

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
<b>Rubrica Food Industry Monitor</b>				
19:50	Rai3	24/06/2015	TGR LOMBARDIA H. 19.30 (Ora: 19:50:30 Min: 1:39)	2
<b>Rubrica BSI</b>				
13	Il Sole 24 Ore	10/07/2015	L'AGROALIMENTARE ANTIDOTO ALLA CRISI (E.sc.)	3
10	MF - Milano Finanza	25/06/2015	BSI: IN ITALIA IL FOOD HA RESO MOLTO PIU' DEI BIG INDUSTRIALI (A.Montanari)	4
40	L'Arena	13/07/2015	ALLEGRINI AL FOOD INDUSTRY MONITOR	5
4/7	Foodindustria	30/06/2015	OSSERVATORIO (L.Putignano)	6
23	Corriere del Ticino	25/06/2015	ECONOMIA ITALIANA, IL FOOD CONINUA A CRESCERE	10
<b>Rubrica BSI: web</b>				
	Dolcitalia.com	03/07/2015	AGROALIMENTARE: CAFFE', DISTILLATI E FOOD EQUIPMENT I BEST PERFORMER	11
	Mixerplanet.com	03/07/2015	AGROALIMENTARE: CAFFE', DISTILLATI E FOOD EQUIPMENT I BEST PERFORMER	12
	Agronotizie.Imagelinenetwork.com	26/06/2015	INTERNAZIONALIZZAZIONE E INNOVAZIONE LE STRADE PER LA CRESCITA DELL'AGROALIMENTARE	14
	Vendingnews.it	26/06/2015	AGROALIMENTARE IN CRESCITA. TRAINANO CAFFE', DISTILLATI E FOOD EQUIPMENT	16
	Mark-up.it	25/06/2015	FOOD INDUSTRY MONITOR: SFIDE COMPETITIVE NEL FOOD & BEVERAGE	18
	Winenews.it	25/06/2015	TRA IL 2009 E IL 2013, IN PIENA RECESSIONE, L'AGROALIMENTARE ITALIANO CRESCIUTO DEL 4%. PER IL VINO +	19
	Agiellenews.it	24/06/2015	(AGIELLE) - AGROALIMENTARE: FOOD INDUSTRY MONITOR, CRESCITA DI 4 PUNTI DAL 2009 AL 2013	21
	Agroalimentarenews.com	24/06/2015	CAFFE', DISTILLATI E FOOD EQUIPMENT I BEST PERFORMER DELL'AGROALIMENTARE	22
	Askaneews.it	24/06/2015	L'AGROALIMENTARE TRAINA L'ECONOMIA ITALIANA: +4% TRA 2009 E 2013	24
	Comunicaffe.it	24/06/2015	"L'AGROALIMENTARE E IL CAFFE' TRAINANO L'ECONOMIA ITALIANA"	26
	Corriere.it	24/06/2015	AGROALIMENTARE: TRA 2009 E 2013 HA TRAINATO ECONOMIA ITALIA	28
	Firstonline.info	24/06/2015	L'AGROALIMENTARE TRAINA L'ECONOMIA ITALIANA: +4% TRA 2009 E 2013	29
	Ilghirlandaio.com	24/06/2015	AGENDA ECONOMICA, GLI APPUNTAMENTI DI MERCOLEDI' 24 GIUGNO	30
	It.finance.yahoo.com	24/06/2015	L'AGROALIMENTARE TRAINA L'ECONOMIA ITALIANA: +4% TRA 2009 E 2013	33
	Milanofinanza.it	24/06/2015	AGROALIMENTARE: TRA 2009 E 2013 HA TRAINATO ECONOMIA ITALIA	35
	Milanofinanza.it	24/06/2015	L'AGENDA DI OGGI	37
	TgCom24.Mediaset.it	24/06/2015	AGROALIMENTARE: TRA 2009 E 2013 HA TRAINATO ECONOMIA ITALIA	41
	Tiscali.it	24/06/2015	ALIMENTARE, L'AGROALIMENTARE TRAINA L'ECONOMIA ITALIANA: +4% TRA 2009 E 2013	42

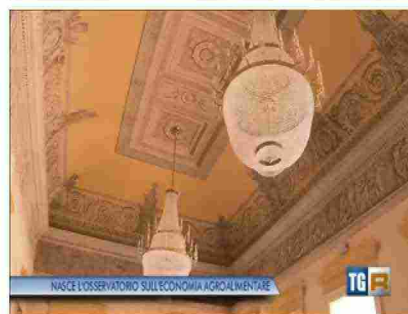
TGR LOMBARDIA H. 19.30 (Ora: 19:50:30 Min: 1:39)

Expo, nasce un osservatorio delle aziende agroalimentare "food monitor", che avrà il compito di monitorare l'andamento delle aziende e i cambiamenti che avvengono nel corso degli anni. Il progetto è stato creato in collaborazione con l'Università delle scienze gastronomiche fondata da Petrini. Tra i settori trainanti anche quello del caffè.

intervista a: Carmine Garzia, coor. scientifico osservatorio Unisg

intervista a: Masilisa Allegrini, pres. Allegrini spa

Autore: Lara Poggi

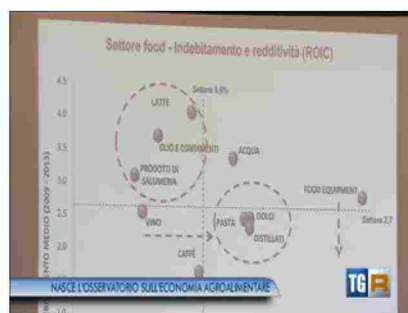


Il campione

500 aziende → 43,5 miliardi di fatturato → 47% rappresentate dalle specialità di nicchia

I comparti analizzati

Settore	Numero aziende	Fatturato (Miliardi Euro)	Media fatturato (Migliaia Euro)	Media dipendenti (Migliaia)
Carne	18	2.500.000	138.889	35
Latte	18	2.200.000	122.222	30
Prodotti da salumeria	18	1.800.000	100.000	25
Altri	18	1.500.000	83.333	20
Altri	18	1.200.000	66.667	15
Altri	18	900.000	50.000	10
Altri	18	600.000	33.333	5
Altri	18	300.000	16.667	2
Altri	18	150.000	8.333	1
Altri	18	75.000	4.167	0,5
Altri	18	37.500	2.083	0,25
Altri	18	18.750	1.042	0,125
Altri	18	9.375	521	0,0625
Altri	18	4.688	260	0,03125
Altri	18	2.344	130	0,015625
Altri	18	1.172	65	0,0078125



**Il caso.** Dal 2009 al 2013 la crescita del Pil del settore è stata del 4% mentre il Prodotto interno lordo complessivo perdeva il 2%

# L'agroalimentare antidoto alla crisi

L'agroalimentare vince la crisi: nel periodo che va dal 2009 al 2013 ha infatti registrato una crescita del 4% mentre il Pil italiano perdeva oltre due punti percentuali. A confermare il discreto stato di salute del settore è stata la prima edizione del Food industry monitor, l'osservatorio permanente sull'agroalimentare tricolore realizzato dall'Università di scienze gastronomiche (Unisg), insieme alla Banca della Svizzera italiana. In realtà anche l'industria alimentare ha sofferto della debolezza del mercato domestico, con diverse chiusure e ridimensionamenti di impianti e un moderato ricorso agli ammortizzatori sociali. A rendere meno amara la crisi dei consumi è stato però il balzo dell'export.

Comunque dall'inizio della crisi, dal 2007, la produzione, secondo dati di Federalimentare, ha perso solo 3 punti percentuali, a fronte dei 24 lasciati sul campo dall'industria nel suo complesso. Mentre l'export è balzato del 49,5%, contro il +9,9% di tutto il manifatturiero. Sul fronte occupazionale il set-

tore ha perso 20 mila posti contro circa un milione dell'industria. Nel 2014 l'export ha guadagnato terreno con un +3,1% e quest'anno dovrebbe avanzare di oltre il 5% intorno ai 35 miliardi considerando i prodotti agricoli. Con la crisi «le aziende hanno subito una contrazione della domanda e forti pressioni sui prezzi - precisa Carmine Garzia, coordinatore scientifico del Food industry monitor - In tutti i comparti sono state adottate strategie di crescita ma solo alcune aziende, concentrate prevalentemente nei comparti delle macchine alimentari, caffè e distillati, sono riuscite a mantenere un bilanciamento ottimale tra crescita dei ricavi, margini di profitto ed equilibrio finanziario». Se ne ricavano due messaggi: in primo luogo la crescita virtuosa non può prescindere dall'innovazione, che consente di incrementare i margini; in secondo luogo, le aziende devono dedicare alla gestione finanziaria lo stesso livello di attenzione che dedicano all'innovazione.

Ai primi tre posti per crescita, redditività e sostenibilità finanziaria si situano i comparti del caffè, dei distillati e del food equipment (produzione di impianti e macchinari per l'industria del food). Seguono i comparti della pasta, dei dolci e del vino. Ancora più importante è il fatto che in questi settori la crescita è stata accompagnata dalla sostenibilità finanziaria: una combinazione di fattori che potrà garantire il successo anche sul lungo periodo. «L'alimentare italiano ha grandi potenzialità - ha osservato Gianmaria Tondato Da Ruos, ad di Autogrill - ma bisogna spostare l'accento dai volumi al valore, impegnarsi nella costruzione di un brand mondiale di qualità» come, per esempio, Illy e Allegrini. E infatti Andrea Illy, ad della multinazionale triestina, si è fermato sulla strategia della qualità «che significa anche acquistare il caffè da produttori esclusivi e costituire scorte; non incompriamo sul mercato al bisogno». Un compito già molto difficile a cui si ag-

giungono «i pericoli di un boom dei prezzi in seguito al cambiamento climatico e all'innovazione tecnologica che impone le capsule che cannibalizzano l'espresso tradizionale».

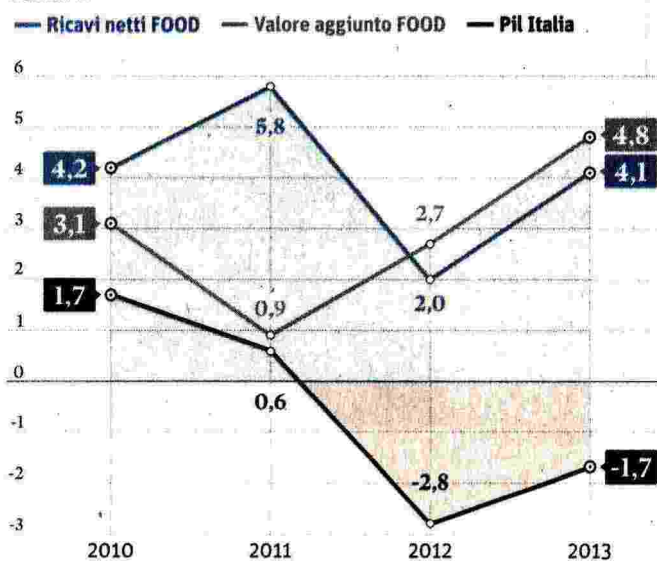
Marilisa Allegrini, Signora dell'Amarone, ha sottolineato che «sulla qualità abbiamo fatto passi da gigante. E infatti i mercati internazionali hanno riconosciuto i nostri sforzi comprando i nostri vini. Semmai abbiamo un problema di distribuzione: negli Usa i prezzi dei nostri prodotti arrivano al consumatore finale moltiplicandosi per 5. Gli operatori americani si sono arricchiti alle nostre spalle». Ma gli italiani fanno squadra? «Noi ci siamo attrezzati - ha risposto Allegrini - fondando l'Italian signature wines academy, club del vino italiano di pregio, con 5 grandi produttori, 33,2 milioni di bottiglie e 200 milioni di fatturato. La nostra è un'alleanza strategica che sfrutta ogni possibile sinergia nella promozione e nello sviluppo commerciale sui mercati esteri».

E. Sc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'andamento

Dati in %



Fonte: Fmi, World Economic Outlook, 2015

























































































