

MERCATO ITALIA

RAPPORTO SULLO STATO DELLE IMPRESE

Agroalimentare - Edizione 2008

Supplemento al n. 5/2008 di Largo Consumo

A cura di Sergio Terracina

Scenari/previsioni: Industria alimentare:	
molte nubi nella sfera di cristallo	pag. 3
Scenari/Federalimentare: Per una filiera più trasparente	pag. 9
Consumi e prezzi	pag. 11
La produzione industriale e le esportazioni	pag. 11
Le grandi imprese europee e statunitensi	pag. 11
Aidi: risponde il presidente Umberto Rondani	pag. 12
Aita: risponde il presidente Sebastiano Porretta	pag. 13
Anicav: risponde il presidente Luigi Salvati	pag. 18
I principali gruppi in Italia	pag. 19
Assica: risponde il presidente Francesco Pizzagalli	pag. 20
Assitol: risponde il presidente Leonardo Colavita	pag. 21
Assolatte: risponde il presidente Giuseppe Ambrosi	pag. 22
La panoramica per settori	pag. 22
Ente nazionale risi:	
risponde il presidente Piero Garrione	pag. 23
FederSalus: risponde il presidente Renato Minas	pag. 25
lias: risponde il presidente Vittorio Gagliardi	pag. 27
Inran: risponde il presidente Carlo Cannella	pag. 28
Ismea: risponde il presidente Arturo Semerari	pag. 29
Uiv: risponde il presidente Andrea Sartori	pag. 31
Gli investimenti pubblicitari	pag. 31
Indicatori gestionali: roi, rotazione magazzino, durata dei crediti e dei debiti	pag. 32
Unipi: risponde il presidente Mario Rummo	pag. 33
I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia	pag. 36

DIRETTORE RESPONSABILE: Pier Carlo Garosci

RESPONSABILE COORDINAMENTO SUPPLEMENTI: Luca Salomone

DIRETTORE VENDITE PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE D'IMPRESA: Dario Rota

FONDI DI RIFERIMENTO E COLLABORAZIONI: AdEx, Agriform, Aidi, Aita, Anicav, Assica, Assitol, Assolatte, Ass. Prod. Tutela Salame Felino, Consorzio del vino Chianti Classico Gallo Nero, Ente nazionale risi, Eurorating, Federalimentare, FederSalus, Forbes, Fortune, Fruit Logistica Messe Berlin, lias, Inran, Ismea, Istat, Mediobanca, Nielsen-Media Research, Sigrid Verbert, Spumador spa, Uiv, Una-Unione Nazionale dell'Avicoltura, Unipi, Luigi Pelliccia.

REDAZIONE

Via Bodoni, 2 - 20155 Milano - Tel. 023 271 646 - Fax. 023 271 840
e-mail: mercatoitalia@largoconsumo.it
sito web: WWW.AGRO.MERCATOITALIA.INFO

EDITORE

Editoriale Largo Consumo srl - Via Bodoni, 2 - 20155 Milano
Registrazione: presso il Tribunale di Milano n° 486 del 27 dicembre 1980.
Iscrizione al registro nazionale della stampa n° 00551,
Vol. 6 foglio 401, in data 20 novembre 1982

© Copyright 2008 Editoriale Largo Consumo srl

COPERTINA: ELABORAZIONE LUIGI SCAGLIOTTI

La recessione globale e il nuovo che avanza



Per le principali imprese europee e statunitensi alimentari e delle bevande il 2007 è stato un anno di sviluppo, con un aumento del fatturato del 7%. Ma la "gelata" dell'ultimo trimestre dell'anno scorso sta continuando anche nel primo semestre 2008. Non passa giorno che il barile del petrolio non batta nuovi record di prezzo, che il dollaro si deprezzi sull'euro, che la crisi del mercato immobiliare statunitense non mieta illustri vittime tra gli operatori finanziari di tutto il mondo. Nei Paesi industrializzati i consumi sono stazionari, la svalutazione del dollaro rispetto all'euro aiuta le esportazioni americane ma deprime quelle europee.

Le imprese di tutto il mondo stanno realizzando strategie di sviluppo legate alla ricerca di nuovi mercati, di conseguimento di nuovi livelli di efficienza nei mercati attuali, di messa a punto di nuovi prodotti, con maggiore valore aggiunto.

Lo sviluppo dei nuovi mercati significa investire nei cosiddetti Paesi emergenti, nei quali le vendite stanno superando quelle nei Paesi maturi dell'Europa occidentale: è una realtà già consolidata per le multinazionali come per esempio Unilever, Danone, Inbev, Diageo.

Il conseguimento di ulteriori livelli di efficienza passa attraverso la razionalizzazione del portafoglio prodotti, cessioni e acquisizioni, chiusura di stabilimenti produttivi, ristrutturazioni organizzative. I casi più importanti del 2007 sono stati quelli di Nestlé e di Danone. Il gruppo svizzero Nestlé, leader mondiale dell'alimentare, ha acquisito Medical Nutrition e Gerber, cedute da Novartis. La francese Danone ha ceduto la divisione biscotti a Kraft e ha acquisito i baby food dell'olandese Numico.

Nell'universo della birra continua il processo di concentrazione a livello globale e europeo con le acquisizioni da parte del gruppo SabMiller e da parte di Heineken e Carlsberg (Scottish&Newcastle).

L'innovazione di prodotto consente di rivitalizzare le attività "attuali" e può essere realizzata anche nel comparto degli alimentari. Le esperienze di Danone e della giapponese Yakult sono particolarmente significative.

S.T.

Scaricato da



www.largoconsumo.info