore chiave nella costruzione di modelli di sviluppo più inclusivi, sani e sostenibili**.

Nel Food Sustainable Transition Index 2026, l'Italia si posiziona al **7° posto nel pilastro della sostenibilità sociale**, con un punteggio pari a **5,8 su 10**, mantenendo la stessa posizione del 2025. Il risultato colloca il Paese nel primo quartile della classifica europea, dietro a Paesi Bassi, Irlanda, Spagna, Francia, Lussemburgo e Svezia.

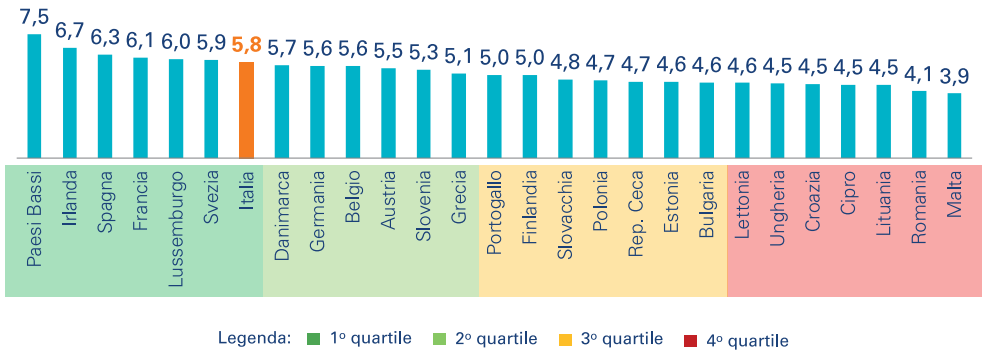


Figura 37 | Indice di posizionamento dei Paesi europei per sostenibilità sociale della filiera agroalimentare (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Il posizionamento dell'Italia riflette un quadro complessivamente solido, sostenuto nello specifico da alcune performance positive legate alla salute alimentare della popolazione. Il dato più rilevante riguarda il tasso di sovrappeso e obesità tra la popolazione adulta. **L'Italia presenta il valore più basso in Europa, pari al 41,9%**, contro valori sensibilmente superiori nei principali Paesi europei di riferimento.

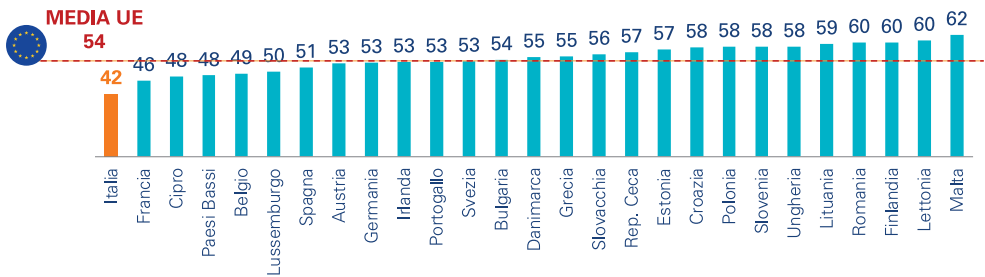


Figura 38 | Tasso di sovrappeso e obesità della popolazione adulta (valori %), 2022. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati OCSE, 2026.

Questo risultato conferma il ruolo positivo del modello alimentare italiano e, più in generale, della dieta mediterranea come riferimento nutrizionale, con effetti favorevoli sui principali indicatori di salute. Rispetto ad altri modelli alimentari avanzati, il sistema italiano continua a mostrare performance superiori anche in termini di salute della

popolazione, un bambino nato in Italia nel 2026 può contare su un'aspettativa di vita superiore di oltre 4,4 anni rispetto a un coetaneo negli Stati Uniti. Tuttavia, nonostante il valore registrato sia il **migliore a livello europeo**, esso continua a rappresentare una **quota rilevante della popolazione**. Anche in Italia, infatti, **oltre quattro adulti su dieci risultano in eccesso di peso**, evidenziando come il fenomeno rimanga ampiamente diffuso.

In questo quadro, il **posizionamento europeo appare complessivamente favorevole**, ma la diffusione dell'eccesso ponderale continua a costituire una **criticità significativa sotto il profilo sanitario e sociale**, richiedendo interventi strutturali lungo l'intero sistema alimentare.

Una criticità significativa riguarda invece il tasso di **spreco alimentare**. L'Italia registra un valore pari a **138 kg pro capite**, posizionandosi nella media della classifica europea. Il confronto con la Spagna, in 1^a posizione con un valore di **54 kg pro capite**, è particolarmente rilevante: lo spreco alimentare italiano è pari a **2,6 volte** quello spagnolo.

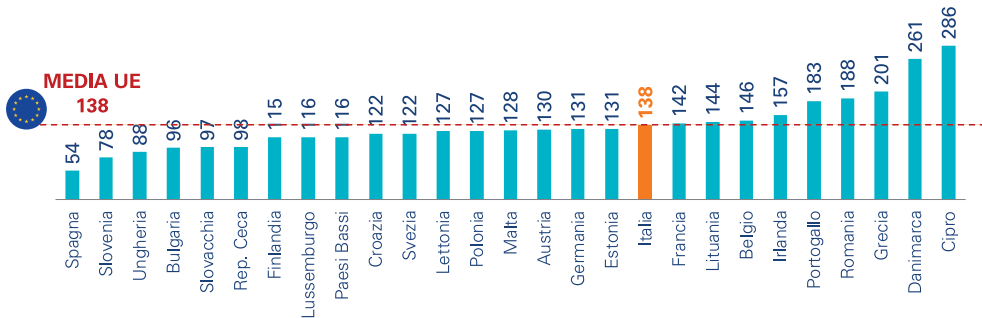


Figura 39 | Tasso di spreco alimentare nei Paesi UE-27 (kg pro capite), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

Lo spreco alimentare rappresenta uno dei principali elementi di criticità nell'ambito della sostenibilità sociale della filiera agroalimentare, in quanto genera effetti rilevanti su più dimensioni tra loro strettamente interconnesse.

Dal punto di vista **economico**, esso si traduce in una dispersione di valore lungo l'intera catena alimentare, con impatti che si manifestano sia a livello di filiera sia all'interno dei contesti domestici, riducendo l'efficienza complessiva del sistema.

Sul piano **ambientale**, lo spreco alimentare contribuisce in modo significativo all'utilizzo inefficiente delle risorse naturali, determinando un consumo non necessario di **energia, acqua e suolo**, nonché un aumento delle **emissioni associate** ai processi di produzione, trasformazione e distribuzione.

Infine, sotto il profilo **sociale**, tale fenomeno assume una valenza particolarmente critica poiché coesiste con situazioni di **insicurezza alimentare**, difficoltà di accesso a un'alimentazione sana e nutriente e con l'**incremento del costo della vita** che colpisce in modo sproporzionato alcune fasce più vulnerabili della popolazione.

La posizione dell'Italia nel pilastro sociale, pur positiva, suggerisce quindi una doppia lettura. Da un lato, il Paese dispone di un **patrimonio alimentare e culturale** che contribuisce a una performance relativamente buona in termini di salute e contenimento di abitudini alimentari non salutari. Dall'altro lato, permangono **aree di miglioramento nei comportamenti di consumo**. Le evidenze del pilastro sociale restituiscono l'immagine di una filiera agroalimentare nazionale capace di generare valore per la salute e il benessere della popolazione, ma sottolineano la necessità di trasformare la qualità del modello alimentare italiano in comportamenti effettivi e diffusi.

Il pilastro della Sostenibilità Ambientale: risorse naturali, impatti e resilienza della filiera agroalimentare

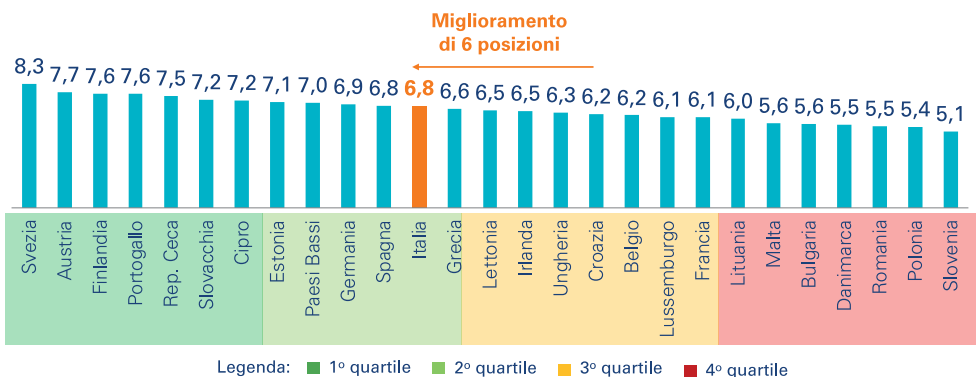
2.3

La sostenibilità ambientale rappresenta una delle dimensioni più complesse della transizione della filiera agroalimentare, in quanto interessa sia l’impatto diretto delle attività agricole e industriali sull’ambiente sia le **condizioni strutturali del territorio** in cui la filiera opera.

Il comparto agroalimentare si configura infatti come **al tempo stesso causa e vittima delle pressioni ambientali**: da un lato utilizza suolo, acqua, fertilizzanti, energia e altri input produttivi; dall’altro subisce in modo diretto gli effetti del **cambiamento climatico**, della **scarsità idrica**, dell’**erosione del suolo**, degli **eventi meteorologici estremi**, con ricadute crescenti sulla stabilità e sulla resilienza del sistema produttivo.

Nel Food Sustainable Transition Index 2026, l’Italia si posiziona al **12° posto nel pilastro della sostenibilità ambientale**, con un punteggio pari a **6,8 su 10**, migliorando di **6 posizioni** rispetto al 2025. Si tratta del miglioramento più marcato tra i quattro pilastri dell’Indice e rappresenta un segnale significativo di avanzamento per il Paese.

Figura 40 | Indice di posizionamento dei Paesi europei per sostenibilità ambientale della filiera agroalimentare (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.



Il miglioramento del posizionamento dell'Italia nel pilastro della sostenibilità ambientale è riconducibile in larga misura a specifici indicatori in cui il Paese mostra performance particolarmente solide.

Un primo elemento riguarda l'intensità delle emissioni della filiera agroalimentare, misurata come tonnellate di CO₂ equivalente per 1.000 Euro di Valore Aggiunto. Con un valore pari a **0,59 tonnellate di CO₂ equivalente per 1.000 Euro di Valore Aggiunto**, l'Italia si colloca al **3° posto nel confronto europeo**, preceduta unicamente da **Malta e Lussemburgo**.

Tale risultato appare particolarmente significativo se confrontato con i principali Paesi europei di riferimento: a parità di indicatore, la **Francia** registra un'intensità superiore del **62%**, la **Germania** del **28%** e la **Spagna** del **12%**, confermando una maggiore efficienza emissiva della filiera agroalimentare italiana.

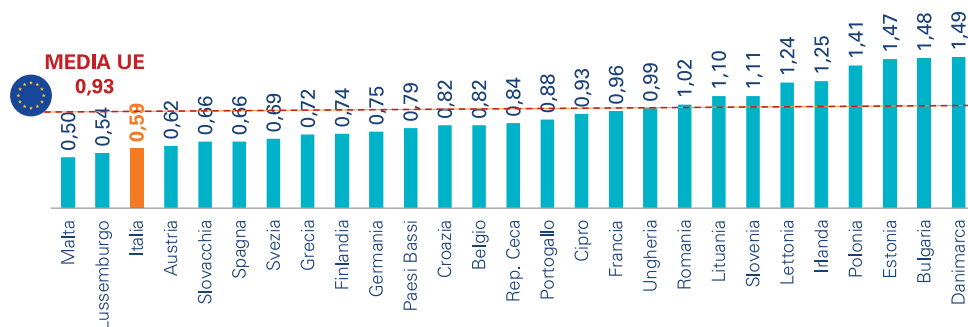


Figura 41 | Emissioni di CO₂eq dell'agroalimentare in rapporto al Valore Aggiunto (tonnellate di CO₂eq per migliaia di Euro di Valore Aggiunto), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

Questo risultato assume una particolare rilevanza poiché consente di cogliere la capacità della filiera agroalimentare di **generare valore economico riducendo l'impatto emissivo in termini relativi**. In altri termini, l'Italia mostra una **buona efficienza emissiva**: a parità di Valore Aggiunto prodotto, la filiera genera **un livello di emissioni inferiore rispetto alla maggior parte dei Paesi europei**. Tale evidenza segnala una **traiettoria di disaccoppiamento tra**

crescita economica e impatto ambientale, elemento centrale della transizione sostenibile e indicatore della possibilità di coniugare competitività e riduzione delle pressioni ambientali lungo la filiera.

Un secondo punto di forza riguarda la diffusione dell'agricoltura biologica. Nel 2024, la quota di terreno dedicato all'agricoltura biologica in Italia è pari al **19,5%** del totale, un valore significativamente superiore alla media UE, pari all'**11,3%**. L'Italia si posiziona al 4° posto in Europa, dopo Austria, Estonia e Portogallo.

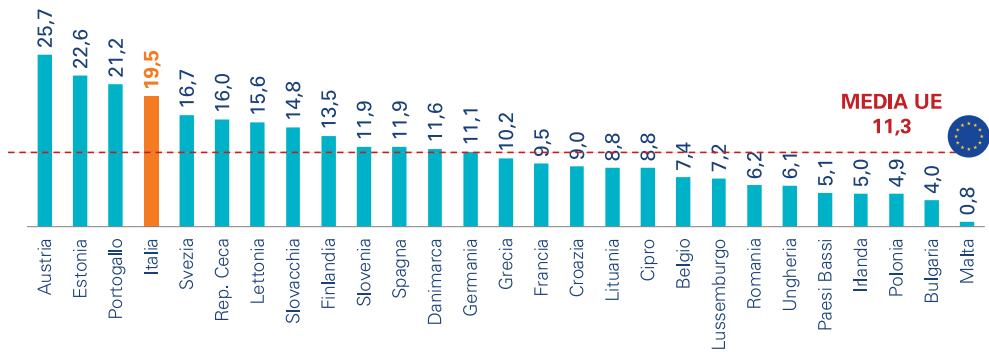


Figura 42 | Terreno dedicato all'agricoltura biologica (valori % su totale), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

La diffusione dell'agricoltura biologica rappresenta un indicatore importante della capacità del sistema agricolo di orientarsi verso pratiche produttive più attente alla qualità del suolo, alla riduzione degli input chimici e alla sostenibilità dei processi. Il dato italiano conferma un **posizionamento avanzato nel confronto europeo e rappresenta una delle leve su cui rafforzare ulteriormente la competitività** sostenibile del Made in Italy agroalimentare.

Accanto a questi punti di forza, permangono tuttavia alcune criticità strutturali rilevanti. La più evidente riguarda il **suolo affetto da erosione**. L'Italia si posiziona ultima in Europa, con il **24,4%** della superficie interessata da erosione, il valore più elevato tra tutti i Paesi UE 27. Il dato è molto distante da quello di molti Paesi europei, alcuni dei quali registrano valori prossimi allo zero. Slovenia e Austria, che seguono l'Italia tra i Paesi più critici, registrano comunque valori sensibilmente inferiori, pari rispettivamente al 19,0% e al 15,3%.

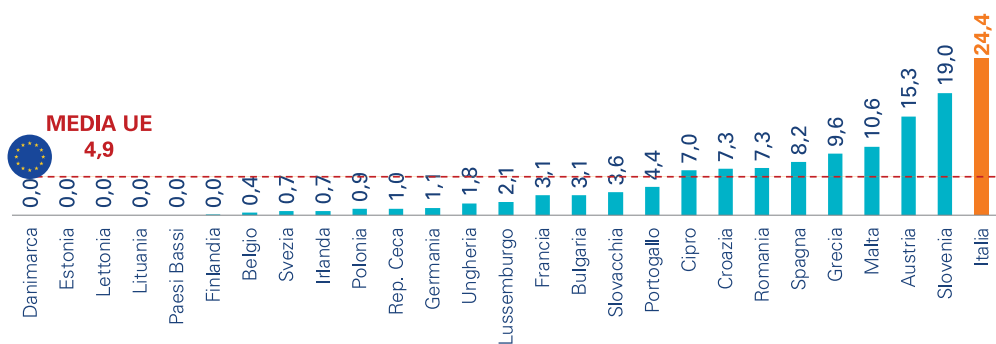


Figura 43 | Suolo affetto da erosione (valori % su tot. Superficie), 2023.
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

L’erosione del suolo rappresenta una vulnerabilità particolarmente significativa per l’agricoltura. Essa riduce la fertilità, compromette la capacità produttiva, aumenta il rischio idrogeologico e incide sulla resilienza dei territori nei confronti degli eventi climatici estremi. Nel caso italiano, **il dato riflette anche caratteristiche geomorfologiche, climatiche e territoriali che richiedono interventi sistemici e di lungo periodo.** Non si tratta quindi di una criticità risolvibile esclusivamente attraverso il comportamento delle imprese agricole, ma di un tema che coinvolge pianificazione territoriale, manutenzione del suolo e investimenti infrastrutturali.

La performance ambientale dell’Italia nel 2026 va dunque interpretata in modo multidimensionale. Da un lato, il Paese mostra **una buona capacità della filiera di produrre valore contenendo l’intensità emissiva**, un’elevata diffusione dell’agricoltura biologica e un miglioramento significativo nella classifica aggregata. Dall’altro lato, **persistono vulnerabilità ambientali di sistema**, in particolare riguardo alla salute del suolo, che possono limitare la sostenibilità futura della produzione agricola e rendere il Paese più esposto agli impatti del cambiamento climatico.

Il miglioramento di 6 posizioni è quindi un segnale positivo che segnala un percorso virtuoso del Paese, ma non sufficiente a considerare conclusa la sfida ambientale. Il pilastro ambientale rimane quello in cui la performance italiana richiede la maggiore attenzione strategica. La priorità consiste nel trasformare le buone performance relative della filiera in una strategia più ampia di tutela del capitale naturale e di adattamento climatico e di riduzione degli impatti lungo l’intera catena del valore.

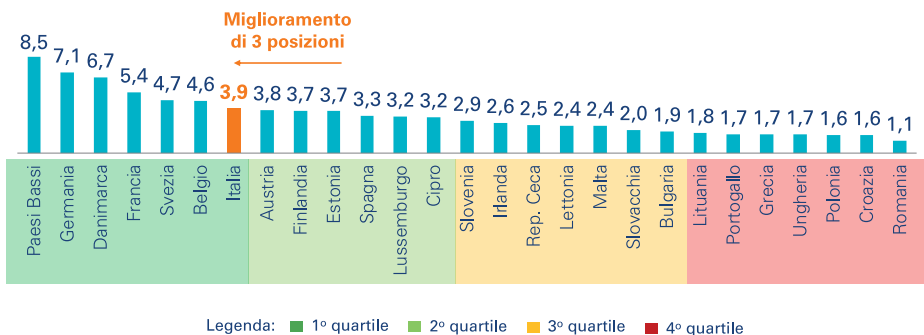
Il pilastro della Sostenibilità dell'Innovazione: tecnologia, circolarità e nuove soluzioni per la filiera agroalimentare

2.4

L'innovazione riveste un ruolo **fondamentale per la filiera agroalimentare**, fungendo da **leva strategica per accelerare la transizione** verso modelli sostenibili. In un contesto globale sempre più competitivo, l'innovazione non solo consente di aumentare l'efficienza e la competitività, ma rappresenta anche un fattore chiave nel coniugare i vari pilastri della sostenibilità. Tecnologie digitali, robotica, Ricerca e Sviluppo, brevetti, materiali circolari, nuovi modelli distributivi e servizi innovativi possono infatti contribuire a rendere la filiera più produttiva, più efficiente nell'uso delle risorse e più resiliente al cambiamento climatico.

Nel Food Sustainable Transition Index 2026, l'Italia si posiziona al **7° posto nel pilastro della sostenibilità dell'innovazione**, con un punteggio pari a **3,9 su 10**, migliorando di **3 posizioni** rispetto al 2025. La classifica è guidata dai Paesi Bassi, con un punteggio pari a **8,5**, seguiti da Germania, Danimarca, Francia, Svezia e Belgio.

Figura 44 | Indice di posizionamento dei Paesi europei per sostenibilità dell'innovazione della filiera agroalimentare (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.



Il miglioramento dell'Italia nel pilastro dell'innovazione è particolarmente significativo perché avviene in una dimensione caratterizzata da forte dispersione tra Paesi. Il divario tra i Paesi è infatti molto ampio, segnalando come l'innovazione agroalimentare sia concentrata in pochi sistemi nazionali particolarmente avanzati. In questo contesto, il posizionamento dell'Italia al 7° posto testimonia una buona capacità di generare innovazione, pur in presenza di alcuni ritardi nell'adozione tecnologica diffusa, soprattutto a livello agricolo e nelle imprese di minore dimensione.

Uno dei principali punti di forza riguarda il **tasso di utilizzo di materiali circolari**. L'Italia si colloca stabilmente sul podio europeo, al **3° posto**, con un valore pari al **21,6%**. Il dato italiano è inferiore solo a quello dei Paesi Bassi, che raggiungono il 32,7%, e di Malta, ma risulta superiore a quello dei principali Paesi di riferimento. **In particolare, il valore registrato dall'Italia risulta superiore a quello di Francia, Germania e Spagna**, con un vantaggio rispettivamente pari a **3,8, 6,8 e 14,2 punti percentuali**, nel confronto con i principali Paesi europei di riferimento.

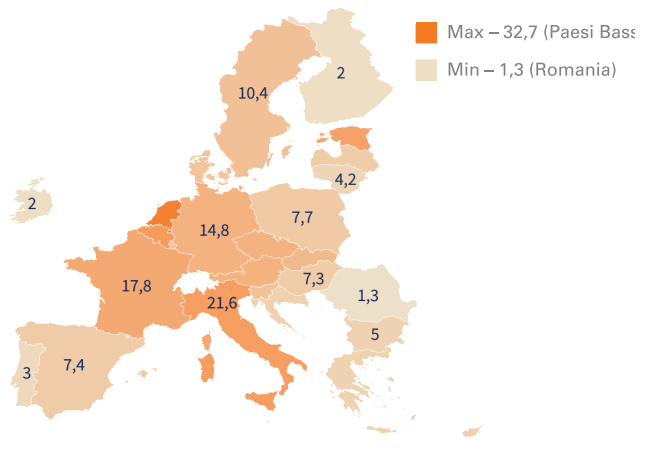


Figura 45 | Tasso di utilizzo di materiali circolari (valori %), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Eurostat, 2026.

La capacità di utilizzare materiali circolari rappresenta un indicatore cruciale per valutare la transizione da un modello lineare a un modello più efficiente nell'uso delle risorse. Il buon posizionamento dell'Italia segnala una **base industriale e**

culturale favorevole alla circolarità, che può essere ulteriormente valorizzata come fattore competitivo.

Un secondo punto di forza riguarda il **numero di richieste di brevetti della filiera agroalimentare**. Nel 2025, l'Italia registra **66 richieste**, posizionandosi al **5° posto in Europa**. Davanti all'Italia si collocano Paesi Bassi, Germania, Danimarca e Francia. Il primato dei Paesi Bassi, con 303 richieste, evidenzia tuttavia un divario ancora rilevante rispetto agli ecosistemi europei più avanzati.

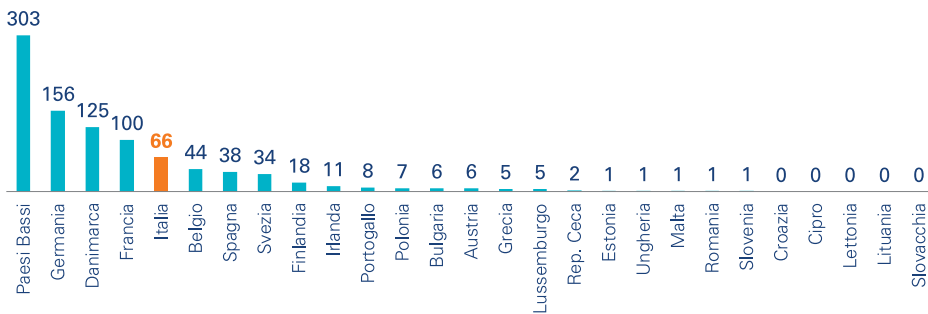


Figura 46 | Richieste di brevetti nella filiera agroalimentare (valori assoluti), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati EPO, 2026.

La capacità brevettuale è un indicatore della qualità dell'ecosistema innovativo, della connessione tra ricerca, imprese e applicazioni industriali, nonché della capacità di tradurre conoscenza in soluzioni tecnologiche. Il **posizionamento dell'Italia al 5° posto è positivo e conferma la presenza di competenze rilevanti nella trasformazione industriale e nello sviluppo tecnologico**. Tuttavia, la distanza dai leader europei mostra che il potenziale di innovazione non è ancora pienamente espresso.

La performance dell'Italia nel pilastro dell'innovazione deve essere letta anche alla luce delle criticità che caratterizzano il sistema produttivo. **La frammentazione dell'industria alimentare, già evidenziata nel pilastro economico, può limitare la capacità di investimento** in Ricerca e Sviluppo, digitalizzazione, robotica, automazione e tecnologie avanzate. Le imprese di minori dimensioni spesso dispongono di risorse finanziarie, competenze manageriali e capacità organizzative più limitate per lo sviluppo e l'adozione di innovazioni comples-

se. Di conseguenza, il rafforzamento dell'innovazione richiede non solo investimenti privati, ma anche politiche di incentivazione e aggregazione rivolte al tessuto industriale.

In conclusione, il 7° posto dell'Italia nel pilastro dell'innovazione rappresenta un risultato positivo e in miglioramento, sostenuto dalla circolarità dei materiali e dalla capacità innovativa. La **principale sfida dei prossimi anni sarà però trasformare le eccellenze innovative in adozione diffusa lungo tutta la filiera**, colmando il divario tra imprese leader e tessuto produttivo più frammentato. Solo in questo modo l'innovazione potrà diventare un motore sistemico della transizione sostenibile agroalimentare.

Il Food Sustainable Transition Index 2026: il posizionamento dell'Italia nel contesto europeo

2.5

Combinando i risultati ottenuti nei quattro pilastri della sostenibilità, il Food Sustainable Transition Index 2026 posiziona l'Italia al **9° posto tra i Paesi UE 27**, con un punteggio pari a **5,5 su 10**. Il Paese migliora di **2 posizioni** rispetto al 2025, rafforzando il proprio collocamento nel secondo quartile e avvicinandosi al gruppo dei Paesi europei più performanti.

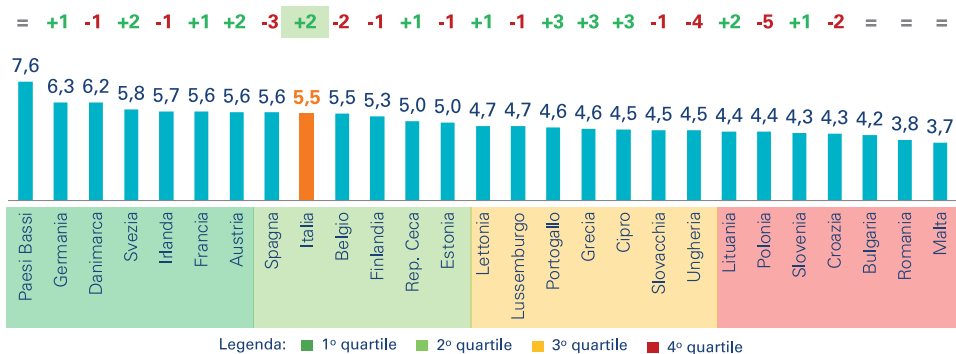


Figura 47 | Food Sustainable Transition Index 2026 (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max; variazione di posizione rispetto al 2025), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Il risultato complessivo è il frutto di un posizionamento relativamente equilibrato. L'Italia è **7ª nel pilastro economico**, **7ª nel pilastro sociale**, **12ª nel pilastro ambientale** e **7ª nel pilastro dell'innovazione**. Rispetto al 2025, il Paese migliora di 2 posizioni nell'economico, mantiene la posizione nel sociale, migliora di 6 posizioni nell'ambientale e migliora di 3 posizioni nell'innovazione. Il quadro che emerge è quindi quello di una filiera in rafforzamento, con progressi significativi proprio in alcune delle dimensioni più sfidanti.

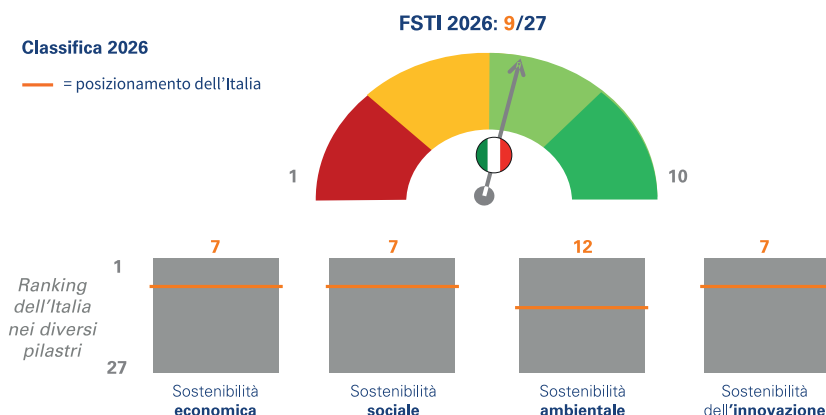


Figura 48 | Posizionamento dell'Italia nel Food Sustainable Transition Index 2026 e nei singoli indici relativi ai pilastri della sostenibilità (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Per comprendere il posizionamento complessivo dei Paesi europei nell'Indice, risulta quindi essenziale analizzare il contributo delle singole dimensioni che ne compongono l'impianto metodologico, valutandone il ruolo e il peso relativo nel determinare il risultato finale.

In questa prospettiva, l'analisi dei pilastri **economico, sociale, ambientale e dell'innovazione** consente di cogliere come ciascuna dimensione concorra, con intensità e modalità differenti, alla sostenibilità complessiva dei sistemi agroalimentari, evidenziando punti di forza, elementi di attenzione e margini di miglioramento lungo le diverse traiettorie di sviluppo.

Con riferimento al pilastro economico, la relazione con il risultato complessivo dell'Indice risulta positiva (R^2 pari a 0,46), ma non pienamente determinante, collocandosi tra le dimensioni meno correlate con il posizionamento finale. Questo evidenzia come la dimensione economica contribuisca in modo significativo alla sostenibilità agroalimentare, senza tuttavia esaurirne la capacità esplicativa.

In questo quadro, il **7° posto dell'Italia rappresenta un elemento di solidità**, sostenuto dal miglioramento dell'incidenza del Valore Aggiunto, dalla riduzione della dipendenza

dall'estero e dal buon posizionamento su esposizione all'inflazione e produttività agricola. Il **principale elemento di attenzione rimane la dimensione media delle imprese**, che può limitare la capacità di investimento, innovazione e consolidamento competitivo. In prospettiva, la sostenibilità economica della filiera italiana dipenderà dalla capacità di rafforzare la struttura produttiva senza disperdere il valore distintivo della sua articolazione territoriale.

Analizzando il pilastro sociale, la relazione con il valore finale dell'Indice risulta particolarmente forte (R^2 pari a 0,71), configurandosi come la seconda più elevata tra le quattro dimensioni considerate. Questo evidenzia come la sostenibilità sociale non rappresenti una dimensione accessoria, ma un **fattore strutturale del posizionamento competitivo dei sistemi agroalimentari europei**, in grado di incidere in modo significativo sui risultati complessivi dell'Indice.

L'Italia si colloca al 7° posto e mantiene una performance positiva, sostenuta soprattutto dal basso tasso di sovrappeso e obesità rispetto agli altri Paesi europei. Tuttavia, **il dato sullo spreco alimentare, pari a 138 kg pro capite, segnala una criticità rilevante**. La posizione italiana nel pilastro sociale è quindi solida, ma richiede un passaggio ulteriore: trasformare la qualità del modello alimentare nazionale in comportamenti di consumo più consapevoli, con particolare attenzione alla riduzione degli sprechi.

Il pilastro ambientale evidenzia la relazione meno intensa con il valore finale dell'Indice (R^2 pari a 0,15), suggerendo come una buona performance su questa dimensione non si traduca automaticamente in un migliore posizionamento complessivo.

Ciò è riconducibile, in particolare, al fatto che numerosi indicatori ambientali riflettono **condizioni territoriali e strutturali** non sempre modificabili nel breve periodo dagli attori della filiera, attenuando l'impatto immediato delle performance ambientali sul risultato finale dell'Indice.

Per l'Italia, **il miglioramento di 6 posizioni rappresenta comunque uno degli avanzamenti più significativi**

dell'edizione 2026. Il Paese si distingue per l'efficienza emissiva della filiera agroalimentare, pari a 0,59 tonnellate di CO₂ equivalente per 1.000 Euro di Valore Aggiunto, e per l'elevata quota di terreno dedicato all'agricoltura biologica, pari al 19,5%. Allo stesso tempo, la **criticità legata all'erosione del suolo**, che interessa il 24,4% della superficie nazionale, conferma la presenza di vulnerabilità strutturali profonde. Il miglioramento ambientale va quindi interpretato come un avanzamento importante, ma ancora da consolidare attraverso interventi di lungo periodo sulla tutela del capitale naturale.

Per il pilastro dell'innovazione, la relazione con il posizionamento complessivo risulta la più elevata tra le quattro dimensioni considerate (R^2 pari a 0,80), indicando come l'innovazione rappresenti il fattore che incide maggiormente sul risultato finale dell'Indice. I Paesi che presentano performance più avanzate su questa dimensione tendono infatti a collocarsi stabilmente nelle posizioni più alte del ranking complessivo, confermando il ruolo dell'innovazione come leva centrale della sostenibilità e della competitività dei sistemi agroalimentari europei.

In questo quadro, il **miglioramento dell'Italia di 3 posizioni e il raggiungimento del 7° posto rappresentano un segnale positivo**, sostenuto soprattutto dal tasso di utilizzo di materiali circolari, pari al 21,6% e dal 5° posto europeo per richieste di brevetti nella filiera agroalimentare. La priorità strategica resta tuttavia la diffusione dell'innovazione lungo tutto il tessuto produttivo, superando il divario tra imprese leader e imprese di minore dimensione.

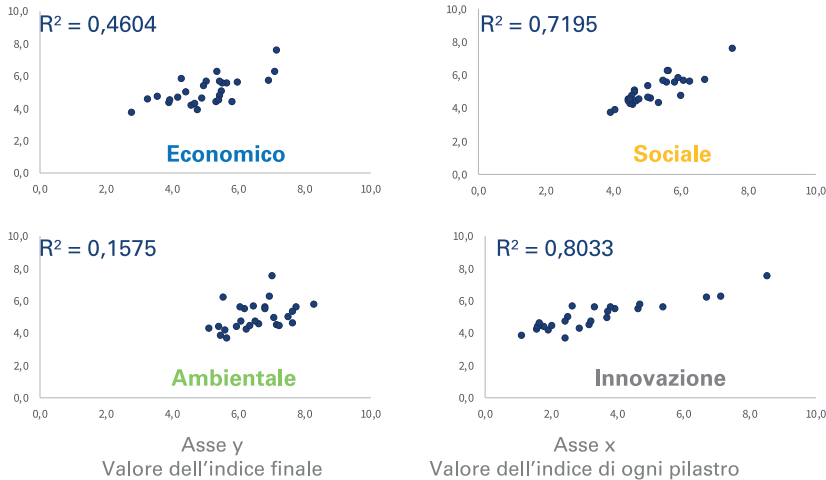


Figura 49 | Correlazione tra il risultato in ogni pilastro dell'indice e l'indice finale (Valore Indice; scala crescente da 1=min a 10=max). Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

In conclusione, **il Food Sustainable Transition Index 2026 restituisce l'immagine di una filiera agroalimentare italiana in miglioramento, competitiva nel confronto europeo e dotata di punti di forza distintivi.** Il passaggio dal 2025 al 2026 mostra una traiettoria positiva, con un avanzamento complessivo di 2 posizioni e miglioramenti rilevanti nei quattro pilastri. Allo stesso tempo, l'Indice evidenzia che la sostenibilità della filiera non può essere interpretata come un risultato acquisito, ma come un percorso continuo, che richiede interventi coordinati su competitività, salute, ambiente e tecnologia.

La priorità per i prossimi anni sarà consolidare i progressi raggiunti e intervenire sulle vulnerabilità strutturali. Per rafforzare ulteriormente il posizionamento europeo dell'Italia sarà necessario promuovere il consolidamento del tessuto produttivo, accelerare l'adozione di tecnologie e innovazioni, ridurre lo spreco alimentare, proteggere il suolo e valorizzare le pratiche agricole e industriali già orientate alla sostenibilità. Solo attraverso un approccio integrato sarà possibile

trasformare la sostenibilità da obiettivo settoriale a leva sistemica di competitività, resilienza e creazione di valore per l'intera filiera agroalimentare.

03

Le priorità per accelerare la transizione sostenibile della filiera: l'Agenda per l'Italia

Il Food Sustainable Transition Index 2026 evidenzia come la filiera agroalimentare italiana abbia intrapreso un percorso di miglioramento, ma mostri ancora **marginì significativi per consolidare la propria transizione sostenibile**. Il posizionamento complessivo dell'Italia al 9° posto tra i Paesi UE-27 restituisce infatti l'immagine di un sistema con basi solide, ma ancora caratterizzato da alcune aree di attenzione, soprattutto nella dimensione ambientale.

Il passaggio dall'analisi alla definizione delle priorità operative richiede quindi di leggere la sostenibilità non come un insieme di interventi isolati, ma come un'agenda integrata per rafforzare la competitività della filiera. In coerenza con la struttura del Food Sustainable Transition Index 2026, **l'Agenda si articola in quattro pilastri**, declinati in sette linee d'azione, che rispondono a questa esigenza e hanno l'obiettivo di rendere tale transizione un elemento strutturale di competitività per le imprese e il Paese.

Costruire un percorso di sostenibilità su ambiente, persone e innovazione

Romagnoli F.lli ha costruito un modello d'impresa in cui la sostenibilità è parte integrante del proprio modo di operare e si traduce in processi verificabili estesi a tutta la filiera. L'approccio dell'azienda combina **presidio ambientale, responsabilità sociale e innovazione**, rafforzando il proprio posizionamento come partner affidabile per la Grande Distribuzione Organizzata e come attore impegnato nello sviluppo e nella tutela della filiera pataticola italiana.

La dimensione ambientale si esprime soprattutto nella qualificazione della filiera agricola e nella gestione responsabile delle risorse naturali. L'adesione allo **standard GLOBAL G.A.P.** e al modulo **SPRING - Sustainable Program for Irrigation and Groundwater Use** consente di promuovere pratiche agricole responsabili e di monitorare l'utilizzo dell'acqua lungo la filiera, un tema particolarmente rilevante per il settore ortofrutticolo. A questo si affianca la certificazione **UNI EN ISO 14001**, che consolida un approccio sistematico alla gestione ambientale e al miglioramento continuo.

Sul piano sociale, l'impegno di Romagnoli F.lli parte dalle persone e dalla qualità dell'organizzazione interna. Le certificazioni **UNI/PdR 125 sulla Parità di Genere** e **UNI ISO 30415 sulla Diversità e Inclusione** testimoniano un percorso orientato a rafforzare pari opportunità, rispetto e inclusione nei processi aziendali. La certificazione **UNI ISO 45001** per la salute e sicurezza completa questo presidio, confermando l'attenzione dell'azienda verso condizioni di lavoro tutelate e processi gestionali strutturati.

Infine, l'innovazione rappresenta una dimensione distintiva del modello Romagnoli F.lli. L'azienda conduce **attività di ricerca e sviluppo** in collaborazione con stakeholder scientifici, con un focus sulla selezione varietale e sul rafforzamento della filiera pataticola italiana. In questo modo, **qualità e sostenibilità vengono integrate nello sviluppo del prodotto** e nella capacità della filiera di rispondere alle evoluzioni del mercato.

Il **quinto Rapporto di Sostenibilità e l'upgrade al Rating ESGe in Classe A** confermano il rafforzamento del sistema di governance e del controllo integrato della filiera. Per la GDO, questo approccio si traduce in un partner capace di rispondere a criteri di qualifica sempre più avanzati, fondati su indicatori misurabili di sostenibilità, qualità, sicurezza e tracciabilità. La sostenibilità si traduce così in un fattore concreto di competitività e affidabilità nelle relazioni di mercato e fonte di vantaggio competitivo.

Fonte: Romagnoli F.lli, 2026

In questa prospettiva, l'Agenda per l'Italia assume come punto di partenza la necessità di integrare sempre più la sostenibilità nelle strategie aziendali, attraverso **obiettivi quantificabili, strumenti di monitoraggio e orizzonti di lungo periodo**. Solo così la transizione può superare una logica limitata e diventare un processo finanziabile, misurabile e scalabile lungo l'intera filiera.



Figura 50 | Le priorità di azione per rilanciare la competitività del settore agroalimentare italiano (illustrativo). Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

La prima priorità dell'Agenda riguarda la capacità di **attrarre capitale privato** e facilitare l'accesso alla **finanza Nature Positive**, anche attraverso una maggiore diffusione della cultura finanziaria tra le imprese della filiera. La transizione sostenibile richiede infatti un volume crescente di investimenti, non solo per ridurre le emissioni e migliorare l'efficienza dei processi produttivi, ma anche per intervenire su biodiversità, suolo, acqua, adattamento climatico e innovazione tecnologica.

L'Italia parte da una posizione rilevante nel confronto europeo. Nel 2023, si colloca al **3° posto tra i Paesi UE-27 per investimenti privati destinati alla mitigazione** del cambiamento climatico, con 11,3 miliardi di Euro, dopo Germania (30,3 miliardi di Euro) e Francia (27,1 miliardi di Euro). Questo dato dimostra che il sistema economico italiano dispone già di una capacità significativa di mobilitazione del capitale privato verso obiettivi climatici. Tuttavia, il fabbisogno di investimento

necessario per raggiungere gli obiettivi europei evidenza come tale capacità debba essere ulteriormente rafforzata e orientata in modo più sistematico.

Secondo le stime della Banca Centrale Europea, per raggiungere gli obiettivi climatici dell'Unione Europea **saranno necessari 477 miliardi di Euro annui aggiuntivi nel periodo 2025-2030**. Di questi, l'83%, pari a 395 miliardi di Euro ogni anno, dovrà provenire da investimenti privati. Il contributo pubblico continuerà a svolgere una funzione fondamentale, soprattutto per ridurre il rischio degli investimenti e accompagnare le imprese nelle fasi iniziali della transizione, ma non potrà sostenere da solo la dimensione finanziaria richiesta dalla trasformazione.

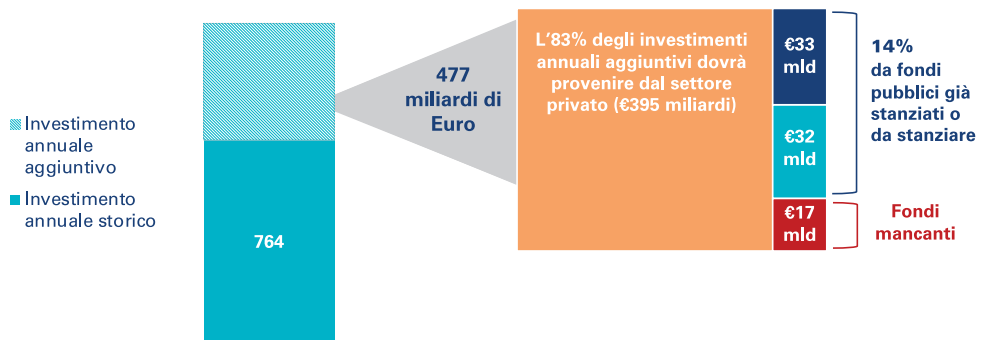


Figura 51 | Stime del fabbisogno totale annuale di investimenti verdi nell'UE e ripartizione degli investimenti verdi aggiuntivi per tipologia di fonte (miliardi di Euro e valori %), 2025-2030. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati European Central Bank, 2026.

Per la filiera agroalimentare, questa evidenza assume un significato particolarmente rilevante. Il settore è infatti chiamato a sostenere investimenti trasversali, che riguardano sia la riduzione degli impatti ambientali sia il rafforzamento della capacità di adattamento, efficienza e innovazione lungo la catena del valore. Si tratta di interventi spesso complessi, con ritorni non immediati e benefici distribuiti tra più attori della filiera. Per questo motivo, l'accesso alla finanza sostenibile diventa una condizione abilitante per trasformare gli obiettivi ambientali in progetti concreti.

Un ambito in forte evoluzione riguarda il **Carbon Farming**,

ovvero l'insieme delle pratiche agricole e agronomiche finalizzate ad aumentare l'assorbimento e lo stoccaggio del carbonio nei suoli e nella biomassa, contribuendo alla mitigazione dei cambiamenti climatici. **A livello europeo è stato introdotto un quadro normativo di riferimento e sono attesi atti delegati** relativi sia alle rimozioni permanenti di carbonio, come Direct Air Capture with Carbon Storage, Biogenic Carbon Capture and Storage e Biochar Carbon Removal, sia alle metodologie di carbon farming, relative all'agricoltura e all'agroforestazione, il ripristino delle torbiere e l'afforestazione.

Questo passaggio regolatorio è centrale perché può rendere più operativi e credibili i mercati dei Carbon Credit legati all'agricoltura. La definizione di metodologie comuni consente infatti di ridurre l'incertezza per gli operatori e creare le condizioni per valorizzare economicamente pratiche agricole che generano benefici climatici. Per le imprese agroalimentari, il Carbon Farming può quindi diventare uno **strumento per coniugare sostenibilità ambientale e sostenibilità economica**, trasformando alcune pratiche di gestione del suolo e della biomassa in opportunità di investimento e potenziale generazione di valore.

La traiettoria della finanza sostenibile si sta inoltre spostando progressivamente da una logica centrata soprattutto sul carbonio a una visione più ampia che considera altre dimensioni. In questo quadro si inserisce la **Roadmap towards Nature Credits**, che si configura come la prima azione concreta di attuazione della Water Resilience Strategy. I Nature Credits mirano a **mobilitare capitali pubblici e privati per finanziare il ripristino e la gestione sostenibile degli ecosistemi**, aprendo opportunità anche per il recupero della biodiversità. La roadmap prevede un percorso progressivo: cooperazione tra Stati membri e stakeholder nel biennio 2025-2026, definizione di metodologie trasparenti nel 2026, analisi della preparazione del mercato tra 2026 e 2027 e, se necessario, attivazione di finanziamenti pubblici iniziali nel 2027 per supportare la diffusione dei Nature Credits.

La necessità di agevolare strumenti finanziari che favoriscano pratiche sostenibili emerge con chiarezza analizzando il conte-

sto attuale. Nel 2023, i flussi finanziari **Nature Negative**, ovvero i flussi indirizzati verso attività che possono danneggiare la natura favorendo consumo insostenibile di risorse, degrado degli ecosistemi e perdita di biodiversità hanno raggiunto **7.300 miliardi di Dollari**, di cui 4.900 miliardi di origine pubblica e 2.400 miliardi di origine privata. Nello stesso anno, i flussi **Nature Positive**, destinati alla protezione, al ripristino e alla gestione sostenibile degli ecosistemi, si sono fermati a **220 miliardi di Dollari**. Ne deriva un rapporto di 33 a 1 tra finanza Nature Negative e Nature Positive, che evidenzia come, per ogni Euro investito in natura, oltre 30 Euro continuano a finanziare attività potenzialmente dannose per gli ecosistemi, favorendo consumo insostenibile di risorse, degrado ambientale e perdita di biodiversità.

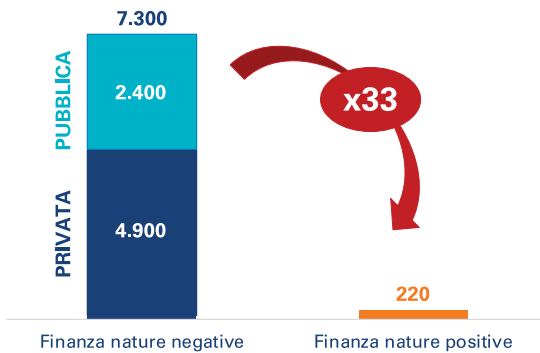


Figura 52 | Flussi finanziari Nature Negative e Nature Positive (miliardi di Dollari), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ONU, 2026.

La prima priorità dell'Agenda consiste quindi nel rendere la finanza sostenibile una leva effettiva di accelerazione della transizione agroalimentare. Per riuscirci, è necessario aumentare la capacità della filiera di attrarre capitale privato verso progetti ambientali solidi, misurabili e coerenti con i criteri della finanza Nature Positive. Questo richiede anche un **rafforzamento della cultura finanziaria delle imprese**, soprattutto di quelle meno strutturate, affinché possano sviluppare le competenze necessarie per accedere a strumenti evoluti e trasformare gli investimenti in sostenibilità in percorsi concreti di crescita, resilienza e competitività. In assenza di questo cambio di paradigma, il rischio è che la transizione rimanga circoscritta agli operatori più grandi, senza generare un cambiamento diffuso lungo l'intera filiera.

Il Progetto AFI per restituire al terreno più acqua di quella consumata

Coca-Cola HBC Italia e il Consorzio di Bonifica Veronese, ente preposto alla gestione delle opere idrauliche e irrigue nel territorio della pianura veronese, hanno avviato una **collaborazione decennale per realizzare un'Area Forestale di Infiltrazione (AFI)** nella zona di Alpo, in provincia di Verona.

Le Aree Forestali di Infiltrazione sono terreni agricoli situati in aree di alta pianura caratterizzati da suoli particolarmente permeabili, allestiti con una rete di canali alternati a filari di alberi e arbusti. In questi canali viene fatta defluire una portata continua di acqua prelevata da fonti esterne, con lo scopo di **facilitarne l'infiltrazione nella falda acquifera superficiale**.

L'obiettivo di questo tipo di installazioni è infatti quello di rivitalizzare l'intero sistema delle risorgive favorendo l'immissione di acqua che altrimenti scorrerebbe a valle senza alcun beneficio per la regione, a causa della limitata porosità del terreno. Grazie alla rete di alberi e arbusti coltivata tra i canali dell'AFI, questo tipo di progetto migliora anche la salute del suolo e la biodiversità, creando un ecosistema più resiliente e riducendo il rischio di alluvioni e mitigando gli impatti della siccità.

Il progetto infatti offre un approvvigionamento idrico stabile per le popolazioni urbane e rurali delle aree limitrofe che attingono da pozzi collegati alla falda acquifera. Questo riguarda le famiglie per il loro uso domestico, ma anche le numerose aziende agricole della zona per le quali un accesso affidabile all'acqua contribuisce a sostenere produttività e occupazione.

Il territorio veronese ospita da oltre mezzo secolo, a Nogara, la più grande fabbrica di Coca-Cola HBC di tutta Europa. Il sito produce bibite per tutto il nord Italia e per l'estero, con più di 400 dipendenti diretti, un indotto di oltre 100 aziende locali e 3.200 posti di lavoro generati lungo la filiera. La fabbrica, che per la propria attività attinge da pozzi che non hanno alcuna influenza sulle forniture destinate al territorio, già utilizza i più avanzati sistemi di ottimizzazione per limitare l'utilizzo di acqua ed energia nei processi produttivi, ed è dotata di sofisticati sistemi di filtraggio che permettono di purificare e reimmettere nel vicino fiume Tartaro il 100% delle proprie acque di lavorazione.

Il progetto AFI nasce nel 2024, partendo dall'ascolto e dalla raccolta delle necessità del territorio al fine di poter generare un beneficio solido e duraturo per il veronese. Questi bisogni sono emersi e stati intercettati grazie alla solidità e continuità del rapporto tra Coca-Cola HBC Italia, le Istituzioni locali e la comunità.

I lavori per la realizzazione dell'area forestale sono iniziati nell'autunno del 2024 e, dopo due anni di lavori, **nel 2026 è stata avviata la prima stagione di infiltrazione**. L'area, di quasi quattro ettari, è già oggi capace di infiltrare nel suolo in un anno circa 800 milioni di litri di acqua, devianti durante la stagione estiva dal fiume Adige. Una volta ricevute alcune autorizzazioni regionali per immettere acqua nell'Area Forestale anche nella stagione invernale, **il progetto sarà in grado di irrorare ogni anno nel terreno 1 miliardo e mezzo di litri di acqua. Questa quantità supererà e più che compenserà l'ammontare complessivo di acqua imbottigliata nelle bibite prodotte dalla fabbrica di Nogara**.

Coca-Cola HBC Italia ha promosso nel tempo in Veneto altre iniziative di sostenibilità ambientale dedicate al territorio e in collaborazione con realtà locali. Tra queste, la collaborazione con la Cooperativa locale Cà Magre per il recupero e il risanamento della "Palude di Pellegrina" e il progetto Boscàja sviluppato con il Comitato Mag per la creazione di un bosco permanente a beneficio della biodiversità e della comunità locale.

Fonte: *Coca-Cola HBC Italia, 2026.*

Il secondo pilastro dell'Agenda si concentra sull'aspetto ambientale e si articola in due priorità strettamente collegate. La prima linea di azione riguarda la **tutela della biodiversità** e degli input naturali, attraverso la transizione delle imprese verso modelli capaci di valorizzare il capitale naturale, anche secondo la logica delle emergenti Natural Asset Company. La seconda riguarda invece l'adozione di misure di **adattamento al cambiamento climatico**, applicando al contesto produttivo e urbano le Nature Based Solutions.

La **tutela della biodiversità rappresenta una condizione essenziale** per la sostenibilità della filiera agroalimentare. Il settore utilizza e dipende da risorse naturali che costituiscono veri e propri fattori produttivi. La perdita di biodiversità e il degrado degli habitat non compromettono quindi solo il patrimonio naturale del Paese, ma anche la stabilità della produzione agricola, la qualità delle materie prime e la resilienza della filiera stessa.

Nonostante questa centralità, gli investimenti delle imprese destinati direttamente alla tutela della biodiversità rimangono marginali. Tra le imprese che hanno pianificato investimenti, gli ambiti principali riguardano la formazione, le innovazioni di prodotto, le innovazioni di processo e l'efficientamento energetico. Al contrario, le aziende che effettuano **investimenti in salute e biodiversità si fermano al 5,0%**, mentre quelli **destinati al risparmio idrico al 3,0%**. Il dato evidenzia come le imprese stiano investendo su alcune leve della transizione, ma dedichino ancora risorse limitate agli ambiti più direttamente collegati alla tutela del capitale naturale.

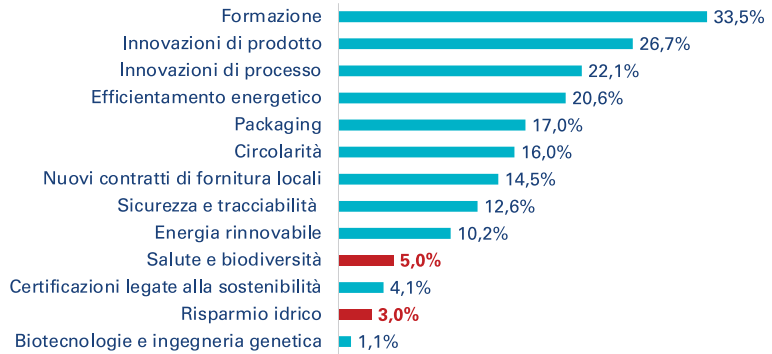


Figura 53 | Risposte alla domanda «Quali sono i principali ambiti a cui vengono destinati gli investimenti?» per chi ha pianificato investimenti (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

Questa sottovalutazione appare particolarmente critica alla luce dello stato di conservazione degli habitat italiani, che restituisce un quadro di forte fragilità del capitale naturale del Paese. **Oltre il 90% degli habitat naturali non è in buono stato di conservazione:** il 43% è classificato inadeguato e il 50% cattivo, mentre solo il 7% risulta in buone condizioni.

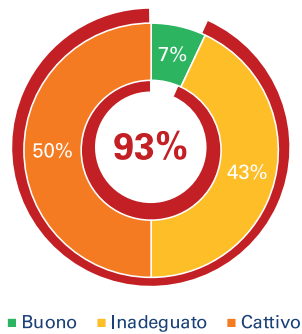


Figura 54 | Stato di conservazione degli habitat naturali italiani (valori %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ISPRA, 2026.

In questo contesto, il concetto di **Natural Asset Company** introduce una prospettiva innovativa e ad alto potenziale. Una Natural Asset Company è una società per azioni che detiene i **diritti di gestione di ecosistemi naturali e li valorizza come asset produttivi nel mercato finanziario**. L'asset sottostante è un ecosistema naturale definito, come foreste, zone umide o bacini idrici. La fonte di valore deriva dai servizi ecosistemici generati dall'area, come acqua pulita, biodiversità e assorbimento di CO₂ e dal valore stesso dell'asset. Gli investitori

finanziano la gestione dell'area e il valore della società è legato allo stato di salute dal capitale naturale sottostante. Il capitale raccolto sul mercato viene poi reinvestito in conservazione, monitoraggio e gestione dell'ecosistema, accrescendone il valore nel tempo.

Il valore di questa impostazione non risiede nella sola creazione di un nuovo strumento finanziario, ma nel cambio di paradigma che propone. Le imprese non devono essere considerate esclusivamente utilizzatrici di risorse naturali, ma possono diventare soggetti in grado di contribuire direttamente alla loro rigenerazione. L'introduzione nel mercato finanziario di modelli come quello delle Natural Asset Company significa **riconoscere il valore economico dei servizi ecosistemici** e che tale valore può essere misurato e valorizzato sui mercati finanziari, aumentando la capacità di raccogliere capitale privato per la sua gestione.

Questa prospettiva è coerente con l'evoluzione normativa europea. Il 65% del Valore Aggiunto europeo dipende direttamente o moderatamente dai servizi ecosistemici. La **EU Biodiversity Strategy 2030** impone agli Stati membri di presentare, entro settembre 2026, un Piano Nazionale di Ripristino che delinei misure di intervento su almeno il 20% delle zone terrestri e marine dell'Unione Europea entro il 2030. Gli ambiti coinvolti riguardano ecosistemi terrestri, costieri e d'acqua dolce, ecosistemi agricoli, fluviali, marini, forestali e urbani, oltre agli impollinatori.

La rete di Banco Alimentare nei territori: l'Associazione Banco Alimentare della Lombardia "Danilo Fossati" ODV

La **Lombardia** si contraddistingue per le numerose iniziative legate al Banco Alimentare: è la prima Regione in Italia per organizzazioni partner territoriali convenzionate, per un totale di **1.073** al 2025, e per il maggior numero di volontari attivi, pari a **472** persone nel 2025 (+6% rispetto al 2024). L'anno 2025 ha visto i volontari stabili impegnarsi per **84.800** ore, equivalenti a circa 48 persone impiegate a tempo pieno.

Per la donazione di eccedenze alimentari in Lombardia sono stati ingaggiati i produttori agricoli, le industrie di trasformazione alimentare, i centri di distribuzione, la grande distribuzione e la ristorazione organizzata, per un totale di **834 aziende donatrici** di alimenti e **560 soggetti donatori di beni e servizi ed elargizioni liberali** nel 2025.

I prodotti raccolti vengono stoccati in magazzino e preparati per la loro successiva ridistribuzione alle strutture caritative accreditate. L'accordo di partenariato e l'impegno condiviso nel fornire soluzioni concrete alle persone bisognose, rendono questa collaborazione sinergica ed efficace: complessivamente in Lombardia nel 2025 sono state raccolte **18.862 tonnellate** di beni.

Di seguito i numeri che riassumono l'opera benefica del Banco Alimentare Lombardia.



Figura 55 | I numeri chiave dell'Associazione Banco Alimentare della Lombardia (illustrativo), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Bilancio Sociale Associazione Banco Alimentare della Lombardia 2025, 2026.

Fonte: Banco Alimentare, 2026.

La **seconda linea d'azione del pilastro ambientale riguarda l'adattamento al cambiamento climatico** attraverso le Nature Based Solutions. Se la tutela della biodiversità interviene sulla preservazione del capitale naturale, l'adattamento climatico riguarda la capacità di rafforzare la resilienza dei sistemi produttivi e urbani di fronte a eventi climatici sempre più frequenti e intensi.

Le **Nature-Based Solutions rappresentano uno degli strumenti più efficaci** per rispondere a questa sfida, perché utilizzano processi naturali per affrontare problemi ambientali e generare benefici su più dimensioni. Nel contesto agroalimentare, possono contribuire alla rigenerazione del suolo, alla gestione più efficiente dell'acqua, alla riduzione dell'erosione e al rafforzamento della biodiversità attraverso soluzioni come agroforestazione, coperture vegetali, fasce tampone e sistemi naturali di trattenimento idrico.

Il valore di queste soluzioni risiede nella capacità di rafforzare insieme adattamento climatico e resilienza economica. Un suolo più sano trattiene meglio l'acqua, limita l'erosione, migliora la fertilità e rende più stabile la produzione agricola. Allo stesso modo, un territorio più ricco di biodiversità risponde con maggiore efficacia agli shock climatici, aiutando parallelamente a ridurre la dipendenza da input esterni. Per questo motivo, le **Nature-Based Solutions devono essere considerate vere infrastrutture naturali** al servizio della competitività e della resilienza del sistema agroalimentare, e quindi considerate come un **investimento strategico di lungo periodo** da parte delle aziende.

La scala degli investimenti richiesti conferma la rilevanza strategica del tema. Per raggiungere i target delle Rio Conventions delle Nazioni Unite, **gli investimenti in Nature-Based Solutions dovranno più che triplicare entro il 2050**, passando da 220 miliardi di Dollari nel 2023 a 571 miliardi nel 2030 e 771 miliardi nel 2050. Gli ambiti di intervento più rilevanti riguarderanno la **gestione del suolo**, con 247 miliardi di Dollari, il **ripristino degli ecosistemi**, con 233 miliardi di Dollari e la **protezione degli ecosistemi**, con 71 miliardi di Dollari. L'aumento richiesto, pari a 3,5 volte rispetto ai livelli at-

tuali, dimostra che la tutela della natura e l'adattamento climatico dovranno diventare una componente centrale delle strategie di investimento pubbliche e private, con una particolare attenzione agli interventi capaci di preservare il capitale naturale su cui si fonda la produttività della filiera agroalimentare.

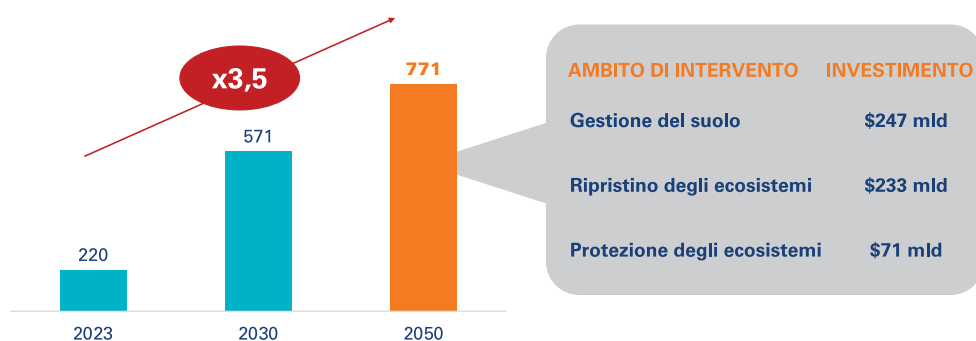


Figura 56 | Investimenti in Nature-Based Solution necessari per raggiungere i target delle Rio Conventions delle Nazioni Unite (miliardi di Dollari), 2023, 2030 e 2050. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati United Nations, 2026.

Considerando il **pilastro sociale dell'Agenda**, sono state identificate due priorità d'azione. La prima riguarda la **riduzione dello spreco alimentare**. La seconda consiste invece nell'**educazione del consumatore al valore dell'etichettatura**, riducendo la frammentazione informativa oggi presente.

La **riduzione dello spreco alimentare** rappresenta uno dei temi più immediatamente comprensibili per i consumatori e, allo stesso tempo, uno dei più rilevanti per la sostenibilità della filiera. Il **92% dei consumatori considera la minimizzazione dello spreco di cibo una priorità**, sia per ridurre i costi della spesa sia per proteggere l'ambiente. La sensibilità verso il tema cresce con l'età e risulta ampiamente diffusa nella popolazione.

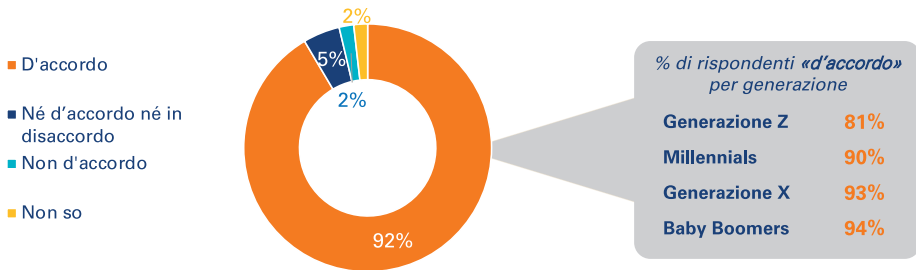


Figura 57 | Risposte alla domanda «Minimizzare lo spreco di cibo è una delle mie priorità, sia per ridurre i costi della spesa, sia per fare bene all'ambiente» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, 2026 ed elaborazione TEHA Group su dati Wast Watcher, 2026.

Tuttavia, la consapevolezza dichiarata non si traduce ancora in comportamenti coerenti. Nonostante lo spreco sia considerato una priorità, **l'Italia registra il più alto spreco alimentare domestico pro capite tra i principali Paesi europei**, pari a 556 grammi a settimana, più di Francia (460 grammi), Spagna (447 grammi) e Germania (513 grammi). Questo divario tra intenzione e comportamento configura un evidente gap: i consumatori riconoscono l'importanza del tema, ma non riescono ancora a tradurre questa consapevolezza in azioni concrete.

La lotta allo spreco alimentare in Italia: il modello di Banco Alimentare

Banco Alimentare opera **lungo l'intera filiera agroalimentare** intercettando le eccedenze di produzione, trasformazione, distribuzione e ristorazione, oltre agli aiuti alimentari pubblici e alle donazioni della Colletta Alimentare. **Alimenti ancora pienamente idonei** al consumo vengono così recuperati e rimessi in circolo, raggiungendo le **persone in difficoltà** attraverso enti che operano quotidianamente sul territorio.

Questo modello si fonda su una **rete nazionale unica**, articolata in **21 Organizzazioni Banco Alimentare** e oltre 7.600 enti partner territoriali, che garantisce capillarità, continuità operativa ed equità di accesso. La presenza strutturata su tutto il territorio assicura che il bisogno venga intercettato e raggiunto ovunque si manifesti, superando i limiti di approcci esclusivamente locali

Banco Alimentare agisce come **snodo strategico** tra chi produce e chi assiste, offrendo alle imprese un interlocutore affidabile per la gestione delle eccedenze. In una filiera sempre più **orientata all'efficiamento dei processi**, la donazione si configura come una **leva ad alto valore aggiunto**, capace di trasformare un surplus operativo in una risorsa per la collettività. Le eccedenze vengono così valorizzate attraverso un modello che **rafforza le performance ambientali e sociali** delle imprese e **genera un impatto concreto** e misurabile sul territorio. In questo quadro, il Terzo Settore non opera ai margini del sistema produttivo, ma ne diventa una **componente funzionale**, contribuendo all'efficienza complessiva del sistema agroalimentare.

Attraverso questo sistema di relazioni e al supporto delle Organizzazioni Partner Territoriali convenzionate (mense, centri d'accoglienza, case famiglia etc.). Banco Alimentare è stato in grado di assistere 1.755.857 persone nel corso del 2024. Durante l'anno, sono state distribuite **93.745 tonnellate di cibo**, vale a dire una media di **53,4 kg di cibo per persona** assistita.



Figura 58 | I numeri chiave della Fondazione Banco Alimentare ETS (illustrativo), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Bilancio Sociale Fondazione Banco Alimentare ETS 2024, 2026.

Fonte: Banco Alimentare, 2026.

Per questo motivo, la riduzione dello spreco non può essere affrontata solo come responsabilità individuale. Deve invece essere **interpretata come una priorità di filiera**, che coinvolge agricoltura, industria, distribuzione, ristorazione e consumo domestico. Ogni fase genera sprechi, inefficienze e costi, ma può anche contribuire alla loro riduzione attraverso migliore programmazione, logistica più efficiente, innovazioni di packaging, modelli di recupero, educazione del consumatore e strumenti digitali di monitoraggio.

Il costo economico dello spreco ne conferma la rilevanza. Ogni anno lo spreco alimentare genera in Italia un costo complessivo di **14 miliardi di Euro**, di cui **8 miliardi riconducibili al contesto domestico** e **6 miliardi alle diverse fasi della filiera**. All'interno della filiera, la quota più rilevante si concentra nella distribuzione, con 4 miliardi di Euro, seguita dall'agricoltura, con 988 milioni di Euro, e dall'industria, con 854 milioni di Euro, a cui si aggiunge il contributo della ristorazione.



Figura 59 | Distribuzione del costo dello spreco alimentare nelle fasi della filiera in Italia (miliardi di Euro), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Waste Watcher e WWF, 2025.

La riduzione dello spreco può quindi generare benefici su più dimensioni. Sul piano economico, consente di **recuperare valore** oggi disperso lungo la catena alimentare. Sul piano ambientale, **riduce l'uso inefficiente di acqua, suolo, energia e input produttivi** associati alla produzione di alimenti che non vengono consumati. Sul piano sociale, contribuisce a promuovere **comportamenti più responsabili** e coerenti con una maggiore attenzione alla sostenibilità. In questo senso, la lotta allo spreco è una delle aree in cui le tre dimensioni della sostenibilità risultano più strettamente integrate.

La seconda priorità del pilastro sociale riguarda invece l’etichettatura. Le evidenze mostrano che certificazioni ed etichetta incidono ancora poco nelle scelte di acquisto dei consumatori. Tra le principali leve di scelta nell’acquisto di un prodotto alimentare italiano, il primo fattore è la qualità, indicata dal 69,2% dei consumatori, seguita dal prezzo, pari al 57,6% e dal gusto, pari al 45,4%. La **presenza di certificazioni** si ferma invece al **17,4%**, mentre **packaging ed etichetta** al **2,6%**.

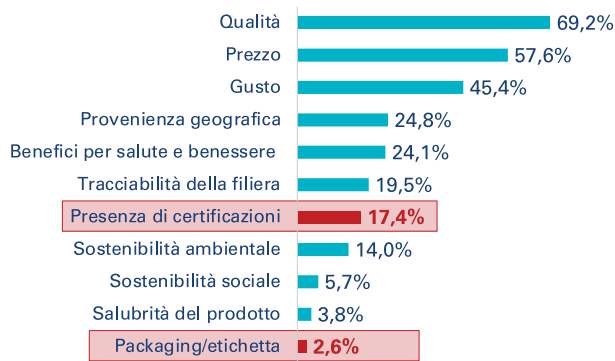


Figura 60 | Risposte alla domanda «Quali sono le sue principali leve di scelta nell’acquisto di un prodotto alimentare italiano?» (val % sul totale), 2026. *Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, 2026.*

Il dato evidenzia come la sostenibilità, da sola, non sia ancora una leva primaria di acquisto. I consumatori scelgono soprattutto sulla base di qualità, prezzo e gusto, mentre gli elementi più direttamente collegati alla sostenibilità rimangono in secondo piano. Tuttavia, **quasi 9 consumatori su 10 leggono le informazioni riportate in etichetta**, con il 61,8% che dichiara di leggerle abitualmente e il 27,4% saltuariamente.

Il problema non è quindi l’assenza di attenzione, ma la **difficoltà di trasformare l’informazione in valore percepito**. L’etichetta viene letta, ma non è sempre capace di orientare la scelta. Questo accade anche perché le informazioni sono spesso frammentate o poco collegate agli attributi che il consumatore riconosce come prioritari. Per rendere l’etichettatura più efficace, occorre quindi rendere più leggibile il messaggio, collegando la sostenibilità a elementi di qualità percepita.

Questa esigenza emerge con forza guardando alla disponibilità a pagare dei consumatori. **Il 47,8% dei consumatori dichiara di non essere disposto a spendere di più per**

un prodotto sostenibile rispetto a un sostituto non necessariamente sostenibile. Il 35,4% accetterebbe un differenziale compreso tra il 5% e il 10%, il 15,7% tra il 10% e il 30%, mentre quote marginali accetterebbero incrementi superiori.

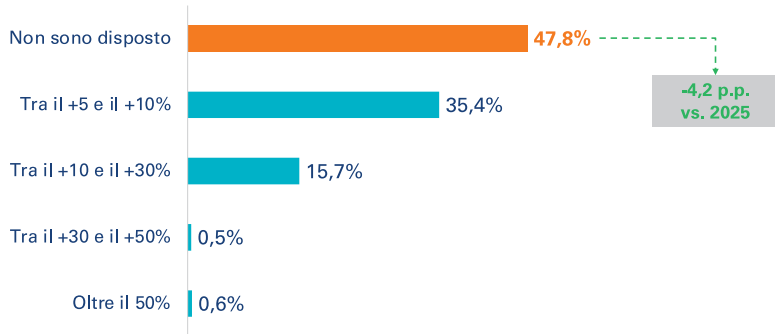
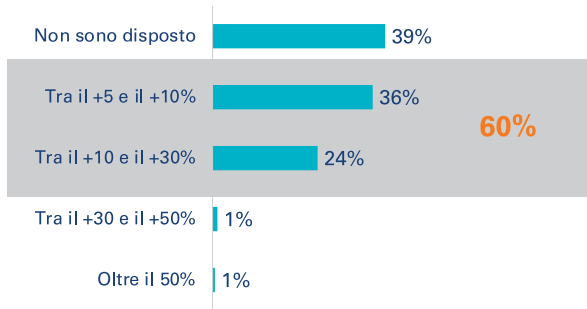


Figura 61 | Risposte alla domanda «Quanto è disposto a spendere in più per un prodotto sostenibile rispetto al valore di un suo sostituto, cioè un prodotto non necessariamente sostenibile?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, 2026.

Il confronto con la disponibilità a pagare per la qualità mostra invece una dinamica opposta. Il **60% dei consumatori considera giustificato un differenziale di prezzo fino al 30% tra prodotti convenzionali e prodotti percepiti come premium**. Questo dato indica che il consumatore non rifiuta necessariamente un prezzo più alto, ma richiede che il maggior prezzo sia associato a un valore riconosciuto. La qualità riesce a giustificare un differenziale economico più della sostenibilità, perché è percepita di maggior valore, concreta e direttamente collegata all'esperienza di consumo. **La sfida per la filiera consiste quindi nel tradurre la sostenibilità in attributi riconosciuti come qualità**. In questo l'etichetta può svolgere un ruolo decisivo, se riesce a ridurre la frammentazione informativa e a rendere più chiaro il legame tra sostenibilità e qualità.

Figura 62 | Risposte alla domanda «Quanto è disposto a spendere in più per un prodotto alimentare percepito come di maggiore qualità?» (val % sul totale), 2026. *Fonte: survey della Community Food&Beverage ai consumatori italiani, 2026.*



Le grandi imprese sembrano già muoversi in questa direzione. Nel posizionamento esterno, **le grandi aziende puntano sulle certificazioni sostenibili con una quota pari al 28,9%** che le adotta, circa 25 punti percentuali sopra la media, pari al 4,1%. La quota scende al 12,0% tra le medie imprese e al 9,5% tra le piccole. Questo differenziale indica che le imprese più strutturate sono maggiormente in grado di usare certificazioni e strumenti di comunicazione come leve di valorizzazione esterna della sostenibilità.

Greenwashing nel food: dalla comunicazione alla prova, il ruolo della certificazione indipendente

Nel settore agroalimentare, la sostenibilità rappresenta oggi una leva strategica sempre più rilevante, ma anche un ambito ad alta **esposizione al rischio di greenwashing**, ossia l'utilizzo di claim ambientali o etici non supportati da evidenze verificabili.

Il nuovo quadro normativo introdotto dalla **Direttiva (UE) 2024/825**, recepita in Italia con il D.Lgs. 20 febbraio 2026 n. 30, rafforza la tutela dei consumatori e **introduce regole vincolanti** per tutte le imprese che comunicano caratteristiche ambientali, sociali o di sostenibilità dei prodotti agroalimentari. In questo scenario, la comunicazione non è più una scelta discrezionale, ma un processo regolato che richiede dati, tracciabilità ed evidenze verificabili.

Il settore food è particolarmente esposto: le aziende operano su **claim sensibili** – quali origine, filiera, benessere animale e sostenibilità – e in un contesto in cui GDO e stakeholder richiedono **livelli di trasparenza sempre più elevati**, anche attraverso canali di comunicazione e packaging dove le informazioni sono immediatamente visibili e confrontabili.

In questo contesto, le imprese sono chiamate a strutturare **procedure interne** chiare, definire **responsabilità tra funzioni** (qualità, marketing, direzione tecnica) e garantire la **disponibilità continua di evidenze** documentate a supporto dei claim.

Diventa quindi necessario passare **da una comunicazione dichiarativa a un approccio strutturato**, basato su dati, criteri chiari ed evidenze verificabili, per ridurre il rischio di greenwashing e, in tale scenario, la **certificazione indipendente assume un ruolo centrale**. Attraverso la validazione e la verifica di terza parte, RINA supporta le imprese nel trasformare gli impegni di sostenibilità in sistemi strutturati e conformi alle normative, consentendo l'utilizzo di claim verificati, trasparenti e credibili verso il mercato.

L'integrazione di soluzioni digitali – dalla **tracciabilità avanzata** alle **piattaforme blockchain** fino ai **QR code per il consumatore** – rafforza ulteriormente la capacità di raccogliere, gestire e rendere accessibili i dati, abilitando una sostenibilità misurabile lungo tutta la filiera.

L'esperienza sul campo evidenzia come un approccio basato su disciplinari tecnici, verifiche indipendenti e sistemi strutturati consenta alle aziende non solo di ridurre il rischio di greenwashing, ma anche di rafforzare il **posizionamento competitivo**, migliorare il **dialogo con la GDO** e valorizzare in modo credibile i propri **prodotti sul mercato**.

Fonte: RINA, 2026.

Più in generale, le imprese individuano nell'efficiamento energetico e nell'economia circolare le principali strategie per coniugare sostenibilità e accessibilità dei prodotti alimentari. **Le imprese con strategie ESG strutturate ampliano però il ventaglio delle strategie adottate**, attribuendo maggiore rilevanza anche al marketing e alla creazione di reti. Questo conferma che le imprese più mature interpretano la sostenibilità non solo come efficienza interna, ma anche come capacità di comunicazione, collaborazione e presidio della catena del valore.

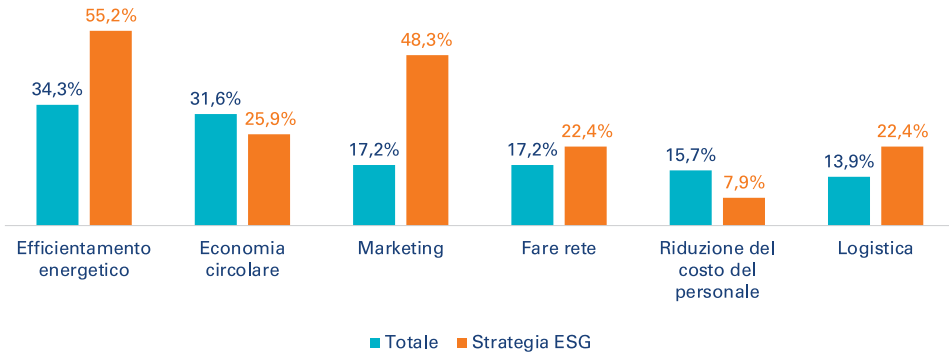


Figura 63 | Risposte alla domanda «Con quali azioni e strategie ritenete possibile coniugare sostenibilità e accessibilità dei prodotti alimentari che vendete?» (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

L'ultimo pilastro, che si concentra sulla **dimensione dell'innovazione**, comprende **due priorità strettamente collegate**. La prima riguarda il **ruolo dei Capifliera nell'incrementare gli investimenti** in Ricerca e Sviluppo e nel diffondere innovazione e sostenibilità su larga scala. La seconda riguarda la **promozione dell'accessibilità, integrazione e interoperabilità dei dati** lungo la catena del valore, come condizione per abilitare il paradigma de "La fabbrica del futuro".

La struttura del sistema agroalimentare italiano è caratterizzata da un'elevata frammentazione, che rappresenta una ricchezza in termini di varietà produttiva e radicamento territoriale, ma può limitare la capacità di investimento e scalabilità della transizione sostenibile. In questo contesto, le imprese leader svolgono un ruolo determinante. **Le prime 50 aziende alimentari in Italia concentrano il 32,7% degli investimenti in Ricerca e Sviluppo del settore, il 28,5% del fatturato e l'11,2% dei dipendenti.**

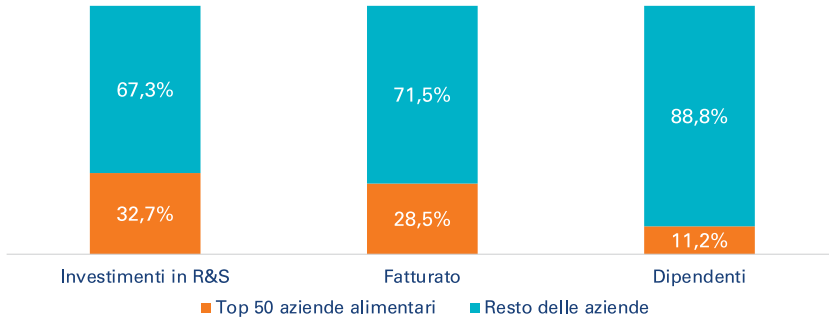
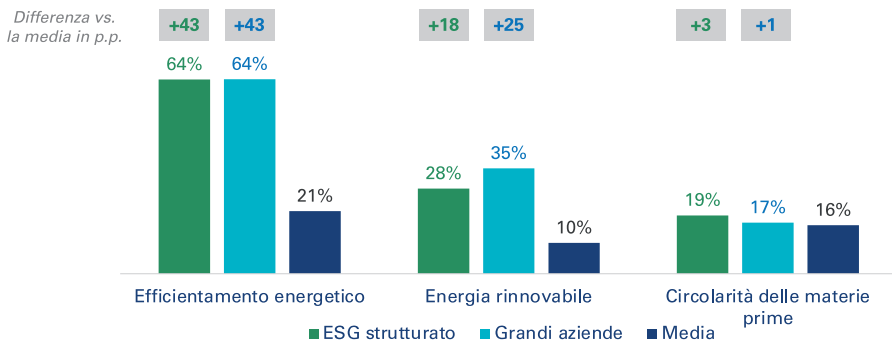


Figura 64 | Quota delle imprese alimentari leader per i principali indicatori economici (% del totale alimentare), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Aida e Monitoritalia, 2026.

Questa funzione di traino è particolarmente importante perché la transizione sostenibile richiede investimenti che spesso superano la capacità finanziaria e gestionale delle imprese più piccole. I Capifiliera possono in questo senso **contribuire a diffondere standard e modelli di collaborazione lungo l'intera catena del valore.**

Il ruolo di traino emerge anche dalle scelte di investimento. **Le grandi imprese e le aziende con ESG strutturato puntano in modo più deciso sulle tecnologie rinnovabili e sull'efficiamento energetico.** Questo dimostra come dimensione aziendale e maturità ESG si rafforzino reciprocamente. Le imprese più grandi dispongono di maggiori risorse per investire, quelle con ESG strutturato hanno una visione più chiara delle priorità e riescono a orientare meglio gli investimenti verso efficienza, energia rinnovabile e circolarità. In entrambi i casi, il risultato è una maggiore capacità di trasformare la sostenibilità in innovazione industriale.

Figura 65 | Risposte alla domanda «Quali sono i principali ambiti a cui vengono destinati gli investimenti?» per chi ha pianificato investimenti (val % sul totale), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.



Sostenibilità e automazione aperta come driver di profittabilità e resilienza

Dal punto di vista di Schneider Electric, la sostenibilità non è un traguardo filantropico, ma una leva strategica integrata nel cuore del modello di business, rafforzata dall'evoluzione verso l'automazione aperta.

L'azienda parte da una convinzione chiave: **transizione energetica e trasformazione digitale devono procedere insieme**. In questo contesto, la sostenibilità diventa un motore concreto di crescita. Le soluzioni di elettrificazione, digitalizzazione e gestione intelligente dell'energia permettono ai clienti di ridurre consumi, emissioni e costi operativi, generando efficienza e quindi profitto. Questo crea valore non solo per Schneider Electric, ma per tutto l'ecosistema industriale.

È qui che si inserisce il concetto di **automazione aperta** (open automation). Schneider Electric promuove un approccio basato su standard aperti e interoperabili – come architetture software-defined e piattaforme indipendenti dall'hardware – che consente alle aziende di essere più flessibili, innovative e resilienti. L'automazione aperta riduce il lock-in tecnologico, accelera l'adozione di nuove soluzioni e permette un'integrazione più rapida di tecnologie efficienti e sostenibili.

Questa apertura ha un impatto diretto su tre dimensioni chiave:

- **Profitto**: sistemi aperti e modulari riducono i costi di implementazione e manutenzione, migliorano le performance operative e accelerano il time-to-market.
- **Riduzione dei rischi**: la flessibilità tecnologica consente di adattarsi rapidamente ai cambiamenti normativi, energetici e di mercato, aumentando la resilienza delle operations.
- **Valore di lungo periodo**: l'adozione di ecosistemi aperti favorisce l'innovazione continua, la collaborazione tra partner e una maggiore sostenibilità lungo l'intero ciclo di vita degli asset.

Inoltre, l'integrazione tra sostenibilità e automazione aperta consente una gestione più trasparente e misurabile delle performance ESG. Attraverso piattaforme digitali avanzate, le aziende possono monitorare in tempo reale consumi energetici, emissioni e KPI operativi, trasformando i dati in leve decisionali strategiche.

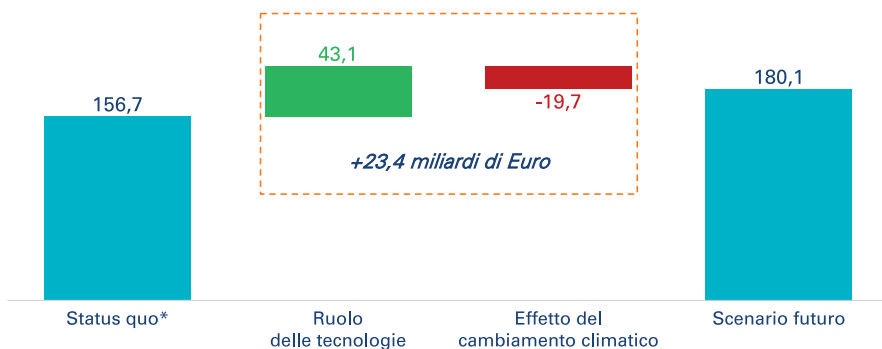
In sintesi, per Schneider Electric la sostenibilità non è solo una strategia, ma un sistema abilitato dalla tecnologia: l'automazione aperta ne è un acceleratore fondamentale. Insieme, questi elementi definiscono un nuovo paradigma industriale, in cui competitività, resilienza e impatto positivo convivono e si rafforzano reciprocamente.

Fonte: *Schneider Electric, 2026*.

L'adozione di tecnologie digitali può generare benefici rilevanti anche nel comparto agricolo. Il progetto QuantiFarm, che ha analizzato l'impatto di soluzioni tecnologiche digitali in condizioni reali attraverso 30 casi di test, 100 soluzioni innovative e un campione di 4.000 agricoltori, evidenzia risultati significativi. L'utilizzo di tecnologie come smart monitoring, smart control e smart planning consente un **aumento medio della produttività del lavoro del 92%**, della **produttività dei raccolti del 63%** e della **produttività dell'uso dell'acqua del 51%**. Allo stesso tempo, permette una **riduzione del consumo energetico per ettaro del 28%** e dell'**utilizzo di pesticidi per ettaro del 17%**.

L'innovazione tecnologica emerge quindi come una leva capace di tenere insieme sostenibilità economica e ambientale. In un contesto segnato dagli effetti crescenti del cambiamento climatico, la tecnologia può contribuire a rendere la produzione agricola più efficiente e meno esposta a shock esterni. Nel lungo termine, **la tecnologia può contrastare l'impatto negativo del cambiamento climatico sul fatturato del comparto agricolo italiano, generando un effetto positivo pari a 23,4 miliardi di Euro**, più che compensando i danni derivanti dal cambiamento climatico. Questo dato evidenzia come l'innovazione non rappresenti solo una leva di efficienza, ma anche una misura di adattamento economico al cambiamento climatico.

Figura 66 | Fatturato del comparto agricolo in Italia, nello scenario di efficientamento tecnologico (miliardi di Euro), 2050e. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati di Coldiretti, Quantifarm, ISMEA e ANBI, 2026. (*) Il valore del fatturato al 2050 (status quo) è ottenuto mediante proiezione basata sui tassi di crescita osservati negli ultimi cinque anni.



Infine, la settima priorità dell'Agenda si concentra sulla capacità della filiera agroalimentare di trasformare i dati in una vera infrastruttura competitiva. La transizione digitale non dipende

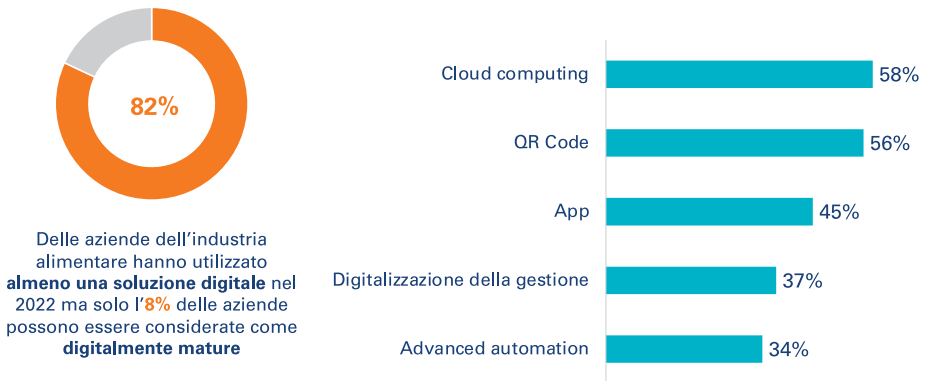
più soltanto dall'adozione di singole tecnologie, ma dalla **possibilità di connettere le informazioni generate lungo tutte le fasi della filiera**. In questa prospettiva, accessibilità e interoperabilità dei dati diventano condizioni essenziali per abilitare il paradigma della fabbrica del futuro e rendere più efficaci le decisioni delle imprese.

La filiera agroalimentare italiana ha già avviato un percorso di investimento tecnologico significativo. **Agricoltura e industria Food&Beverage destinano infatti il 23% degli investimenti all'innovazione tecnologica**. Tuttavia, la composizione di questi investimenti mostra come il processo sia ancora in una fase di transizione. La quota prevalente continua a riguardare **impianti e macchinari tradizionali**, che rappresentano il **73,6%** del totale, mentre gli **impianti e macchinari innovativi** si fermano al **14,8%**, il **software** al **4,8%** e la **Ricerca e Sviluppo** al **2,5%**. Questo evidenzia che la modernizzazione del settore è in corso, ma che la componente digitale e immateriale dell'innovazione deve ancora essere rafforzata per generare un reale salto di qualità.

Lo stesso andamento emerge osservando **il mercato 4.0 dell'agroalimentare italiano**. Nel 2025 il mercato ha raggiunto **2,5 miliardi di Euro** di valore, tornando sui livelli del 2023 dopo la flessione registrata nel 2024. Anche la superficie coltivata con soluzioni 4.0 è aumentata, passando dal **6% nel 2021 al 10% nel 2025**. Il dato conferma una crescente diffusione delle tecnologie digitali, trainata soprattutto da macchinari connessi, sistemi di monitoraggio e controllo di mezzi e attrezzature, che rappresentano il 65% del mercato. La direzione è quindi positiva, ma l'adozione rimane ancora concentrata su strumenti operativi, mentre la piena integrazione dei dati lungo la filiera appare meno avanzata.

Questa distinzione è particolarmente importante anche per l'industria alimentare. **L'82% delle aziende del settore ha utilizzato almeno una soluzione digitale** nel 2022, un dato che testimonia una diffusione ormai ampia della digitalizzazione. Tuttavia, **solo l'8% delle imprese può essere considerato digitalmente maturo**. Le tecnologie più adottate, come cloud computing, QR code, app, strumenti di gestione digitale e

automazione avanzata, mostrano che le imprese stanno introducendo soluzioni digitali nei propri processi, ma spesso in modo ancora parziale. L'utilizzo di una tecnologia, infatti, non coincide necessariamente con la capacità di integrarla nei processi decisionali, nei rapporti di filiera e nei sistemi di monitoraggio delle performance.



Il passaggio decisivo riguarda quindi la qualità dell'integrazione digitale. Una filiera realmente evoluta non si limita a raccogliere dati, ma li rende disponibili, leggibili e utilizzabili da più attori. Solo attraverso questa connessione il dato può diventare uno strumento per migliorare l'efficienza, rendere più trasparente la catena del valore e supportare decisioni più accurate.

In questo quadro, le tecnologie emergenti possono svolgere un ruolo determinante. Le startup agroalimentari mostrano una forte concentrazione su software, Intelligenza Artificiale, Big Data Analytics e IoT, che rappresentano alcune delle principali tecnologie abilitanti. L'Intelligenza Artificiale, in particolare, può trovare applicazione nella gestione della logistica e delle supply chain, nella protezione delle colture, nel monitoraggio dei parametri ambientali, nell'analisi della qualità e nella valutazione della sostenibilità. Il suo potenziale dipende però dalla disponibilità di basi dati solide, interoperabili e aggiornate. Senza dati accessibili e integrati, anche le tecnologie più avanzate rischiano di rimanere strumenti isolati, incapaci di produrre benefici sistemici.

Figura 67 | Aziende dell'industria alimentare che hanno utilizzato almeno una soluzione digitale e prime 5 tecnologie per diffusione nell'industria alimentare in Italia (2022 e 2024). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Politecnico di Milano, 2025.

Le criticità dichiarate dalle imprese confermano questo punto. Il 59,2% non segnala ostacoli rilevanti nella gestione dei dati, ma il restante 40,8% incontra difficoltà. Tra queste, la più rilevante è proprio **l'integrazione dei dati, indicata dal 30,9% delle imprese come la sfida principale**. Il problema non riguarda quindi la disponibilità di tecnologie, ma la capacità di costruire un linguaggio comune tra sistemi, imprese e fasi della filiera.



Figura 68 | Risposte alla domanda «La sua azienda riscontra criticità significative nella gestione dei dati?» e «Quale sfida legata alla gestione e integrazione dei dati rappresenta oggi il principale ostacolo per la Sua azienda?» (valori %), 2026. Fonte: survey della Community Food&Beverage alle imprese italiane, marzo 2026.

Fabbrica del futuro: asset intelligenti e Servizi Digitali al centro della trasformazione

Schneider Electric vede **la fabbrica del futuro come un ecosistema digitale, sostenibile e resiliente, capace di adattarsi in tempo reale alle dinamiche di mercato attraverso l'integrazione tra automazione, energia e software**. La digitalizzazione gioca un ruolo centrale: grazie a piattaforme aperte e interoperabili è possibile connettere macchine, processi e sistemi, trasformando i dati in informazioni utili per migliorare efficienza, qualità e continuità operativa.

In questo scenario, le soluzioni e i servizi digitali non sono più un abilitatore accessorio, ma diventano il motore della trasformazione industriale, permettendo alle aziende di evolvere verso modelli produttivi più flessibili, sostenibili e data-driven.

Uno degli elementi chiave è la gestione degli asset. In un contesto caratterizzato da crescente complessità tecnologica, invecchiamento delle infrastrutture e forte domanda di competenze specialistiche, diventa fondamentale **passare da un approccio reattivo a uno strategico**. Questo significa identificare gli asset critici, definire le corrette politiche manutentive e pianificare gli interventi di modernizzazione, trasformando la manutenzione da costo a leva di competitività.

La nostra visione si fonda su una strategia di Human & AI Intelligence, in cui competenze e professionalità vengono potenziate dalla tecnologia digitale e dall'intelligenza artificiale, abilitando decisioni più rapide e basate sui dati.

In questo contesto si inserisce il **paradigma One Service**, con cui Schneider Electric integra consulenza, piattaforme digitali e servizi lungo l'intero ciclo di vita degli asset, offrendo al cliente un unico approccio coerente e scalabile alla gestione e ottimizzazione delle proprie infrastrutture.

All'interno di questo framework nascono EcoConsult ed EcoCare. EcoConsult supporta le aziende nel rispondere alla domanda "Da dove inizio?", attraverso attività di advisory e analisi della base installata per definire una strategia di modernizzazione e gestione asset. EcoCare rappresenta invece l'evoluzione verso un modello proattivo, basato su piattaforme AI per il monitoraggio 24/7, che abilita strategie di manutenzione su condizione.

In questa logica, tutte le componenti — dall'infrastruttura elettrica ai sistemi di automazione e software di gestione — vengono integrate in una visione olistica, permettendo di ottimizzare le performance lungo l'intero ciclo di vita degli asset.

In sintesi, per Schneider Electric la fabbrica del futuro non è solo più digitale, ma soprattutto più intelligente nella gestione degli asset, capace di combinare dati, tecnologia e competenze in un modello di valore continuo per il business.

Fonte: *Schneider Electric, 2026.*

La **promozione dell'interoperabilità dei dati diventa quindi una priorità strategica**. Per l'agroalimentare italiano, significa creare le condizioni affinché gli attori della filiera possano condividere informazioni secondo standard comuni, riducendo la frammentazione oggi esistente. Questo passaggio è essenziale per rafforzare la sostenibilità, perché consente di misurare con maggiore precisione gli impatti, monitorare gli obiettivi ESG, migliorare la tracciabilità e rendere più credibile la comunicazione verso consumatori e finanziatori.

Le sette priorità individuate delineano un percorso di accelerazione della transizione sostenibile della filiera agroalimentare italiana che tiene insieme **competitività, resilienza e capacità di generare valore** nel lungo periodo. Il miglioramento registrato dall'Italia nel Food Sustainable Transition Index 2026 conferma che il sistema agroalimentare nazionale dispone di basi solide, ma mostra anche come il passaggio decisivo consista ora nel trasformare le iniziative già avviate in un'agenda strutturale, capace di coinvolgere l'intera catena del valore.


La transizione sostenibile della filiera richiede innanzitutto un salto di scala negli investimenti. La **finanza sostenibile**, e in particolare la finanza Nature Positive, **può diventare una leva determinante** per orientare capitale privato verso progetti ambientali misurabili, bancabili e coerenti con le nuove traiettorie europee. Allo stesso tempo, la **tutela della biodiversità**, degli input naturali e della capacità di adattamento al cambiamento climatico deve essere interpretata come una **condizione produttiva essenziale**, poiché il capitale naturale rappresenta la base stessa su cui si fonda la continuità e la competitività delle produzioni agroalimentari.

Il rafforzamento della sostenibilità passa anche dalla **capacità di agire sui comportamenti e sulla percezione del consumatore**. Lo spreco alimentare mostra con evidenza come esista ancora un divario tra consapevolezza dichiarata e comportamenti effettivi, mentre il tema dell'etichettatura evidenzia la necessità di rendere più chiaro e leggibile il valore della sostenibilità. In questa prospettiva, la **filiera deve essere in grado di collegare sostenibilità e qualità percepita**, trasformando le informazioni oggi frammentate in strumenti capa-

ci di orientare le scelte di acquisto e valorizzare gli investimenti realizzati dalle imprese.

Infine, l'innovazione rappresenta la condizione abilitante per rendere la transizione sostenibile, misurabile e scalabile. **Il ruolo dei Capifiliera è centrale per diffondere investimenti**, tecnologie e standard lungo una filiera ancora molto frammentata, mentre **l'accessibilità e l'interoperabilità dei dati diventano elementi indispensabili** per abilitare il paradigma della fabbrica del futuro. Senza una maggiore integrazione informativa, anche le tecnologie più avanzate rischiano di rimanere soluzioni isolate. Al contrario, una filiera capace di condividere e utilizzare dati comuni può migliorare la propria efficienza e contribuire a minimizzare gli impatti sull'ambiente.

L'Agenda per l'Italia mira quindi a rendere la sostenibilità una componente strutturale della competitività agroalimentare. Per riuscirci, sarà necessario rafforzare il coordinamento tra imprese, Istituzioni, finanza e consumatori, superando la frammentazione che ancora limita la capacità del sistema di agire in modo integrato. Solo attraverso una **transizione di filiera, fondata su investimenti, protezione del capitale naturale, responsabilità sociale e innovazione**, l'agroalimentare italiano potrà consolidare il proprio posizionamento europeo e contribuire in modo più incisivo alla crescita sostenibile del Paese.



Principale bibliografia di riferimento

- Agrifood Tech, “Agricoltura 4.0: cos’è, incentivi e tecnologie abilitanti”, 2021
- Agrifood Tech, “Come la blockchain può garantire maggiore sostenibilità nel settore agroalimentare”, 2020
- Agrifood Tech, “Spreco alimentare: l’innovazione digitale per gestire le eccedenze di cibo, per la sostenibilità e l’ESG”, 2021
- AIDA - Bureau van Dijk, 2026
- Banca Centrale Europea, “Economic Bulletin”, 2025
- Banca d’Italia, “Gli impatti del cambiamento climatico sull’agricoltura italiana”, 2023
- Banca d’Italia, “Bollettino Economico”, 2025
- Banco Alimentare, “Rapporto di sostenibilità”, 2026
- Circana database, 2026
- Coldiretti, “Prezzi: aumento costi agricoltori fino a 200 euro/ettaro”, 2026
- Commissione Europea, “A Competitiveness Compass for the EU”, 2025
- Commissione Europea, “Agri-food Industrial Ecosystem”, 2024
- Commissione Europea, “Nitrates Directive Amendment”, 2026
- Commissione Europea, “Critical Raw Materials Act”, 2024
- Commissione Europea, “EU Agricultural Outlook 2025-2035”, 2025
- Commissione Europea, “EU Deforestation Regulation (EUDR)”, 2023
- Commissione Europea, “European Water Resilience Strategy”, 2025
- Commissione Europea, “JRC Technical Report on Agriculture”, 2024
- Commissione Europea, “Insurance and Risk Management Tools for Agriculture in the EU”, 2025
- Commissione Europea, “Monitoring industrial ecosystems”, 2025

- Commissione Europea, “Nuovo piano d’azione per l’Economia Circolare”, 2022
- Commissione Europea, “Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR)”, 2025
- Commissione Europea, “Platform on sustainable finance: technical working group”, 2025
- Commissione Europea, “Regulation (EU) 2024/1991 on nature restoration and amending Regulation”, 2024
- Commissione Europea, “Special Eurobarometer 513, Climate Change”, 2022
- Commissione Europea, “Strategic Dialogues on Agriculture”, 2025
- Commissione Europea, “Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GI) and traditional specialities guaranteed (TSG)”, 2022
- Commissione Europea, “The European Green Deal”, 2025
- Commissione Europea, “The new common agricultural policy: 2023-27”, 2022
- Commissione Europea, “Vision 2040 for Agriculture and Food”, 2025
- Commissione Europea, “Young farmers in EU agriculture”, 2025
- Conferenza delle Nazioni Unite per il Commercio e lo Sviluppo (UNCTAD), 2025
- Copernicus, “Climate Bulletin”, 2026
- Edison Next, “La crescita sostenibile dell’agroalimentare”, 2025
- ENEA, “Rapporto Annuale sull’efficienza energetica”, 2025
- European Central Bank, “Green investment needs in the EU and their funding”, 2025
- European Parliament Research Service, “Artificial Intelligence in the agri-food sector”, 2025
- European Patent Office (EPO), 2026
- European Severe Weather Database, 2026

- Eurostat, “Agricoltura, silvicoltura e pesca”, 2026
- Eurostat, “Economia e finanza”, 2026
- Eurostat, “Industria, commercio e servizi”, 2026
- Eurostat, “Statistiche demografiche”, 2026
- Eurostat-Comext, “Commercio internazionale”, 2026
- FAOSTAT, “Production and food balances”, 2026
- Food and Agriculture Organization (FAO) delle Nazioni Unite, “The State of Food Security and Nutrition in the World”, 2024
- Food and Agriculture Organization (FAO) delle Nazioni Unite, “The Future of Food and Agriculture”, 2023
- Ismea e Fondazione Qualivita, “Rapporto Ismea - Qualivita 2024 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG”, 2025
- Ismea, “Gli scambi commerciali dell’Italia con l’Asia e la crisi del canale di Suez”, 2025
- Ismea, “I consumi alimentari delle famiglie”, 2025
- Ismea, “Rapporto sull’Agroalimentare Italiano”, 2025
- Ispra, “Consumo di suolo, dinamiche territoriali e servizi ecosistemici”, 2026
- Istat, “Conti Nazionali”, 2026
- Istat, “Produzione e valore aggiunto per branca d’attività”, 2026
- Istat, “Spesa per consumi finali delle famiglie per voce di spesa”, 2026
- Istat-BES, “Abitudini delle famiglie”, 2026
- Istituto Superiore di Sanità (ISS), “Linee guida – La dieta mediterranea”, 2025
- Joint Research Center, “Delivering the EU Green Deal”, 2025
- Joint Research Center, “EU food system monitoring framework. From concepts to indicators”, 2024
- Joint Research Center, “Energy use in the EU food sector”, 2015

Joint Research Center, “The RHOMOLO and FIDELIO interim evaluation of the impact of Horizon Europe”, 2025

Legambiente, “Rapporto Città Clima”, 2025

Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT), 2026

Ministero dell’Istruzione e del Merito (MIM), “Osservatorio sui Conti Pubblici Italiani”, 2026

MonitoraItalia, “Alimenti e bevande”, 2026

NASA (National Aeronautics and Space Administration), 2026

Nielsen GS1 Italy, “Osservatori Immagino”, 2025

Openpolis, “PNRR”, 2025

Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU), “Food Waste Index Report”, 2025

Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU), “State of Finance for Nature 2026”, 2026

Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU), “The Sustainable Development Goals Report”, 2025

Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU), “UN Global Platform”, 2025

Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO), 2026

Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e OCSE, “Step up! Tackling the burden of insufficient physical activity in Europe”, 2023

Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), “Health at a Glance”, 2025

Our World in Data, “Struttura della popolazione per età”, 2026

Parlamento Europeo, “Euro Area Risks Amid US Protectionism”, 2025

Parlamento Europeo, “The dependency of the EU’s food system on inputs and their sources”, 2024

Politecnico di Milano, “Rapporto Agricoltura 4.0 dell’Osservatorio Smart Agrifood”, 2025

Politecnico di Milano, “Ricerca 2022 dell’Osservatorio Smart Agrifood”, 2023

Politecnico di Milano, “Ricerca 2021 dell’Osservatorio eCom-merce B2C”, 2022

Politecnico di Milano, “Ricerca 2021 dell’Osservatorio Artificial Intelligence”, 2021

RINA, fonti interne aziendali, 2026

Schneider Electric, fonti interne aziendali, 2026

TEHA Club, “Gli impatti della Trumponomics sulle filiere industriali europee ed italiane”, 2025

TEHA Club, “Prime riflessioni sulle implicazioni e i rischi della nuova politica commerciale USA per il Made in Italy nello scenario globale”, 2025

TEHA Group e ADM – Associazione Distribuzione Moderna, “Costruire fiducia: il ruolo della Distribuzione Moderna e della Marca del Distributore”, 2026

TEHA Group e ADM – Associazione Distribuzione Moderna, “L’Italia di oggi e domani: il ruolo sociale ed economico della Distribuzione Moderna”, 2024

TEHA Group e ADM – Associazione Distribuzione Moderna, “Marca del Distributore e Made in Italy: il ruolo della Distribuzione Moderna”, 2025

TEHA Group e Assocamerestero, “Quale valore del brand Made in Italy nel mondo”, 2025

TEHA Group e Coldiretti, “Il Libro Giallo dell’agricoltura e dell’agroalimentare italiano”, 2025

TEHA Group e Elicor, “Lo stato dell’arte dell’educazione alimentare in Italia e il ruolo della ristorazione collettiva”, 2022

TEHA Group, “Crescere nei mercati globali: nuove rotte per il Made in Italy agroalimentare”, 2026

TEHA Group, “Italian Sounding: quanto vale e come trasformarlo in export made in Italy”, 2025

TEHA Group, “Italian Sounding: quanto vale e come trasfor-

marlo in export made in Italy”, 2024

TEHA Group, “La (R)evoluzione sostenibile e circolare della filiera agroalimentare italiana”, 2025

TEHA Group, “La (R)evoluzione sostenibile e circolare della filiera agroalimentare italiana”, 2024

TEHA Group, “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”, 2026

TEHA Group, “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”, 2025

TEHA Group, “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”, 2024

TEHA Group, Community Valore Acqua, “Libro Bianco Valore Acqua”, 2026

TEHA Group, Italgrob e AFDB, “Nutrire il Paese, connettere le persone - L’HoReCa come ecosistema: Il ruolo chiave dei consumi fuori casa nell’era dell’incertezza e il valore abilitante della Distribuzione Horeca per il Sistema-Paese”, 2025

TEHA Group, Osservatorio Valore Sport, “L’Osservatorio Valore Sport: riportare la pratica sportiva al centro dell’agenda politica per creare valore per il Paese”, 2025

TEHA Group, PromoTurismoFVG e ERSa, “Il modello Friuli Venezia Giulia il valore della filiera agroalimentare regionale e la percezione del consumatore”, 2024

TEHA Group-Ricerca Pickwick, “Altre vie di svolta – Il piano d’azione per costruire insieme un futuro migliore”, 2024

Tripadvisor, 2026

UNESCO, 2026

Unioncamere, 2026

US Bureau of Economic Analysis, “U.S. International Trade in Goods and Services”, 2026

US Census Bureau database, 2026

US Customs and Border Protection, “Customs user fees to be adjusted for inflation in fiscal year 2025”, 2024

Bibliografia

Waste Watcher, “Osservatorio internazionale su cibo e sostenibilità – Focus Italia”, 2025

World Bank, “DataBank Population estimates and projections”, 2026

World Resources Institute (WRI), “Natural Asset Companies Could Finally Make Healthy Ecosystems Investable”, 2026

World Resources Institute (WRI), “State of Climate Action 2023”, 2024

TEHA Group in Italia e nel mondo: uffici e partner strategici

Italia

Milano

The European House - Ambrosetti
Via F. Albani, 21
20149 Milano
Tel. +39 02 46753.1
ambrosetti@ambrosetti.eu

Bologna

The European House - Ambrosetti
Via Persicetana Vecchia, 26
40132 Bologna
Tel. +39 051 268078

Roma

The European House - Ambrosetti
Via Po, 22
00198 Roma
Tel. +39 06 8550951

Europa

Berlino

GLC Glücksburg Consulting AG
Albrechtstraße 14 b
10117 Berlin
Tel. +49 30 8803 320
Mr. Martin Weigel
berlino@ambrosetti.eu

Bruxelles

TEHA Bruxelles Office
Tel. +32 476 79 10 89
Ms. Laura Basagni
laura.basagni@ambrosetti.eu

Istanbul

Consulta
Kore Şehitleri Caddesi Üsteğmen
Mehmet Gönenç Sorak No. 3
34394 Zincirlikuyu-Şişli-Istanbul
Tel. +90 212 3473400
Mr. Tolga Acarli
istanbul@ambrosetti.eu

Londra

Ambrosetti Group Ltd.
37-38 Long Acre
London WC2E 9JT
london@ambrosetti.eu

Madrid

TEHA Spain Office
Ms. Marta Ortiz
Tel. +34 91 575 1954
madrid@ambrosetti.eu

Asia

Bangkok

Mahanakorn Partners Group Co., Ltd.
Kian Gwan House III, 9th Floor, 152
Wireless Rd., Lumpini,
Pathumwan, Bangkok, 10330,
Thailand
Tel. +66 (0) 2651 5107
Mr. Luca Bernardinetti
bangkok@ambrosetti.eu

Pechino

Ambrosetti (Beijing) Consulting Ltd.
No.762, 6th Floor, Block 15
Xinzhaoyuan, Chaoyang District
Beijing, 100024
Tel. +86 10 5757 2521
Mr. Mattia Marino
beijing@ambrosetti.eu

Seoul

HebronStar Strategy Consultants
4F, ilsin bldg., 27,Teheranro37-gil,
Gangnam-gu, Seoul
Tel. +82 2 417 9322
Mr. Hyungjin Kim
seoul@ambrosetti.eu

Shanghai

Ambrosetti (Beijing) Consulting Ltd.
Room 20L, Liduxingui Building,
No.831Xinsha Road,
Jing'an District, Shanghai
Tel:+86 21 52861891
Mr. Mattia Marino
shanghai@ambrosetti.eu

Tokyo

Corporate Directions, Inc. (CDI)
Tennoz First Tower 23F
2-2-4 Higashi Shinagawa, Shinagawa-ku
Tokyo, 140-0002
Tel. +81 3 5783 4640
Mr. Nobuo Takubo
tokyo@ambrosetti.eu

Vientiane

Laos Office
Rue Samsenthai N° 073 Unit 07,
Kaoyod Vill., Sisatanak District
0104 Vientiane Capital
Tel. +856 (0)20 52311570
Mr. Vincenzo Iacuzio
laos@ambrosetti.eu

Medio Oriente

Riad

TEHA Riad Office
Mr. Mohammed Talal Khallaf
mohammed.khallaf@ambrosetti.eu

Africa

Rosebank - Johannesburg

TEHA Africa Ltd.
116 Oxford Road, Oxford & Glenhove,
Building 1 Rosebank
2196, Johannesburg
Tel. +27 76 487 8195
Mr. Pietro Mininni
pietro.mininni@ambrosetti.eu