

AgraNews



N. 7-8 **Luglio-Agosto 2016** Periodico di informazione sulla filiera agroalimentare

Editoriale Il nuovo ruolo dei mercati all'ingrosso **3**

Agricoltura & pesca **4**

- A35212 Ortofrutta: a Bologna c'è il Nam, la Nuova area mercatale del Caab **4**
- A35214 Consumi di ortofrutta in netta ripresa: +3% nel primo trimestre 2016 **4**
- A35215 Coprob: un Distretto dello Zucchero per valorizzare la filiera bieticola **5**
- A35216 Filiera suinicola: moratoria dei debiti e marchio unico di qualità **6**
- A35217 Latte: in un decreto nuovi interventi a favore del settore **6**
- A35219 Oltre 30.000 volumi nella Biblioteca del Crea-Rps a Villa Celimontana **7**
- A35220 Cso: Premio Ortofrutta d'Italia a Nello Alba e Giuliano Cannella **7**
- A35221 Pesca: 978 milioni di euro dal Fondo europeo **7**
- A35222 Rapporto Nomisma sulla filiera avicola integrata **8**

Trasformazione & industria **10**

- I35230 Food Industry Monitor: l'alimentare cresce più dell'economia italiana **10**
- I35231 Forno d'Asolo punta ai 120 milioni di euro con l'acquisizione di La Donatella **12**
- I35232 Latte Arborea festeggia i 60 anni con 143 milioni di euro di fatturato **12**
- I35233 L'Italia vale il 25% del fatturato del tonno Consorcio **13**
- I35234 Nestlé cede il ramo d'azienda caramelle alla Fida **13**
- I35235 Parmigiano Reggiano: massiccia adesione al Piano produttivo 2017-19 **13**
- I35236 Pomodoro da industria: accordo di campagna per il Centro-Sud **14**
- I35237 Dal Parco della Peranzana olio extravergine d'oliva biologico 100% italiano **14**
- I35238 Un Osservatorio Internazionale sull'Italian Sounding Alimentare **15**
- I35239 Guido Veronese nominato general manager del pastificio Rummo **15**

Distribuzione, ristorazione & consumi **18**

- D35249 Nel 2015 Conad oltre i 12 miliardi di euro, quota di mercato all'11,9% **18**
- D35250 Coop Alleanza 3.0: 104 milioni di euro per nuove aperture e ristrutturazioni **19**
- D35251 Conad del Tirreno cresce del 5% e investe 140 milioni di euro **19**
- D35253 Roma Caput Mundi non solo per i 5 Stelle, ma anche per le Tre Forchette **20**

- D35255 L'italiano Massimo Bongiovanni nominato presidente di Eurocoop **20**
- D35254 Gualtiero Marchesi ospite d'onore a Food&Book 2016 **21**
- D35256 La Federazione italiana cuochi premia "Signori del Vino" di Rai 2 **21**
- D35252 Conad Adriatico punta ad arrivare a 1 miliardo di fatturato nel 2016 **22**
- D35257 Vending: mercato tradizionale in crescita del 3,4% nel 2015 **22**
- D35258 Dopo piazze e strade lo Streetfood conquista anche i centri commerciali **23**
- D35259 Pubblicato l'Annuario Catering & Ingrosso Alimentare in Italia 2016 **23**

Europa & scenario internazionale **25**

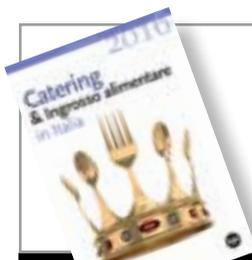
- E35267 Amazon Fresh arriva a Londra **25**
- E35268 Francia: Lidl continua a guadagnare quote di mercato **25**
- E35269 Lidl investe 100 milioni di euro in Austria **25**
- E35270 Regno Unito: cambio al vertice di Asda **25**
- E35271 Regno Unito: vendite trimestrali in calo per i grandi supermercati **25**
- E35272 Tesco semplifica l'offerta dei vini **26**
- E35273 Tina Schuler alla guida dei supermercati Casino **26**
- E35274 Sainsbury's: fatturato 2015 a 25,5 miliardi di sterline (-1,2%) **26**
- E35276 Sushi Daily tocca quota 500 punti vendita in Europa **26**
- E35277 Illycaffè apre un megastore a San Francisco **26**
- E35278 Whole Foods: aperto il primo punto vendita del format low cost 365 **27**
- E35279 Walmart: crescita inferiore all'1% nel primo trimestre 2016 **27**
- E35289 E.Leclerc e Rewe costituiscono la centrale di acquisto Eurelec Trading **28**

Rubriche

Nuove aperture **24**

Libri **29**

Fiere di settore **30**



Annuario Catering & Ingrosso Alimentare in Italia 2016

pagine 550 - euro 100,00 (versione CD ROM euro 250 + IVA 22%)
tel. 0644254205, fax 0644254239 - ordini@agraeditrice.com - www.agraeditrice.com

Il nuovo ruolo dei mercati all'ingrosso

Negli Anni 70 con il Piano mercati furono realizzati, grazie a importanti finanziamenti pubblici, numerosi mercati agroalimentari all'ingrosso. A distanza di quasi cinquant'anni, la situazione del commercio dei prodotti ortofrutticoli si è notevolmente modificata; si pensi alla crescita della grande distribuzione che ha privilegiato il rapporto diretto con i produttori e le loro organizzazioni. Il risultato è che sempre più la produzione abbandona i mercati e che di conseguenza molte strutture hanno chiuso o hanno difficoltà a far quadrare i propri conti. E allora che fare? Recentemente abbiamo visitato il Caab, il Centro agroalimentare di Bologna, che fino a pochi anni fa era in difficoltà e che con alcune azioni e scelte appropriate non solo è riuscito a invertire la tendenza, ma anche a rilanciare la propria attività e a fornire importanti servizi agli operatori del Caab. Vediamo come.

Innanzitutto intervenendo sulla struttura. L'impianto nato negli Anni 70 non solo era già allora sovradimensionato, ma soprattutto non era funzionale per un efficace servizio di redistribuzione delle merci perché, ad esempio, non disponeva di bocche di carico. La nuova struttura si presenta più compatta, ma soprattutto è dotata di un sistema informatico in grado di guidare i carichi evitando code, inefficienze e tempi morti. Inoltre, grazie ad una felice intuizione, il Caab, insieme a Coop Adriatica e a Farinetti, ha destinato gli 80.000 metri quadrati dei capannoni precedentemente destinati all'attività all'ingrosso alla realizzazione del Fico (Fabbrica Italiana Contadina). Altro aspetto fondamentale sono i servizi agli operatori, in primis il controllo di qualità. Il Caab, unico in Italia e forse in Europa, realizza oltre 100.000 controlli l'anno completamente finanziati dagli operatori. Per questo si è dotato di un programma che consente di evitare controlli random e le analisi vengono effettuate sui prodotti più soggetti a rischi e nei periodi di maggiore criticità. Sembrerebbe un paradosso aggiungere (e pagare) controlli privati ai tanti già effettuati dalle strutture pubbliche e dagli acquirenti, come i gruppi della Gdo, ma, spiegano al Caab, questa scelta, oltre a garantire la produzione commercializzata verso gli acquirenti, si rivela molto importante quando, nei rari casi in cui si verifica, un prodotto risulti non conforme e di conseguenza si instauri un processo penale. In tal caso poter dimostrare di aver fatto tutto il possibile per evitare situazioni pericolose ha portato al proscioglimento degli operatori coinvolti.

Ma l'aspetto fondamentale su cui si basa il rilancio del Caab è aver profondamente modificato il ruolo del mercato. "Il Caab - come spiega il suo direttore marketing, Duccio Caccioni - è oggi un hub in grado di fornire servizi efficienti sia alla produzione sia alla successiva fase di commercializzazione. A questo riguardo si segnala che gran parte della produzione che entra nel Caab prende la strada di altre regioni e dei mercati esteri. Altro aspetto da non trascurare è, stante la sempre maggiore congestione delle nostre città, evitare l'ingresso dei grandi automezzi nei centri urbani ed effettuare la redistribuzione con furgoni possibilmente elettrici così come abbiamo già sperimentato".

Sergio Auricchio
auricchio@agraeditrice.com

A35212

ORTOFRUTTA: A BOLOGNA C'È IL NAM, LA NUOVA AREA MERCATALE DEL CAAB

Con 50.000 metri quadrati di estensione, 50 bocche di carico, oltre 10.000 metri quadrati di celle frigorifere

(AGRA) - Cinquantamila metri quadrati di estensione, 50 bocche di carico lungo il perimetro e fino a 30 nell'area comune, oltre 10.000 metri quadrati di celle frigorifere nuove e a basso impatto energetico: sono i numeri di Nam, la Nuova Area Mercatale operativa e a pieno regime nell'area del Caab - Centro Agroalimentare di Bologna.

Nam, che movimentata ogni anno più di 2.400.000 quintali di ortofrutta, ospita il centro più innovativo ed efficiente in Europa sul piano della commercializzazione agroalimentare. È occupata, con il completamento del trasferimento, da un centinaio di produttori ortofrutticoli e da 16 concessionari grossisti, intorno ai quali operano 17 attività commerciali e di servizio e 16 attività produttive e logistiche. Stabilimento e uffici sono totalmente ecosostenibili dal punto di vista energetico grazie all'impianto fotovoltaico in fase di ampliamento (100.000 metri quadrati per 11 milioni di Kwh), sono riscaldati con pompe di calore e dotati delle più recenti tecnologie informatiche antisismiche ed antincendio, di wi-fi e fibre ottiche, di illuminazione a led e basso consumo. Qualità, sostenibilità e sicurezza sono il criterio ispiratore della Nuova Area Mercatale, anche in vista del completamento del Parco Agroalimentare Fico Eataly World: sin d'ora Caab, con oltre 100mila analisi annue sui principi attivi e micro-organismi di frutta e verdura e con il suo forte impegno verso gli investimenti innovativi, è riferimento di un progetto di promozione dell'educazione alimentare unico in Italia, che culminerà nella realizzazione della Fabbrica Italiana Contadina (Fico).

"Il nuovo Caab - sottolinea il direttore generale, Alessandro Bonfiglioli - è una struttura di dimensioni ridotte rispetto al precedente corpo di fabbrica, ma con performance logistiche, di sostenibilità e di sicurezza superiori. Il Caab è divenuto esempio per omologhe strutture mercatali di tutto il mondo: delegazioni di Francia, Belgio, Brasile, Cina, Giappone e Usa - per fare solo alcuni esempi - hanno fatto tappa qui per assimilare il sistema sicurezza dei prodotti alimentari. Nel 2014 il Caab ha sottoscritto un protocollo di intesa anche con la Municipalità di New York e il suo Green Market. La Nuova Area Mercatale è composta da un'unica grande galleria della lunghezza di 400 metri e dotata di una piattaforma centralizzata con capacità di carico/scarico contemporaneo di

29 automezzi pesanti. Il progetto, sviluppato da Toyota Academy, Divisione Training & Consulting di Toyota Material Handling Italia, prevede una maggiore velocità negli spostamenti interni delle merci e quindi nel carico/scarico, caratteristica fondamentale in un mercato con funzione re-distributiva quale quello di Bologna".

"Passando da una movimentazione delle merci tradizionalmente "push" ad una "pull", ovvero tirata dalla "spedibilità" ai clienti - spiega il direttore marketing e qualità del Caab, Duccio Caccioni - sono stati ridefiniti tutti i flussi informativi, consentendo la tracciabilità, riducendo i tempi di attesa delle merci all'interno dell'area mercatale, potenziando l'affidabilità di ogni spostamento logistico. I tempi logistici risultano dunque inferiori del 60% circa e corrispondono a costi più bassi e a costi gestionali inferiori".

Nam sostiene gli stessi volumi logistici gestiti sino ad oggi dal Mercato Caab - oltre 450.000 pallet annui in ingresso e in uscita - in un'area che si è contratta del 75%, utilizzando 20 baie di carico contro le 80 della precedente struttura.

(riproduzione riservata)

A35214

CONSUMI DI ORTOFRUTTA IN NETTA RIPRESA: +3% NEL PRIMO TRIMESTRE 2016

Quasi 2 milioni di tonnellate (+60.000): frutta (+4,7%) oltre il milione, ortaggi (+1,4%) a quasi 900mila

(AGRA) - Nel primo trimestre 2016 il settore ortofrutta ha registrato un +3% dei consumi proseguendo il trend di crescita evidenziato nel 2015, anno chiuso con un +3% complessivo sintesi del +3,7% della frutta e del +2,2% degli ortaggi. A rivelarlo è il Macfrut Consumers' Trend, l'osservatorio costituito dalla fiera di settore Macfrut in collaborazione con il Cso.

Dopo annate complicate (2013-2014), anche i primi mesi del 2016 mostrano quindi una promettente spinta alla ripresa. Un nuovo corso? Solo i mesi a venire potranno confermare o smentire, ma la tendenza di sostituire carni e prodotti lattiero caseari con frutta e verdura pare farsi sentire, propensione confermata dal costante aumento del numero di vegetariani e vegani.

Il +3% dei volumi di ortofrutta acquistati nel primo trimestre 2016 rispetto allo stesso periodo del 2015 vuol dire 1,95 milioni di tonnellate di prodotto, circa 60.000 in più. A trascinare l'ascesa è la frutta (+4,7%) che va ben oltre il milione di tonnellate, mentre gli ortaggi segnano un +1,4% attestandosi a quasi 900mila tonnellate.

Nel complesso quasi tutte le specie frutticole in-