FOOD/1 GUIDO BARILLA: E' STRATEGICO PER IL PAESE. LA RIPRESA? NON E' DETTO SIA VICINA

«Rimettere al centro l'agroalimentare»

«Non è vero che siamo vicini alla ripresa, non è detto. Dobbiamo radunarci e vedere le poche cose che possiamo fare». Guido Barilla, intervenendo in videoconferenza alla cerimonia degli Oscar Green di Coldiretti ieri a Roma, ci va cauto sui segnali di ripresa che arrivano dai dati macroeconomici degli ultimi giorni. «Come filiera completa - ha spiegato il presidente del Gruppo Barilla - siamo allo stremo delle forze, lo dimostrano i ricorrenti allarmi da parte di agricoltura, industria e distribuzione. Tutto il settore deve essere rimesso al centro dell'Agenda Italia, in quanto strategico per la riprese del Paese».

30 siti produttivi
Il Gruppo Barilla possiede 14 stabilimenti in Italia e 16 all'estero dai quali ogni anno escono 1.700.000 tonnellate di prodotti alimentari. Esporta in oltre cento Paesi.

Secondo Barilla il Made in Italy è fondamentale per la ripresa, a patto che sia considerato strategico. «L'industria - ha detto - deve concentrarsi sulle poche cose nelle quali è chiaro il nostro vantaggio competitivo, come l'agroalimentare che ha un peso determinante nella nostra economia».

Ribadendo la necessità di tornare a dare l'importanza strategica che merita all'agroalimentare, Barilla ha anche allargato la visione spiegando che l'Italia che sogna è «acculturata, educata, rigorosa, laboriosa e meno conflittuale».

In occasione della consegna dei premi «Oscar Green» sotto l'alto patronato del Presidente della Repubblica, Coldiretti ha anche reso noti i risultati del primo dossier sulla «Svolta generazionale dell'economia italiana»: emerge che nei primi nove mesi del 2013 sono nate 296.008 imprese e di queste oltre una su tre è stata creata da giovani under 35.

«Nella classifica dei settori preferiti dalle giovani generazioni al top - sottolinea la Coldiretti - c'è nettamente il commercio e la ristorazione con 26.206 nuove attività aperte, seguito dai lavori specializzati di costruzione con 9.432 nuove imprese, ma sul podio sale anche l'agricoltura con 4200 nuove aziende agricole aperte nei primi nove mesi del 2013. Incoraggiante anche il fatto che - precisa la Coldiretti - il 38,5% delle nuove imprese giovanili ha aperto al Sud». ◆ **r. eco.**

Barilla Ieri l'intervento alla cerimonia degli Oscar Green di Coldiretti.

FOOD/2 L'EXPORT CRESCE A 27 MILIARDI DI EURO MA NON VOLA

Cibus alla conquista dei mercati esteri: le novità per il 2014

Spazio alla Gdo e alle alleanze strategiche Federalimentare: più sostegno alle pmi

La sfida dell'agroalimentare si gioca sull'export. E passa per Cibus 2014. Fiere di Parma e Federalimentare stanno mettendo a punto le strategie per conquistare i mercati esteri a meno di cinque mesi dall'appuntamento con la più grande rassegna mondiale del Made in Italy alimentare, che Parma ospiterà dal 5 all'8 maggio.

La ricerca di sbocchi all'estero va letta alla luce degli ultimi dati di Federalimentare che fanno capire le enormi potenzialità del settore: un prodotto alimentare italiano su cinque viene venduto all'estero, quasi il 40% delle imprese alimentari è già sui mercati internazionali. L'export quest'anno toccherà un giro d'affari di 27 miliardi di euro, con un incremento del 6,5% sul 2011, e arriva in ogni angolo del mondo anche se la fetta più grande resta quella europea con il 62,5%.

Eppure le ombre non mancano. «Le speranze di un'accelerazione - sottolinea Filippo Ferrua, presidente di Federalimentare - stanno andando deluse a conferma delle difficoltà del settore a svincolarsi dalla stretta della crisi e ad inserirsi finalmente nel "punto di svolta" verso convincenti profili di ripresa». Per questo Federalimentare ribadisce la strategicità di Cibus (quella del 2014 sarà la 17ª edizione) «alla ricerca di ogni possibilità di contatto e di ogni spunto di sviluppo e sostegno della proiezione export-oriented delle imprese italiane, soprattutto pmi».

In che modo? Con alleanze strategiche. Lo spiega Antonio Cellie, ad di Fiere di Parma: «Dobbiamo esser capaci di capitalizzare all'estero, in tempi brevi, le nostre competenze distintive realizzando alleanze con gli operatori leader nei mercati obiettivo. La nostra joint venture con la Fiera di Colonia è una best practice: in 12 mesi abbiamo garantito ai nostri espositori la massima visibilità su un mercato strategico come l'Asean grazie a un accesso privilegiato al Thaifex. Le prossime tappe di Cibus/Anuga sono Cina e Sud America, sempre all'interno di eventi leader. I nostri clienti non possono permettersi costosi (o lunghi) esperimenti. Lavorare su piattaforme consolidate ci consente di entrare in relazione con i top buyers di tutto il mondo e quindi garantire la loro presenza a Parma durante Cibus».

«Il crescente interesse delle imprese alimentari per l'export si riflette nelle adesioni a Cibus 2014 - aggiunge Elda Ghiretti, Cibus Brand Manager di Fiere di Parma -. Il trend di conferme di prenotazione degli espositori registra un segno positivo rapportato allo stesso rilevamento dell'edizione precedente. Molte imprese vengono a Cibus per la prima volta».

Market Check «Cibus Market Check» è forse l'iniziativa più strategica in vista di Cibus: dopo aver incontrato le catene distributive in Russia, Thailandia, Brasile e Stati Uniti, la prossima tappa sarà il Giappone in marzo quando un gruppo di aziende italiane incontrerà i buyer e i category manager di quattro tra le più rappresentative catene di Tokyo. I buyer giapponesi, come quelli degli altri Paesi visitati nel "Cibus Market Check", saranno ospiti di Cibus nel programma di incoming degli operatori esteri su cui spinge da tempo Fiere di Parma. Già confermate le presenze di diverse catene estere: Globus Gourmet (Russia), HeB (Usa), Grupo Pao de Acucar (Brasile), Aeon (Giappone), Rewe (Germania), Intermarche (Francia), Jumbo (Paesi Bassi), Loblaw (Canada), Delhaize (Belgio). Non solo: la Daymon Worldwide, società americana leader nel mondo nel campo della consulenza alle catene distributive, partecipa per la prima volta a una fiera alimentare italiana.

Mondi nuovi Approderà a Cibus anche il programma di diffusione delle certificazioni agroalimentari biologiche e religiose, kosher e halal, presso le aziende italiane. Le aziende che partecipano al progetto potranno fregiarsi dei loghi "Cibus Kosher2 e "Cibus Halal".

La tradizione Altra novità sarà «Cibus nel Dettaglio» un'iniziativa che punta a valorizzare il dettaglio alimentare tradizionale. Grazie alla collaborazione con Lekkerland è stata organizzata un'area espositiva di 1.000 mq che ospiterà 100 espositori e uno spazio convegnistico.

Le altre iniziative Altri approfondimenti tematici saranno "Cibus Bollicine", "Cibus Land", l'area Confectionary, Cibus Frozen, il concorso caseario Alma Caseus, Micromalto, Cibus Bio, Free From, Pianeta Nutrizione & Integrazione. ◆ **A.T.**

Il convegno

Nielsen-Università
Si terrà il 7 maggio per la prima volta all'interno di Cibus il tradizionale convegno "Quale futuro per la promozione delle vendite", promosso dall'Università di Parma e da Nielsen. Il focus è sulla leva promozionale nella grande distribuzione.

Cibus 2014 Due anni fa furono oltre 63mila i buyers presenti a Parma, con una forte crescita da fuori Europa.

Prosegue l'espansione negli Usa

Parmacotto debutta a Chicago con Eataly

Parmacotto conquista Chicago. In pochissimo tempo dall'apertura di Eataly Chicago - il nuovo megastore gourmet ideato da Oscar Farinetti inaugurato il 2 dicembre - il gruppo parmigiano fa segnare vendite da record. Già presente nel megastore Eataly di Manhattan, Parmacotto ha voluto confermare la partnership nella nuova sede americana. La presenza del Gruppo fondato da Marco Rosi nel nuovo store di Chicago vedrà la realizzazione da parte del Gruppo parmense di iniziative, progetti speciali e laboratori didattici dedicati alla conoscenza della tradizione salumiera italiana, simbolo di eccellenza in Italia e nel mondo.

La scelta di essere presente a Chicago come fornitore di riferimento per l'intero comparto salumi - spiega una nota del Gruppo - si inserisce nel percorso di internazionalizzazione intrapreso da diversi anni quale ambasciatore della cultura, dei valori e delle tradizioni gastronomiche del nostro Paese nel mondo. Il Gruppo Parmacotto presidia il mercato statunitense attraverso Parmacotto Usa e opera su tutto il territorio con una rete di oltre 30 distributori e il fiore all'occhiello costituito dai due flagship store, "Salumeria Rosi Parmacotto" sulla Madison e sulla Amsterdam Avenue a New York, punti di riferimento per Italian gourmet. «Siamo molto orgogliosi di consolidare la nostra partnership con Eataly - sottolinea Alessandro Rosi, amministratore delegato e vice-presidente del Gruppo - con la presenza nel nuovo store di Chicago e nel programma di nuove aperture previste negli Stati Uniti».

GDO DISTRIBUTORI E PARAFARMACIE: CONVENIENZA PER 60 MILIONI

Conad cresce del 5,4% Giro d'affari a 11,5 miliardi

Pugliese: buoni risultati grazie alla capacità di fare sistema. La crisi? Non è ancora finita

Conad cresce del 5,4% e mette in archivio un altro anno positivo. Il giro d'affari ha raggiunto gli 11,5 miliardi di euro, con una quota di mercato dell'11,3 per cento. Al risultato ha contribuito la marca commerciale: più di un prodotto su quattro venduti è a marchio Conad. Distributori di carburanti e parafarmacie assicurano convenienza ai clienti per 60 milioni di euro. Si è rafforzata anche la leadership nel canale supermercati, cresciuta al 18,2% e in quello negozi di prossimità, passata al 14,4%, con un incremento di 0,3 punti percentuali rispetto al 2012.

L'occupazione si mantiene sui livelli del 2012, con oltre 46 mila addetti. Al risultato positivo del 2013 ha contribuito la marca commerciale, cresciuta di 1,26 punti percentuali e con una quota sul largo consumo confezionato del 26,3%. Presente in tutta Italia e in 108 province su 110, la rete Conad è comporta da 40 iper E.Leclerc Conad, 187 Conad Superstore, 940 Conad, 890 Conad City, 735 Margherita Conad, 184 discount Todis, 61 punti di vendita con altre insegne.

«Abbiamo ottenuto un risultato positivo, riconducibile all'impegno dei nostri soci imprenditori e alla capacità delle cooperative di fare sistema. E' prematuro, però, pensare di esserci lasciati il peggio alle spalle: sino a quando il Pil non sarà cresciuto oltre l'1 per cento non potremo dire di essere fuori dalla crisi - spiega il direttore generale di Conad Francesco Pugliese -. Occorrerà rivedere con urgenza l'articolo 62, puntando soprattutto sulla puntualità dei pagamenti perché oggi nella grande distribuzione e nella distribuzione organizzata appena un'azienda su sei rispetta i termini di pagamento. Affrontiamo il prossimo triennio con un articolato piano strategico che ci porterà ad essere leader assoluti del mercato della distribuzione».

A quelli già esistenti si aggiungono i nuovi servizi che Conad ha messo a disposizione dei clienti. I 20 distributori di carburanti Conad in attività hanno prodotto, da novembre 2005 (anno di apertura del primo impianto a Gallicano, in provincia di Lucca) a novembre 2013, un risparmio per gli automobilisti pari a 53,6 milioni di euro. Per il 2014 ne sono in programma altri nove, di cui 2 in Emilia Romagna, mentre il numero delle parafarmacie è salito a 69. Buoni risultati, infine, anche dall'export, cresciuto del 20% sul 2012, con un fatturato che supererà i 50 milioni di euro alla vendita. L'attività si concentra sui prodotti a marchio Creazioni d'Italia. ◆ **r.eco.**

Conad Il direttore generale Francesco Pugliese.

11,3%
quota di mercato
di Conad nel 2013.
Il fatturato è aumentato di 589 milioni rispetto al 2012

CRIPAP A 10 ANNI DAL CRAC CHIEDONO CHIAREZZA

I piccoli azionisti dI Parmalat scrivono al presidente Napolitano

I piccoli azionisti di Parmalat scrivono al presidente della Repubblica Giorgio Napolitano per chiedere che sia fatta chiarezza a dieci anni dallo scandalo della multinazionale del latte.

«Un decennio è ormai trascorso e il caso Parmalat è ancora aperto - spiega nella lettera inviata a Napolitano il presidente Michele Cipolli, presidente del Cripap (Comitato risparmiatori piccoli azionisti Parmalat) -. Presenta ancora molti risvolti opachi, non chiariti e addirittura oscuri che la nostra associazione vuole porre alla sua attenzione di massima autorità dello Stato. Con l'intento di riportare l'attenzione sulla vicenda e fare in modo che i risparmiatori piccoli azionisti coinvolti possano ottenere giustizia e finalmente tornare in possesso dei loro risparmi, spesso frutto di una vita di lavoro e sacrifici».

I piccoli azionisti ricordano nella missiva che la società «non è fallita», ma salvata attraverso la Legge Marzano e che «le azioni di Vecchia Parmalat non sono state annullate ma sono tuttora presenti nel portafoglio titoli dei piccoli risparmiatori, anche se non ammesse alla negoziazione».

«L'attuale Parmalat - si legge nella lettera - è stata risanata a costo di enormi sacrifici dei risparmiatori obbligazionisti e a totale spese dei risparmiatori azionisti e poi è stata venduta a una società francese, attuando un gigantesco trasferimento di ricchezza dalle tasche di ignari e malcapitati risparmiatori italiani a quelle di affaristi stranieri». Il Cripap sottolinea come in questo contesto la posizione dei piccoli azionisti sia stata dimenticata e non chiarita. Da qui la richiesta al capo dello Stato, agli organi di controllo del mercato, alla magistratura e ai media di fare «finalmente piena luce su questa lunga e amara vicenda, in modo che i piccoli azionisti possano ottenere finalmente giustizia e riavere indietro i loro risparmi». ◆ **r.eco.**

InBreve

FILCAMS-FISASCAT
Pulizie scuole: oggi uno sciopero

Continua, non lasciando intravedere esiti positivi, la vertenza attivata da tempo da Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltrasporti Uil, per garantire, dal 1° gennaio 2014, la continuità occupazionale e la tenuta del reddito degli oltre 24 mila lavoratori occupati negli appalti di pulizie nelle scuole. Per questo, Filcams Cgil e Fisascat Cisl provinciali aderiscono allo sciopero nazionale indetto per oggi.

REGIONE EMILIA ROMAGNA
Meccanica agricola: vetrina in India

Si è conclusa l'ultima tappa 2013 del progetto India con la partecipazione collettiva di imprese emiliano-romagnole alla fiera Eima Agrimach India nel complesso fieristico Iara Pusa di New Delhi. Eima Agrimach 2013 è l'unico evento b2b dedicato alla meccanizzazione agricola in India e rientra nell'ambito del progetto India III promosso Regione Emilia-Romagna.