

MERCATO ITALIA

RAPPORTO SULLO STATO DELLE IMPRESE

Agroalimentare - Edizione 2009

Supplemento al n. 5/2009 di Largo Consumo

A cura di Sergio Terracina

Scenari/Preconsuntivi: L'industria tiene su uno scacchiere molto complesso	pag. 3
Consumi e prezzi	pag. 9
La produzione industriale e le esportazioni	pag. 9
Le grandi imprese europee e statunitensi	pag. 10
Ancit: risponde il presidente Sergio Luoni	pag. 11
Anicav: risponde il presidente Luigi Salvati	pag. 14
Assitol: risponde il presidente Leonardo Colavita	pag. 17
Assolatte: risponde il presidente Giuseppe Ambrosi	pag. 19
I principali gruppi in Italia	pag. 20
Mineracqua: risponde il presidente Ettore Fortuna	pag. 21
La panoramica per settori	pag. 21
Uiv: risponde il presidente Andrea Sartori	pag. 23
UnionAlimentari-Confapi: risponde il presidente Renato Bonaglia	pag. 26
Unipi: risponde il presidente Massimo Menna	pag. 28
Gli investimenti pubblicitari	pag. 28
Gli indicatori gestionali	pag. 28
I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia	pag. 33

DIRETTORE RESPONSABILE: Pier Carlo Garosci

RESPONSABILE COORDINAMENTO SUPPLEMENTI: Luca Salomone

DIRETTORE VENDITE PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE D'IMPRESA: Dario Rota

FONTI DI RIFERIMENTO E COLLABORAZIONI: Ancit, Anicav, Assitol, Assolatte, Eurorating, Federalimentare, Ice, Istat, Luigi Pelliccia, Mediobanca, Mineracqua Nielsen, Sergio Terracina, Uiv, UnionAlimentari-Confapi, Unipi.

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 2009 Editoriale Largo Consumo srl

COPERTINA: ELABORAZIONE LUIGI SCAGLIOTTI

L'industria muta forma



L'industria alimentare e delle bevande di tutto il mondo è in continua trasformazione. Uno dei casi più recenti di globalizzazione e concentrazione ha interessato l'industria della birra. La belga InBev con l'acquisizione della statunitense Anheuser Busch, è diventata il primo gruppo mondiale con un giro d'affari di quasi 26 miliardi di euro. Negli stessi mesi del 2008 Heineken e Carlsberg hanno acquisito l'inglese Scottish&Newcastle, di cui si sono divise le attività europee.

In tutti settori le imprese continuano l'opera di razionalizzazione del portafoglio prodotti, anche per la necessità di aumentare la competitività nell'attuale stagnazione della domanda.

È in atto una profonda trasformazione del portafoglio prodotti e sono state numerose le cessioni di marchi e di rami d'azienda. Negli Stati Uniti i casi più importanti del 2008 sono stati quello di Procter&Gamble, che ha ceduto il caffè Folgers, e di Mars, che ha rinforzato la sua leadership con l'acquisizione dei dolciari di Wrigley.

In Europa Danone ha ceduto i biscotti Lu a Kraft, e ha acquisito i baby food Numico, inclusa l'italiana Mellin. Il gruppo Nestlé ha ceduto la pasta secca Buitoni, conservando quella fresca. Il gruppo inglese Cadbury ha separato e ceduto le bevande dr Pepper Snapple e Schweppes, concentrandosi nelle attività dolciarie. Unilever ha ceduto l'olio d'oliva Bertolli alla spagnola Sos, che già controlla Carapelli, e che così è diventata leader di mercato. Le cooperative olandesi lattiero-casearie Friesland e Campina si sono fuse, dando vita a un gigante da oltre 9 miliardi di euro. La dolciaria olandese Leaf International è stata messa in vendita dalle finanziarie che la controllano.

Nel settore dei superalcolici il gruppo francese Pernod Ricard ha continuato a scalare le graduatorie mondiali con l'acquisizione della vodka svedese Absolut.

S.T.

Scaricato da



www.largoconsumo.info