

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Food Industry Monitor				
19:50	Rai3	24/06/2015	TGR LOMBARDIA H. 19.30 (Ora: 19:50:30 Min: 1:39)	2
Rubrica BSI				
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
Rubrica BSI: web				
	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

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».

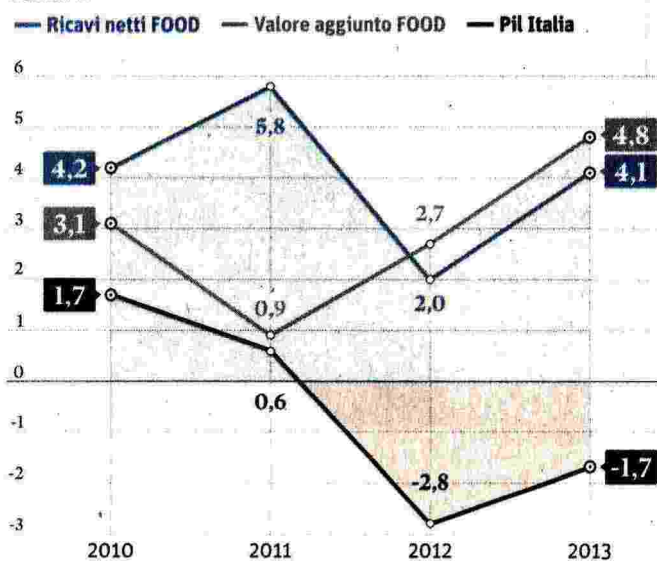
Marilisa Allegrini, Signora dell'Amarone, ha sottolineato che «sulla qualità abbiamo fatto passi da gigante. E infatti i mercati internazionali hanno riconosciuto i nostri sforzi comprando i nostri vini. Semmai abbiamo un problema di distribuzione: negli Usa i prezzi dei nostri prodotti arrivano al consumatore 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



Bsi: in Italia il food ha reso molto più dei big industriali

di Andrea Montanari

Sostenuto dal boom della ristorazione su scala nazionale e dall'Expo di Milano il business del food e più in generale dell'agroalimentare si conferma uno dei più solidi e in crescita dell'intero sistema industriale italiano, anche perché rappresenta il 14% del pil, il 14% dell'occupazione nazionale e il 3% dell'export mondiale di settore. Lo certifica anche il nuovo progetto Food Industry Monitor, lanciato da Bsi in collaborazione con l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (Cuneo) e presentato ieri a Milano. Si tratta del primo osservatorio permanente sulle performance delle aziende nazionali del settore alimentare: un progetto su base triennale dal quale emerge che «con una crescita media annua (cagr) del 45% tra il 2009 e il 2013, e soprattutto con un rapporto tra debito e crescita decisamente favorevole, il comparto agroalimentare ha trainato l'economia italiana», specificano i manager di Bsi e i professori dell'ateneo di Pollenzo. Il rapporto ha preso in esame le performance economico-finanziarie di 520 aziende suddivise in dieci comparti: acqua, caffè, distillati, attrezzature per l'alimentare,

latte&derivati, olio&condimenti, pasta, salumeria e vino. E dall'osservatorio emerge che questo pool di società ha generato ricavi aggregati per 43,5 miliardi, ossia il 71% di tutte le aziende di capitale operanti nel business su scala nazionale. Più in dettaglio, dal Food Industry Monitor emerge che sono i comparti del caffè (+5,3%), del vino (5,2%) e dell'olio (+6%) quelli che si sono maggiormente distinti per crescita e sviluppo industriale. «Tale risultato», si legge nell'osservatorio, «è attribuibile al fatto che le aziende attive in questo settore sono strutturalmente più votate all'export e presentano un alto tasso di innovazione, contano su marchi forti e hanno raggiunto una consolidata posizione sui mercati internazionali». Complessivamente il comparto food analizzato da Bsi e dall'Università di Pollenzo ha generato nel periodo analizzato una redditività netta (Roe) dell'8,8% contro il 4,8% delle principali aziende italiane prese in esame da Mediobanca. C'è un neo, però. Viene fatto notare nel rapporto che l'investimento nell'innovazione dal 2009 al 2013 non ha superato in media l'1,2% dei ricavi. Un livello molto basso per aziende che vogliono crescere. (riproduzione riservata)



CANTINE. La presidente dell'azienda vitivinicola scaligera ha rappresentato il settore

Allegrini al Food Industry Monitor

Marilisa Allegrini è il volto del vino italiano al Food Industry Monitor. La presidente del gruppo Allegrini, che ha base a Fumane di Valpolicella, presidente anche de «Le Famiglie dell'Amarone d'Arte» e della nuova accademia del vino «Italian Signature Wines Academy», ha rappresentato a Milano, lo scorso 24 giugno, l'intero compar-

to vinicolo nazionale al primo osservatorio permanente del settore agroalimentare italiano realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche-Unisg presieduta da Carlo Petrini e dalla banca Bsi. A fianco dell'imprenditrice veronese, per le eccellenze del Made in Italy agroalimentare c'erano anche tra gli altri, Angelo Colussi e Andrea

Illy. Il Food Industry Monitor ha analizzato le performance economico finanziarie di 520 aziende suddivise in 10 comparti (acqua, caffè, distillati, dolci, food equipment, latte e derivati, olio e condimenti, pasta, salumeria, vino) dal 2009 al 2013.

E l'agroalimentare, in conclusione, tiene bene grazie a una crescita generale del 4%

tra 2009 e 2013. Caffè, distillati e food equipment (produzione di impianti e macchinari per l'industria del food) sono stati i migliori per crescita, redditività e sostenibilità finanziaria. Seguono pasta, dolci e vino, il quale registra (in un'indagine su 100 aziende italiane) un +5,2% di media nei ricavi. ● C.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Marilisa Allegrini e Colussi



CONSORZIO PECORINO TOSCANO: "SCONCERTANTE DIKTAT UE SU LATTE IN POLVERE"

"Ci vuole una norma che obblighi a inserire nelle etichette l'origine di tutti i prodotti agroalimentari": questo è quanto affermato da **Andrea Righini** e **Carlo Santarelli**, rispettivamente direttore e presidente del **Consorzio Pecorino Toscano DOP**.

"Riteniamo sconcertante il 'diktat' dell'Unione Europea volto a cancellare la norma italiana sul divieto di detenzione e utilizzo di latte in polvere per la fabbricazione di prodotti lattiero caseari. L'UE, in nome della libera circolazione delle merci, chiede all'Italia di cancellare la legge n.138 dell'11 aprile 1974, voluta e pensata per difendere la qualità dei nostri formaggi". Con queste parole Santarelli e Righini esprimono il loro sdegno rispetto a queste forzature e la loro solidarietà ai produttori e a tutta la filiera lattiero casearia italiana.



DIFENDERE IL SISTEMA

LATTEARIO CASEARIO ITALIANO

"Nonostante che il Pecorino Toscano DOP e i formaggi certificati a marchio DOP non siano interessati dalla vicenda – spiegano Santarelli e Righini - crediamo sia fondamentale che il governo si batta, fino in fondo, per difendere la qualità del sistema lattiero caseario italiano e la trasparenza delle informazioni da dare ai consumatori.



Le parole del Ministro dell'agricoltura ci confortano e vanno in questa direzione, ribadendo alla Commissione Europea, come più volte chiesto anche dal nostro Consorzio, la necessità di un intervento più approfondito sull'etichettatura di tutti i prodotti agroalimentari".

LA RICHIESTA DEL CONSORZIO PECORINO DOP: INSERIRE NELLE ETICHETTE L'ESATTA ORIGINE DEI PRODOTTI

"Da anni chiediamo alle istituzioni italiane ed europee – dicono Righini e Santarelli – di impegnarsi di più per garantire la trasparenza delle informazioni nelle etichette dei prodotti, la difesa della qualità delle produzioni e la salute dei cittadini. Troppo spesso i consumatori si trovano ad acquistare prodotti che apparentemente sono indicati come italiani, ma le cui materie prime provengono dall'estero o addirittura tutta la produzione viene svolta fuori dall'Italia. Per questo c'è bisogno che nelle etichette sia specificata e inserita l'indicazione di origine del prodotto".

IL VALORE DELLE DOP LEGATO AL TERRITORIO DI ORIGINE

"La DOP - spiegano Santarelli e Righini – è un'esclusiva di produzioni legate a filo doppio con il territorio di origine e le persone che partecipano ad ogni fase della filiera produttiva: dall'allevamento del bestiame fino alla tavola del consumatore. Nel caso del Pecorino Toscano significa che solo il formaggio prodotto, stagionato, confezionato e distribuito secondo le norme contenute nel Disciplinare di produzione è DOP e garantisce al consumatore eccellenza delle materie prime e dei procedimenti di produzione. I consumatori italiani ed europei devono essere informati sulle differenze tra i prodotti, per poi scegliere in trasparenza e in libertà cosa mettere dentro i carrelli della spesa".

FOOD'N'MOTION ARRIVA ALL'AUTODROMO DI MONZA

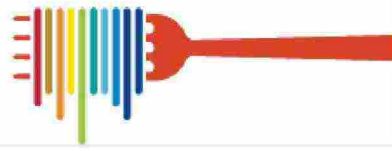
truckEmotion e vanEmotion ospitano la prima edizione dell'evento dedicato al trasporto del cibo: come trasmettere qualità e valore

La quarta edizione di **truckEmotion** e **vanEmotion**, la manifestazione nazionale dedicata al mondo dei veicoli industriali e commerciali da trasporto e da lavoro – al-



10 TRADE SHOWS IN ONE
COLONIA 10.-14.10.2015

Sarete i benvenuti!



l'Autodromo di Monza dal 25 al 27 settembre - arricchisce il format con un'importante novità: l'introduzione di Food'n'Motion, la prima edizione dell'evento dedicato alla catena del trasporto, della distribuzione, dei servizi e della logistica degli alimenti.

Food'n'Motion vuole essere un grande momento di incontro tra le due filiere dell'autotrasporto e dell'agroalimentare, per affrontare insieme le problematiche connesse al trasporto degli alimenti, perché la qualità e la sicurezza del cibo dipendono anche da un'adeguata gestione del trasporto delle materie prime, dei semilavorati e dei prodotti finiti.

Il trasporto di qualità, infatti, è un anello vitale della catena alimentare e contribuisce alla qualità e alla salubrità del cibo in tutti i passaggi: dal primo miglio al lungo raggio, per arrivare all'ultimo miglio.

Tanti i convegni e i workshop tematici in programma per Food'n'Motion, con il coinvolgimento delle istituzioni, delle filiere e delle associazioni industriali e commerciali di categoria, dei costruttori e degli allestitori di veicoli, delle aziende di servizi e trasporti, dei centri agroalimentari, della GDO e delle aziende di produzione del settore enoagroalimentare.

L'Autodromo di Monza vivrà i colori e i sapori del cibo con l'esposizione dei veicoli dedicati al trasporto degli alimenti, suddivisi per aree tematiche, e con i prodotti enogastronomici italiani da degustare, per offrire ai visitatori la possibilità di un percorso conoscitivo sul trasporto del cibo. Tanti anche i momenti di show e di divertimento come cornice di Food'n'Motion.

Il format, innovativo e spettacolare, è strutturato come una piattaforma di servizi e prodotti per facilitare l'inte-

razione di tutta la filiera dell'autotrasporto: costruttori di veicoli industriali e di LCV, associazioni di categoria, istituzioni, aziende di trasporto, società di noleggio, fleet manager conto proprio e conto terzi e professionisti della strada.

L'evento dura tre giorni e ospita un intenso programma di convegni e workshop tematici dedicati alle problematiche e all'innovazione nei trasporti, meeting commerciali, test prodotto, attività formative e intrattenimento, come confermano i risultati di successo del 2014: 1.828 prove su truck, 663 prove su van, 206 prove off road, 11.450 km percorsi, una grande affluenza di visitatori e un programma ricco di convegni, workshop tematici e relatori autorevoli in rappresentanza di tutta la filiera.

Sempre protagonisti gli ultimi modelli di tutti i costruttori di veicoli industriali, in prova sulla pista junior del circuito (2.405 m), e la maggior parte dei modelli presentati dai costruttori di veicoli commerciali (LCV), in prova sulla pista di FI (5.793 m), oltre a un emozionante tracciato off road e a percorsi specifici per le dimostrazioni dinamiche. Altre interessanti attività vengono predisposte nei circa 36.000 mq dei due paddock del circuito e nei 60 box della pit lane.

La kermesse ospita anche la cerimonia di premiazione di ambiti riconoscimenti internazionali, come "Driver of the Year" e "Company of the year", grazie alla collaborazione con l'associazione Noi Camionisti e con il patrocinio della U.I.C.R. (Unione Internationale des Chaffeurs Routiers).

Food'n'Motion

Trasporto di Qualità per Alimenti Sicuri

DAGLI IMBALLAGGI METALLICI LOTTA ALLO SPRECO E SOSTENIBILITÀ

Nell'ultimo anno 4 milioni di tonnellate di cibo sprecato in Italia: i contenitori in acciaio e alluminio soluzione ideale per conservare i cibi a lungo rispettando l'ambiente.

Allarme spreco: nel 2014 in Italia, a livello domestico, sono state sprecate circa 4 milioni di tonnellate di cibo ancora perfettamente consumabile. Frutta e verdura, pesce, carne e tanto altro ancora, per un totale di circa 8,1 miliardi di euro di prodotti alimentari sprecati.

I dati sono stati presentati oggi a Bologna nel corso dell'assemblea annuale di **Anfima**, l'Associazione Nazionale fra i Fabbricanti di Imballaggi Metalli e Affini aderente a Confindustria. Per ridurre lo spreco alimentare un grande aiuto arriva proprio dagli imballaggi in acciaio e alluminio: le scatolette rappresentano infatti una soluzione ideale per conservare i cibi a lungo termine e per razionalizzare gli acquisti.

"Il packaging viene progettato per contenere e proteggere gli alimenti durante tutta la loro vita – spiega **Luca Falasconi**, ricercatore dell'**Università di Bologna** – e svolge quindi un fondamentale ruolo per minimizzare lo spreco di cibo".

Fin dalla sua introduzione oltre 200 anni fa (il primo brevetto è del 1810 per opera degli inglesi Donkin e Hall) la

scatoletta in metallo è stata ritenuta una scelta ideale per il trasporto e la conservazione dei cibi, e ancora oggi, forte di due secoli di



continua innovazione, offre affidabilità e ineguagliabili vantaggi. In primo luogo il contenitore metallico è ermetico e garantisce l'isolamento del prodotto da agenti esterni, mantenendo intatti il sapore, le qualità e le proprietà nutritive dei cibi anche oltre i cinque anni, senza la necessità di utilizzare conservanti.

"La scatoletta è una vera e propria 'cassaforte' della natura – spiega **Monica Mantovani**, Presidente di Anfima -. Sicura, infrangibile e in grado di assicurare la più lunga shelf life, sia negli scaffali del supermercato che nelle dispense dei consumatori. Grazie alle sue caratteristiche, il contenitore metallico per alimenti, in acciaio o alluminio, rappresenta un'ottima arma nella lotta allo spreco e un aiuto nell'ottimizzazione dei consumi".

I packaging in metallo possono essere impiegati per una grande varietà di alimenti: dai derivati del pomodoro, alla verdura e la frutta, la carne, il tonno e altri prodotti ittici, fino agli oli alimentari e al cibo per gli animali domestici. La maggior parte della produzione italiana di contenitori in acciaio e alluminio è dedicata al pomodoro e i suoi derivati (21% del totale). E proprio nel corso della prossima settimana EXPO Milano 2015 celebrerà l'eccellenza agroalimentare italiana del pomodoro, le scatolette saranno protagoniste della giornata del packaging metallico per il loro contributo nella lotta agli sprechi alimentari e nel segno della sostenibilità ambientale.

Sono infatti gli imballaggi con il più alto tasso di riciclo in Europa (73%), e sono riciclati all'infinito. Acciaio e alluminio infatti sono facili da differenziare e possono essere riciclati un numero illimitato di volte senza dare origine a scarti, mantenendo intatte le proprie qualità. Nel 2014 in Italia sono state avviate al riciclo 335.854 tonnellate di imballaggi in acciaio, pari al 74,3% dell'immesso sul mercato e sono state recuperate 50.200 tonnellate di imballaggi in alluminio, pari al 79,2% dell'immesso sul mercato.

L'AGROALIMENTARE TRAINA L'ECONOMIA ITALIANA

Caffè, distillati e food equipment i best performer del settore

Con una crescita del 4% e, soprattutto, un rapporto tra indebitamento e crescita decisamente favorevole, tra il 2009 e il 2013, il settore agroalimentare ha trainato l'economia italiana che, nello stesso periodo ha

FOOD INDUSTRIA

anno XVI - 6/2015

perso oltre il 2% del PIL. Un risultato tanto più positivo se si considera lo scenario economico molto complesso che caratterizzato la maggior parte delle economie europee e mondiali. 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 su lungo periodo. In prospettiva futura, insieme a questi ultimi aspetti, innovazione, internazionalizzazione e comunicazione saranno fattori critici di successo per una crescita competitiva e duratura. È quanto emerge in sintesi dai risultati della prima edizione del **Food Industry Monitor** (#Food-Monitor15), il primo osservatorio permanente del settore agroalimentare italiano, realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche-UNISG insieme alla banca BSI. L'osservatorio ha analizzato le performance economico-finanziarie di 520 aziende suddivise in 10 comparti (acqua, caffè, distillati, dolci, food equipment, latte e derivati, olio e condimenti, pasta, salumeria, vino) dal 2009 al 2013 [...]

per proseguire nella lettura clicca su foodindustria.it

IIAS: NO AGLI SPRECHI CON I SURGELATI

L'Istituto Italiano Alimenti Surgelati in collaborazione con le più rappresentative aziende del settore lancia una campagna informativa sul contenimento degli sprechi alimentari domestici grazie ad un maggior utilizzo di prodotti surgelati

Oltre il 30% della produzione complessiva di cibo destinato al consumo umano, viene oggi sprecata; nella sola Europa tale quantità ammonta a 89 milioni di tonnellate, ovvero 18 kg procapite. L'Italia rappresenta circa il 10% con 8.8 milioni di tonnellate di cibo sprecato all'anno, ciò vuol dire 27 kg di cibo procapite per una perdita economica di 454 euro all'anno per famiglia.

Gli sprechi alimentari avvengono in tutta la filiera del cibo, ma in massima parte in quella del consumo domestico (42% dello spreco totale in Europa).

Da molteplici indagini si evince che l'uso dei surgelati può contribuire al contenimento degli sprechi e, di conseguenza,

ad un marcato risparmio familiare.

I motivi sono semplici:

- la lunga durata di conservazione dei surgelati permette al consumatore di utilizzare gli alimenti prima che si deteriorino;
- un maggior controllo nelle porzioni o quantità: si utilizza solo ciò di cui si ha effettivamente bisogno;
- la quantità acquistata corrisponde a quella edibile: niente sbucciature, spinature, lavaggi etc.

Di conseguenza si mangia tutto ciò che si acquista.

Un ateneo britannico, la **Sheffield Hallam University**, ha di recente condotto una serie di approfondite indagini in merito agli scarti alimentari; gli studiosi hanno dimostrato che il consumo domestico di prodotti surgelati, rispetto agli analoghi a temperatura sopra lo zero, può abbattere del 47% gli sprechi, generando ovviamente un grande risparmio familiare.

Tra giugno e luglio apparirà su una selezionata serie di testate periodiche la campagna caratterizzata dallo slogan "BLOCCA LO SPRECO" e dall'immagine di una responsabile d'acquisto "ghiacciata" nell'atto di gettare nella pattumiera resti alimentari.



*** Blocca lo spreco.

Lo spreco alimentare domestico è un problema che riguarda tutti noi. 1/3 circa di tutto il cibo prodotto nel mondo va perduto o sprecato. Se acquistati più cibi surgelati (cristalli e abbassati a questo spreco). Così far un regalo ogni volta al mondo in cui viviamo ma anche a noi stessi. Perché riducendo lo spreco, si risparmia. Scopri come su www.iias.org/italia

IIAS
ISTITUTO ITALIANO ALIMENTI SURGELATI

Studio/1 **Economia italiana, il food continua a crescere**

■ Con una crescita del 4% e, soprattutto, un rapporto tra indebitamento e crescita decisamente favorevole, tra il 2009 e il 2013, il settore agroalimentare ha fatto meglio dell'economia italiana che, nello stesso periodo ha perso oltre il 2% del Pil. 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). Seguono i comparti della pasta, dei dolci e del vino. È quanto emerge dai risultati della prima edizione del Food Industry Monitor, il primo osservatorio permanente del settore agroalimentare italiano, realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche-UNISG, insieme alla banca BSI. L'osservatorio ha

analizzato le performance economico-finanziarie di 520 aziende suddivise in 10 comparti (acqua, caffè, distillati, dolci, food equipment, latte e derivati, olio e condimenti, pasta, salumeria, vino) dal 2009 al 2013. Il campione delle aziende prese in esame, in media le prime 50 per dimensioni di ogni comparto, ha generato complessivamente 43,5 miliardi di euro di ricavi nel 2013, pari a circa il 71% di tutte le società di capitale operanti nel settore in Italia. Nell'analisi sono stati considerati tre indicatori: crescita, sostenibilità finanziaria e redditività. «Per crescere serve un bilanciamento tra crescita dei ricavi, margini di profitto e equilibrio finanziario», spiega Carmine Garzia, coordinatore scientifico dello studio.



AGROALIMENTARE: CAFFE', DISTILLATI E FOOD EQUIPMENT I BEST PERFORMER

Autore: MIXERPLANET / Friday, July 03, 2015 / Categorie: News Mixer Planet Con una crescita del 4% e, soprattutto, un rapporto tra indebitamento e crescita decisamente favorevole, tra il 2009 e il 2013, il settore agroalimentare ha trainato l'economia italiana che, nello stesso periodo ha perso oltre il 2% del Pil . Un risultato tanto più positivo se si considera lo scenario economico molto complesso che ha caratterizzato la maggior parte delle economie europee e mondiali.

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 su lungo periodo. In prospettiva futura, insieme a questi ultimi aspetti, innovazione, internazionalizzazione e comunicazione saranno fattori critici di successo per una crescita competitiva e duratura.

È quanto emerge in sintesi dai risultati della prima edizione del Food Industry Monitor (#FoodMonitor15), il primo osservatorio permanente del settore agroalimentare italiano, realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche-UNISG insieme alla banca **BSI**. L'osservatorio ha analizzato le performance economico-finanziarie di 520 aziende suddivise in 10 comparti (acqua, caffè, distillati, dolci, food equipment, latte e derivati, olio e condimenti, pasta, salumeria, vino) dal 2009 al 2013. Il campione delle aziende prese in esame, in media le prime 50 per dimensioni di ogni comparto, ha generato complessivamente 43,5 miliardi di euro di ricavi nel 2013, pari a circa il 71% di tutte le società di capitale operanti nel settore in Italia. Nell'analisi sono stati considerati tre indicatori: crescita, sostenibilità finanziaria e redditività.

“Il settore è stato colpito pesantemente dalla crisi dei consumi nel mercato interno e le aziende hanno subito una contrazione della domanda e forti pressioni sui prezzi. In tutti i comparti sono state messe in atto strategie di crescita per reagire all'evoluzione del mercato. Nel complesso il risultato è stato estremamente positivo, il settore del food è cresciuto a ritmi superiori rispetto all'economia nazionale, tuttavia non in tutti i comparti abbiamo potuto osservare comportamenti virtuosi. Infatti solo alcune aziende, concentrate prevalentemente nei comparti del food equipment, caffè e distillati, sono riuscite a mantenere un bilanciamento ottimale tra crescita dei ricavi, margini di profitto e equilibrio finanziario. Se ne ricavano due messaggi: in primo luogo la crescita virtuosa non può prescindere dall'innovazione di prodotto e processo, 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, in quanto la crescita profittevole deve poggiare su solide basi patrimoniali” afferma Carmine Garzia, professore di management all'Unisg e coordinatore scientifico del Food Industry Monitor.

Numero di visualizzazioni (4) / Commenti (0) Tags:

0,;(53/\$1(7 & 20 :(%



%LP)RRGKRVS | WDWLWV | DQHW | 6SD | LRKR | UHEDWP | DQ6WRUH | %D | +RV | WXWWR | RIRSGH

\$778\$/.7 +25(&\$52'277,75(1' 0(5&\$72 1250(/\$9252'/, (63(57,(9(17, 9,'(2 \$5&+,9,2 5,9,657(,675\$7,

\$JURDOLPHQWDUH FDIIq GLVWL HTXLSPHQW L EHVW SHUIRUPHU

3RVWHG RQ OXJOLR

1HZVOHWWHU

,6&5,9,7, \$// \$ 1(:6/(77(\$

&RQ XQD FUHVFLWD GHO H VRSUDWWXWWR XQ UDSSRUWR V IDYRUHYROH WUD LO H LO LO VHWWRUH DJURDOLPHQW &HUFD QHO VLWR &HUFD MDOL VWHVVR SHULRGR KD SHLORR EDWWLCHDWRV WBIQWR SL SRVLWLY HFRQRPLFR PROWR FRPSOHVVR FKH KD FDUDWWHUL]]DWR OD F

,/ 9,'(2 '(/\$ 6(77,0\$1\$

\$L SULPL WUH SRVWL SHU FUHVFLWD UHGGLWWLYLWj H VRVWH GLVWLOODWL H GHO IRRG HTXLSPHQW SURGX]LRQH GL LPSLDC L FRPSDUWL GHOOD SDVWD GHL GROFL H GHO YLQR \$QFRUD S FUHVFLWD q VWDWD DFFRPSDJQDWD GDOOD VRVWHQLELQWj IL JDUDQWLUH LO VXFFHVVR DQFKH VX OXQJR SHULRGR ,Q SURV LQQRYD]LRQH LQWHUQD]LRQDOL]]D]LRQH H FRPXQLFD]LRQH VD FUHVFLWD FRPSHWLWLYD H GXUDWXUD

È TXDQWR HPHUJH LQ VLQWHVL GDL ULVXOWDWL GHOOD SULPD)RRGQRQLWRU LO SULPR RVVHUYDWRULR SHUPDQHQWH GH GDOO18QLYHUVLWj GL 6FLHQ]H *DVWURQR PLFKH 81,6* LQVLPH DQDOL]]DWR OH SHUIRUPDQFH HFRQRPLFR ILQDQ]LDULH GL FDIIq GLVWLOODWL GROFL IRRG HTXLSPHQW ODWWH H GHUL DO ,O FDPRLRQH GHOH DJLHQGH SUHVH LQ HVDPH LI RJQL FRPSDUWR KD JHQHUDWR FRPSOHVVLYDQPHWH PLOLI GL WXWWH OH VRFLHWj GL FDSLWDOH RSHUDQWL QHO VHWW LQGLFDWRUL FUHVFLWD VRVWHQLELQWj ILQDQ]LDULD H UHG

%HOHQ ©(FFR SHUFKp KR G\$FL XQ ULVWRUDQWHª

3,0 VHWWRUH q VWDWR FROSLWR SHVDQWPHQWH GDOOD FULV KDQQR VXELWR XQD FRQWUD]LRQH GHOOD GRPDQGD H IRUWL S

6IRJOLD &HOOL 1HZV

0,;(53/\$1(7 & 20 :(%



PHVVH LQ DWWR VWUDWHJLH GL FUHVFLWD SHU UHJLUH DOO
VVDWR HVWUHPDPHQWH SRVLWLYR LO VHWWRUH GHO IRRG q
QD]LRQDOH WXWWDYLD QRQ LQ WXWWL L FRPSDUWL DEELDR
DOFXQH DJLHQGH FRQFHQWUDWH SUHYDOHQWHPHQWH QHL FRF
ULXVFLWH D PDQWHQHUH XQ ELODQFLDPHQWR RWWLPDOH WUD
ILQDQJLDULR 6H QH ULFDYDQR GXH PHVVDJL LQ SULPR OXRJ
GDOOQLQQRQYDJLRQH GL SURGRWWR H SURFHVVR FKH FRQVHQ
DJLHQGH GHYRQR GHGLFDUH DOOD JHVWLRQH ILQDQJLDULD OR
DOOQLQQRQYDJLRQH LQ TXDQWR OD FUHVFLWD SURILWWHYROH
&DUPLQH *DUJLD SURIHVVRUH GL PDQDJHPHQW DOOQL8QLVJ H F
ORQLWRU

R P S C
- V S H
W L Y
q H
L S U
z S U
L Q V
F K H
D W U
) R R G

3RVWHGLWQXDOLWJURDWRD
7DJJHGG&DII)RRQVHVHUYDWB,RSU&QLYHUVLWj GL 6FLHQjH *DVWURQRPLFKH

6IRJOLD JOL XOWLPL QXPHUL

,VFULYLWL DOOD QRVWUD QHZVOHWWHU a

7L SRWUHEEH LQWHUHVVDUH DQFKH

6ORZ)RRG \$FWLRQ\$LG H &LWWDGLQD
FKH YRUUHL'

3UHVVR OR VSD]LR HVSRLWLYR GL 6ORZ)RF
VVDWR SUHVHQWDR OQLHYHQWR 3/D PHQVD I
HGXF]LRQH DO GLULWWR DO FLER FXUDWR G
&LWWDGLQDQJ]DWWLYD H QDWR GDO EDQGR 31XWULUH

*LXJQR 0DJJLR

a /HJJL WXWV 1(:6 '\$ (;32

8Q 0LQHVWURQH VSHFLDOH SHU ([SR
7RUUHWWD

1RQ OD VROLWD PLQHVWUD« 0DWWHR 7RUUH
SUHVHQWD OD VXD LGHD GL VRVWHQLELQWj
XQ JUDQGH FODVVLFR GHOD FXFLQD 3SRRODUH' FKH UDFFKLXGH LQ Vp OD
WUDGL]LRQH OD QDWXUD H

*/, &+() \$0%\$66\$'25 ', (;32



127 = \$*52)\$50\$&.) (57./, == \$10\$&&+, 13, \$17(0(7(2 4' & &/, (17,
XWHQWL LVFULWWL

\$FFHG 5HJLVWURQLULFRUGL O

\$ W X D O R W R D W Z Y H Q L F O L W R U S S O L R I R Q G L S H U G W L Y L F F H U & 2 0 0 8 1 , 7 <

FHUFD QHO V

&ROW 3UH]] OHWF)LQDQ]LDP 3DUWC 9LGH)RWRJDC 6SHFL 5XEULF (YHQ 1HZVOHWWI

(&2120,\$ (32/,7 \$*5,0(&&\$1,&) (57./, == \$1 '.) (6\$ (',6(5% 9,9\$,602 (6(0(1 =227(&1, % ,2(1(5*,(

*.8

, QWHUQD]LRQDOL]]D]LRQH H
LQQRYD]LRQH OH VWUDGH SHU OD
FUHVFLWD GHOO DJURDOLPHQWDUH

-
7
Ø
|

4XHVWH OH LQGLFD]LRQL GHO)RRG LQG XVWU\ PRQLWRU LO SULPR
RVVHUYDWRULR SHUPDQHQWH VXOO DJURDOLPHQWDUH PDGH LQ ,WDO\
UHDOL]]DWR GDOO 8QLYHUVLW& GL VFLHQ]H JDVWURQRPLFKH H GDOOD %
%VL

G/RUHQR 3HOOLFRQL

H



&20081,7< ,0\$*(/,1(

/ DJULFROWXUD SH
,VFULYLWL H ULFHYL OD

(PDLO

3DVVZRUG

3XRL XVDUH OHWWHUH QXPHUL

DFFRQVHODWWUDWWDPHQWR
GDWL SHUVRQDOL SHU OH IL
QHOOIRUPDWLYD VXOOD SU

5(*,675\$7, 2

1RQ FHGHUHR OD WXD PDLO D

,O VHWWRUH DJURDOLPHQWDUH ^ FUHVFLXWR GXUDQWH JOL DQQL GHOD FULVL GDO
)RQWH LPPDJLQH k %UHEFD)RWROLD

/DJURDOLPHQWDUH FLXWR IUD LO H LO GHO H UDSSUHVHQWD
QRQRVWDQWH OH WDQWH GLIILFROWDGHQLR FVHDOHQ]D DVVROXWD GHO
D]LHQGH DJURDOLPHQWDUL LWDOLDQH KDQR UHWWR OD FULVL ULVSRQGHQGR FR
GL XQ SHUFRUVR GL FUHVFLWD H VRVWHORLELOGWVWUQDQ]LDULD /R GLFH LOYHUWLV
ORQLWRSULPR RVVHUYDWRULR SHUPDQHQWH GHO VHWWRUH DJURDOLPHQWDUH LWD
UHDOL]]DWR GDOO 8QLYHUVLW& GL 6FLHQ]H *DVWURQRPLFKH 8QLVJ H GDOOD EDQF

, ULVXOWDWL VRQR VDWL GLVFXVL LQ XQD WDYROD URWRQGD GLUHWWDPHQWH
LPSRUWDQWL LPSUHQGLWRUL GHO VHWWRUH D OLODQR 6HFRQGR L GDWL
GHOO 2VVHUYDWRULR DL SULPL WUH SRVWL SHU FUHVFLWD UHGGLWLYLW& H VR

9(1',1*1(:6 ,7



9HQHUGu *LXJQR FRNLH FL DLXWDQR D IRUQLUH L QRVWUL VHUYLJL 8WLOLJJD GGR WDQL VHUYLJL &HUF D QHO VLW

*XDUGD 9HQGLQJ79 LW
9LVLWD LO VLWR
YLGHR LQWF
LQWHUHVVDQWL U
QHO FRUVR GF
YHQGLQJ GHJOL
&OLFFD H E;

6IRJOLD OD ULYI
&OLFFD VXOO LPPI
DFFHGL D 9HQGLQ.
O DSSURIRQGLPHQ
GHO YHQGLQJ GLV
QHOOD YHUVLRQH
\$EERQDWL H EX

+20(,7\$/,\$67(5267,78=,2(9\$1,7,()5(9(679(1',1*7)272\$%%21\$0(17,

&2126&, / 9(1',1** \$662&,\$=,21,%\$1', '\$5\$ *(6725,(352'87725, 1(:6(/77(5 0(',\$ *\$//(< &217\$77,

•~Š•'-Ž-•Š>Ž1'-1CE>Žœœ'•Ši1 >Š'-
•~•1Žšž'TM-Ž-

6HJXLFL VX

0HGLD *D

6HJXLFL VX

±&RQ XQDHFVFLWDHGHCRSUDWXXWWR XQ UDS
FUHVFLWD GHFLVDPHQWH IDYRUWYHROVHR UW LDDJ ULROD
WUDLQDWR OTHFRQRPLD LWDOLDQD FKH QHOOR VWF
8Q ULVXOWDWR WDQWR SL• SRVLWLYR VH VL FRQVLC
FDUDWWHULJJDWR OD PDJJLRU SDUWH GHOOH HFRQR
\$ L SULPL WUH SRVWL SHU FUHVFLWD UHGGLWLWLYLW
GHODIIQGLVWLW ODRVIG HTXLSFHXVXJLRQH GL LPSLD
OQLQGXVIRIGDGHKQR L FRPSDUWL GHOOD SDVWD G
\$QFRUD SL• LPSRUWDQWH q LO IDWWR FKH LQ TXHV
VRVWHQLELOLWj IKQDQFRPELQD]LRQH GL IDWWRUL
DQFKH VX OXQJR SHULGR
,Q SURVSHWWLYD IXWXUD LQVLLQDRYD]
LQWHUQD]LRQDOLJJD]LRQH H FRPXQLFD]LRQH VDU
SHU XQD FUHVFLWD FRPSHWLWLYD H GXUDWXUD
É TXDQR HPHUJH LQ VLQWHVL GDL URXGO,ODXVWGHIO
)RRGQRQLWRQ SULPR RVVHUYDWRULR SHUPDQHQWH
UHDOLJJD]LRQDOLJJD]LRQH *DVWURQRPLFKH 8
%6,
/1RVVHUYDWRULR SHUDRWDOLQDWRFRQRPLFRGLLQDQHIC
VXGGLYLVRPSDUDLTXD FDIIq GLRFGCHDXWSPHGMFL
ROLR H FRQGLPHQWL SDVWD VDDPHULD YLQR
,O FDPSLRQH GHOOH DJLHQGH SUHVH LQ HVDPH L
FRPSDUWR KDQQR JHQHUDWR PRSDHVLGDPHXQW
SDUL D FLUFD LO GL WXWWH OH VRFLHW
1HOO1DQDOLV VRQR VWDWL FRQVLGHUDWL WUH
UHGGLWLLWLYLWj
, ULVXOWDWL GHOOD2VVHUYDWRULR L WUHQG GL
VRQR VWDWL GWDYXODLU BQVEXODD
LPSUHQGLWRUD GULO LVHVDYORUHUVLLGLH QW\$Q\$ B ORJUR
3UHVLGHQW\$HQRQVYXUHVLGHQWH H* &DQPODLPD]LRQ
5XRV&(2 \$XWR\$OHODG GUR 6DQV16QD HUFKDQW

Form with input fields and checkboxes for 6HJXLFL VX

Form with input fields and checkboxes for 0HGLD *D

&(5&\$ 1(//É\$5&+,9,2

Form with input fields and checkboxes for &(5&\$ 1(//É\$5&+,9,2

Form with input fields and checkboxes for &(5&\$ 1(//É\$5&+,9,2

/(127,=('/ ,2512

Form with input fields and checkboxes for /(127,=('/ ,2512

Form with input fields and checkboxes for /(127,=('/ ,2512

9(1',1*1(:6 ,7



&OLFFD TXL SHU O¶LQWHJULWj GHO FRPXQLFDWR V¶
&OLFFD TXL SHU O¶LQWHJULWj GHOO¶DQDOLVL



\$ JURDOLPHQWDUH

,O 9HQGLQJ 7RXU HXURSHR GL
\$9(;

7URYDFL VX)DFHERRN
9HQGLQJ 1HZV
OL SLDFH
9HQGLQJ SLDFH D SHUVRQH
30XJ LQ VRFLDOH GL)DFHERRN

4IV VMTVS
ZMHIS É RI
%HSFI *P
4PEJIV S

9HQGLQJWF
%DUL ±
,QWHUYLV'
0LPPR \$OEDC
\$/%\$
75\$0(=,1,

4IV VMTVS
ZMHIS É RI
%HSFI *P
4PEJIV S

9HQGLQJ &U
/LIHVW\OH

4IV VMTVS
ZMHIS É RI
%HSFI *P
4PEJIV S

9HQGLQJ)R
± ,QWHUYLV'
DOWR WDV
DOFRROLFF
)HOLFH 0LC

4IV VMTVS
ZMHIS É RI
%HSFI *P
4PEJIV S

9HQGLQJWF
%DUL ±)
5XVVR ,QWH
/XFD 5RVVDV
&RPHVWHUF

4IV VMTVS
ZMHIS É RI
%HSFI *P
4PEJIV S

/H HFFHOOI
JDVWURQRP
GHO 9(1',1*
)LRUH GL 3)
6SD

4IV VMTVS
ZMHIS É RI
%HSFI *P
4PEJIV S

9HQGLQJ &U
± ,QWHU
D 6DOYDWI
5HPLWR G
,WDOPDWLF

&RQGLYLGL

&RQGLYLVLRQH

OL SLDFH

★ OL SLDFH

'L SHU SULPR FKH WL SLDFH

&RQVLJOLD DL WXRL FRQWDWWL O DUWLFORR FRQGLYLGHQGROR VX

\$/75(127,=,(68//2 67(662 \$5*20(172

\$,QJHQLFR ,WDQDLDqLDPSRVWR DQ¶HLHGQDHOOGHOOH
3UHPLR 1DJLRQDOH S&DUWHUWDQR &DWDQJ]DUR VROR
O¶,QQRYD]LRQH QHL 6HUYL]L ELR

&RPPHQWZZ YHQGLQJQHJV LW

2 (QWL

3 &RQVLJOLD&RQGLYLGL

2UGLQD GDO

,QL]LD OD GLVFXVVLRQH



Il tuo packaging sei tu.

GDOWEEK Iscriviti alla newsletter per essere sempre aggiornato sul mondo della GDO

Home » Industria » Food Industry Monitor: sfide competitive nel food & beverage

Food Industry Monitor: sfide competitive nel food & beverage

25 giugno 2015



Un'ulteriore conferma dal Food Industry Monitor: l'agroalimentare traina l'economia italiana. Caffè, distillati e food equipment sono i best performer del settore

di **Laura Seguso**

Le aziende agroalimentari italiane hanno intrapreso un percorso di crescita e sostenibilità finanziaria che le posiziona bene nel lungo periodo. Con una crescita del 4% tra il 2009 e il 2013 il settore agroalimentare si conferma un'eccellenza del made in Italy.

- Caffè, distillati e food equipment sono stati i migliori in termini di crescita, redditività e sostenibilità finanziaria. Innovazione, internazionalizzazione e comunicazione sono fattori critici di successo e lo saranno sempre più in futuro.
- Lo rivela il Food Industry Monitor, il primo osservatorio permanente dell'agroalimentare italiano realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e dalla banca **BSI**.

Tag:

Pubblica i tuoi pensieri



Mark Up n. 240

Il settore alimentare: occorre un ruolo economico di primo piano. I pro e i contro della ripresa della Gdo

Abbonati a

Iscriviti alla newsletter



Per riprodurre il video è necessario Adobe Flash Player o QuickTime. [Scarica l'ultima versione di Flash Player](#) [Scarica l'ultima versione di QuickTime](#)

Edicola web



TRA IL 2009 E IL 2013, IN PIENA RECESSIONE, LAGROALIMENTARE ITALIANO CRESCIUTO DEL 4%. PER IL VINO +

Roma - 25 Giugno 2015, ore 12:19

Tra il 2009 e il 2013, in piena recessione, l'agroalimentare italiano cresciuto del 4%. Per il vino +5,2% nei ricavi. Cos'è The Food Industry Monitor by Università di Pollenzo e Banca **BSI**, a Milano, con Carlin Petrini e Marilisa Allegrini. L'agroalimentare, come noto, uno dei settori storicamente anticiclici rispetto alle crisi economiche. Fenomeno che ha trovato conferma anche tra il 2009 e il 2013, anni difficili e di recessione per l'economia italiana nel complesso, in cui il settore ha fatto registrare, al contrario, una crescita del 4%. A ribadirlo The Food Industry Monitor, il primo osservatorio sulle performance delle aziende italiane del settore agroalimentare realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (www.unisg.it) con il supporto di Banca **BSI**, di scena ieri a Milano. Che ha evidenziato come il vino sia stato uno dei settori più performanti: l'analisi, su un campione di oltre 100 aziende, ha registrato un crescita media dei ricavi del +5,2% nel vino, dove l'export gioca un ruolo predominante, un Roe (Return on Equity) di 3,1%, una incidenza crediti sul totale attivo del 26,9% e una percentuale di rimanenze sul totale attivo del 22,9%, in realtà una risorsa nel vino di qualità.

A rappresentare il settore, nel dibattito, stata Marilisa Allegrini, presidente del gruppo vinicolo Allegrini (www.allegrini.it) - sul palco con Carmine Garzia, Coordinatore scientifico dell'Osservatorio, Angelo Colussi, presidente Colussi Spa, Andrea Illy, presidente e Ceo Illycaffè, Gianmario Tondato Da Ruos, Ceo Autogrill Spa, e Alessandro Santini, Ceo **BSI Merchant** - e della nuova Italian Signature Wines Academy (che mette insieme griffe del vino italiano come Allegrini, Caprai, Feudi di San Gregorio, Fontanafredda, Marchesi De Frescobaldi, Planeta e Villa Sandi, www.iswacademy.com). Che si sofferma alla problematica legata alla distribuzione in Italia, così come agli importatori Usa, mercato straniero n. 1 per il vino italiano, che agiscono secondo il three-tier system (catena obbligata importatore-distributore-retail) fra i fattori che hanno permesso negli anni di aumentare il fatturato ma non sempre i profitti. Prevedo un periodo di grandi opportunità - ha detto Allegrini - purtroppo a seguito di ancora qualche anno di difficoltà. Altro fenomeno da studiare quello del mondo cooperativistico, troppo spesso responsabile di ledere quell'immagine che i produttori lottano per costruire.

Presente anche Carlo Petrini, fondatore e presidente di Slow Food ideatore dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, che ha sottolineato l'importanza dello studio dell'economia, dell'economia politica, della storia e dell'antropologia per poter parlare di cibo e delle dinamiche dell'enogastronomia. Al centro del suo intervento la responsabilità sociale intesa come il sistema di tre soggetti fondamentali: il produttore e il contadino che necessitano sempre di più di un giusto riconoscimento, i clienti o consumatori ai quali deve essere comunicato il proprio prodotto in maniera pulita e giusta, ed i collaboratori, preziose risorse dell'imprenditoria agroalimentare italiana.

Focus - Il progetto Food Industry Monitor

L'obiettivo del progetto l'analisi delle performance economiche e competitive delle principali aziende italiane operanti nel settore food and beverage. Con il Food Industry Monitor l'Università di Pollenzo ha realizzato una mappatura dei risultati economici e finanziari di un campione di aziende italiane rappresentative dei comparti in cui si articola il settore del food & beverage (acque minerali, caffè, distillati, dolciario e prodotti da forno, food equipment macchine ed attrezzature per la produzione di cibi e bevande, lattiero-caseario, olii, pasta fresca e secca, salumi e prodotti dalla lavorazione della carne e vino - cooperative, produttori indipendenti e grandi produttori multi brand).

Si tratta, ad oggi, di uno dei più completi database sul settore che mappa: 10 comparti, 600

aziende, oltre 2.500 bilanci. Il database ha permesso di identificare i comparti che sono cresciuti di più e le aziende che hanno ottenuto le migliori performance economiche. Per ciascun comparto sono state analizzate le performance delle aziende in termini di crescita, redditività e produttività dal 2009 ad oggi. Sono state fatte delle analisi sulla struttura finanziaria delle aziende e dei comparti e sono stati sviluppati una serie di indicatori originali per valutare la crescita e la sostenibilità dei modelli di business.

username

password

login →

home - (AGIELLE) - Agroalimentare: Food Industry Monitor, crescita di 4 punti dal 2009 al 2013

(AGIELLE) - Agroalimentare: Food Industry Monitor, crescita di 4 punti dal 2009 al 2013

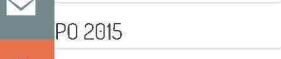
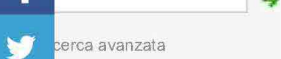
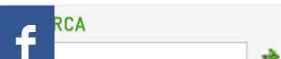
(AGIELLE) - Milano - Dal 2009 al 2013 l'agroalimentare ha avuto una crescita del 4% a fronte di una decrescita, infelice, del Pil italiano (un calo di oltre due punti percentuali), segnala la prima edizione del Food industry monitor, l'osservatorio permanente sull'agroalimentare italiano realizzato dall'Università di scienze gastronomiche insieme alla banca [BSI](#).

L'osservazione di 520 aziende afferenti a 10 comparti (acqua, caffè, distillati, dolci, food equipment, latte e derivati, olio e condimenti, pasta, salumeria, vino) che insieme realizzano un fatturato di 43,5 miliardi, ha appurato che a reggere meglio l'urto della crisi sono stati il caffè, i distillati e un settore come quello del food equipment che attraversa in maniera trasversale la meccanica e l'agroalimentare. Il caffè è emerso avere la struttura finanziaria più solida (con un tasso di indebitamento dell'1,6% con una media del 2,7% del settore), i distillati la più alta redditività commerciale (+12,7% contro il 6%), il food equipment la maggiore crescita sui mercati (+7,1% contro il 4,1%). In quest'ultimo caso gioca a favore non solo il primato italiano nel comparto ma anche la vocazione strutturale all'export e l'alto tasso di innovazione connaturato a queste aziende.

"Il settore del food è cresciuto a ritmi superiori rispetto all'economia nazionale - ha osservato Carmine Garzia, coordinatore scientifico del Food industry monitor - tuttavia non in tutti i comparti abbiamo potuto osservare comportamenti virtuosi". Di qui due conclusioni: "La crescita virtuosa non può prescindere dall'innovazione e deve poggiare su solide basi patrimoniali". - (agiellenews.it)

24/06/2015 - 16:03

Pubblicato in: MILANO | Agroalimentare



[Home](#) » [Trend & Mercati](#) » Caffè, distillati e food equipment i best performer dell'agroalimentare

 A A  Condividi: [Altri](#)

TREND & MERCATI

Caffè, distillati e food equipment i best performer dell'agroalimentare



Con una crescita del 4% e, soprattutto, un rapporto tra indebitamento e crescita decisamente favorevole, tra il 2009 e il 2013, **il settore agroalimentare ha trainato l'economia italiana** che, nello stesso periodo ha perso oltre il 2% del PIL. Un risultato tanto più positivo se si considera lo scenario economico molto complesso che caratterizzato la maggior parte delle economie europee e mondiali. 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 su lungo periodo. In prospettiva futura, insieme a questi ultimi aspetti, innovazione, internazionalizzazione e comunicazione saranno fattori critici di successo per una crescita competitiva e duratura. È quanto emerge in sintesi dai risultati **della prima edizione del Food Industry Monitor (#FoodMonitor15)**, il primo osservatorio permanente del settore agroalimentare italiano, realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche-UNISG insieme alla banca **BSI**. L'osservatorio ha analizzato le performance economico-finanziarie di 520 aziende suddivise in 10 comparti (acqua, caffè, distillati, dolci, food equipment, latte e derivati, olio e condimenti, pasta, salumeria, vino) dal 2009 al 2013. Il campione delle aziende prese in esame, in media le prime 50 per dimensioni di ogni comparto, hanno generato complessivamente **43,5 miliardi di euro di ricavi nel 2013, pari a circa il 71% di tutte le società di capitale operanti nel settore in Italia**. Nell'analisi sono stati considerati tre indicatori: crescita, sostenibilità finanziaria e redditività.

CRESCITA: caffè, vino, olio e food equipment sono i best performer

All'interno del settore, si sono distinti per la crescita media dei ricavi i comparti del caffè (+5.3%), del vino (+5.2%), dell'olio (+6%) e del food equipment (+7.1%). Tale risultato è attribuibile, in particolare modo al fatto che questi settori, oltre a rappresentare un'“eccellenza italiana”, sono strutturalmente più votati all'export e costituiti da aziende caratterizzate da un alto tasso di innovazione, brand forti e una consolidata posizione sui mercati internazionali. In particolare la spinta alla crescita nel settore del vino è stata trainata sia dai produttori integrati, ovvero le aziende vitivinicole che operano nella fascia premium e super premium sia dai trader, aziende a forte orientamento commerciale particolarmente attive sui mercati internazionali. I comparti che hanno registrato **un tasso di crescita dei ricavi inferiore alla media generale sono**: l'acqua, la pasta, i dolci e i prodotti di salumeria. Si tratta di comparti che hanno subito una forte pressione sui prezzi e, nel caso dell'acqua e dei prodotti di salumeria, hanno una forte dipendenza dal mercato nazionale.

SOSTENIBILITÀ FINANZIARIA: vino, caffè, distillati e food equipment protagonisti di una crescita virtuosa

Caffè, vino e food equipment figurano tra i comparti più virtuosi, insieme ai distillati, anche in tema

cerca nel sito

Multimedia

[FOTO](#)

Fiere & Appuntamenti

[Festival](#)
[Manifestazioni, Incontri e Sagre enogastronomiche](#)
[Saloni del Gusto e dell'Agricoltura](#)

Pubblica il tuo Evento

Suggerisci i tuoi appuntamenti enogastronomici, gli incontri tecnici e i meeting di settore. La redazione in tempi di valutazione brevi pubblicherà la proposta inviata. Grazie per la collaborazione

[Proponici](#)

POST@ PRIORITY

[I VOSTRI MESSAGGI](#)
[LE LETTERE](#)
[Inviaci la tua lettera](#)















