

GRANDE
ESCLUSIVA

Formaggi & Consumi Newsletter On-line - Anno 14 - Numero 10 - 11 marzo 2022



L'industria fra l'incudine dei costi e il martello della Distribuzione

I rincari di energia, materie prime, materiali di confezionamento e trasporti stanno comprimendo fatturato e utile delle aziende agroalimentari. Occorre al più presto una revisione dei prezzi al sell in. In questo scenario, il retail deve fare la sua parte. I risultati della nostra indagine con 150 player del settore. Tra 'buoni' e 'cattivi'...

Di Federico Robbe

Costi energetici alle stelle, materiali di confezionamento introvabili e carissimi, incertezza generalizzata. È un quadro a tinte fosche quello descritto dai 150 operatori del food and beverage che hanno risposto alla nostra indagine, svolta tra il 28 febbraio e il 9 marzo. Uno scenario reso ancor più problematico dai rapporti tesi con la distribuzione, che il più delle volte fa orecchie da mercante. E di ritoccare i listini proprio non ne vuole sapere. Non sorprende, quindi, che il 9% degli interpellati prevede di chiudere il 2022 con un fatturato in calo, e il 2% addirittura stima una perdita importante. Ancor più preoccupanti le risposte sulla chiusura dell'anno in termini di utile: il 36% prevede una significativa diminuzione, e il 15% una lieve riduzione.

È soprattutto il caro energia a preoccupare le imprese, in gran parte Pmi con spalle meno larghe rispetto ai big dei rispettivi settori. L'incremento dei costi energetici di gennaio 2022, per il 44% del campione, è aumentato di oltre il 50% rispetto a gennaio 2021. A cui si aggiunge un altro 30% che stima aumenti compresi fra il 30 e il 50%. Più frastagliato lo scenario relativo alle materie prime (latte, suini, uve, grano, commodities varie): oltre la metà delle imprese stima incrementi fino al 20%. Ma c'è un buon 9,5% che registra aumenti superiori

al 50%. Nell'ambito dei materiali per il confezionamento – altro fronte caldo – spicca il 30% che riscontra aumenti tra il 20 e il 30%, oltre al 14% che rileva incrementi tra il 40 e il 50% e il 9,5% con incrementi superiori al 50%.

E se questo – al netto della recente crisi russo-ucraina – è un po' lo stato dell'arte dell'industria, logico chiedersi quali siano i rapporti con la distribuzione. Il 16% delle imprese segnala una risposta negativa delle insegne, mentre circa la metà risponde di avere avuto aumenti compresi tra l'1 e il 5% per tutto l'anno. Ben nutrita anche la pattuglia di chi si è dovuto accontentare di aumenti limitati ad alcuni mesi, compresi tra il 6 e il 10%.

Una trattativa, quella tra industria e Gdo, dove le battaglie sono all'ordine del giorno e senza esclusione di colpi. Con le aziende che si lanciano in giudizi non proprio lusinghieri verso le centrali e le catene. Sostanzialmente, Gd e Do pensano che gli aumenti siano solo temporanei, dunque non c'è ragione di adeguare i listini. E l'industria di marca sarebbe vista con sospetto, accusata di speculare e approfittare della situazione critica. Con lo spettro di riversare questi costi sul consumatore finale, la distribuzione spesso non prende in considerazione le richieste e fa spallucce.

Nel nostro report non mancano ri-

sposte piuttosto tranchant, evidentemente dovute al clima d'incertezza e ai margini risicatissimi. Giusto per citarne alcuni: "La Gdo vive su un altro pianeta e non ha interesse a sostenere i suoi fornitori"; "Scarsa preparazione sul tema, interessa soltanto il prezzo"; "Hanno il coltello dalla parte del manico e ne approfittano pur sapendo delle difficoltà che stiamo attraversando".

Il giudizio sulla Gdo italiana, alla fine, è piuttosto netto: un misero 2% delle aziende la definisce "molto disponibile". Per tutto il resto della platea è stata (e continua a essere) una battaglia lacrime e sangue.

Abbiamo poi chiesto di stilare una lista dei 'buoni' e 'cattivi', ovvero di chi ha accettato un ritocco dei listini e di chi invece lo ha negato. I risultati sono contraddittori e riflettono le diverse anime dell'alimentare italiano. Coop, ad esempio, è seconda nella lista dei buoni e prima in quella dei cattivi. Così pure Esselunga e Conad, rispettivamente terza e prima nei buoni e seconda e terza nei cattivi. Evidentemente alcuni buyer hanno concesso gli aumenti, altri no.

Comunque sia, la situazione non accenna a migliorare e ognuno deve fare la propria parte. Senza un'assunzione di responsabilità da parte di tutta la filiera, si preannunciano scaffali vuoti e tempi durissimi.

PER SCARICARE L'INCHIESTA COMPLETA CON I GRAFICI CLICCA QUI



YOUR BUSINESS COMMUNITIES

3 - 6 MAY 2022

FIERA MILANO - RHO - ITALY

ipackima.com



#ipackima

ORGANIZED BY:

IPACK IMA SRL

A JOINT VENTURE BETWEEN:



Tel. + 39 02.3191091
ipackima@ipackima.it



SCARICA L'ULTIMO NUMERO DI FORMAGGI & CONSUMI





Cibus - Parma

CIBUS Venerdì 6 Maggio 2022 - ore 10.00

Gran Premio del FORMAGGIAIO



La Guilde Internationale des Fromagers Italia, in collaborazione con Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup, organizza la prima edizione italiana del concorso che decreterà il Miglior Formaggiario d'Italia.*

La competizione sarà strutturata su una serie di prove che verteranno sulla competenza professionale, la conoscenza delle tecnologie casearie e del formaggio, la capacità del concorrente di selezionare i formaggi e valorizzare il comparto esercitando al meglio il mestiere di formaggiario.

Per candidarsi occorre scaricare il modulo di iscrizione dal sito www.guilededesfromagers.it, inviare una email a formaggiari@tespi.net (max 20Mb) allegando i seguenti file:

- Curriculum vitae completo + foto
- Biografia (breve descrizione del candidato)
- Documento di identità
- Foto di plateau di 8 formaggi, di cui almeno 4 Dop, sul tema "Le 4 Stagioni"
- Testo di 15 righe che spieghi e motivi il plateau di formaggi composto
- Copia del bonifico

Alla competizione parteciperanno i cinque finalisti selezionati

***Il primo classificato parteciperà alla successiva edizione del Meilleur Fromager al Mondial di Tours (Francia). La trasferta, comprensiva di viaggio, alloggio e iscrizione sarà a carico della Guilde des Fromagers Italia. Il vincitore avrà inoltre diritto a partecipare in qualità di giudice all'edizione successiva del Gran Premio italiano del formaggiario (il titolo assegnato sarà valido fino ad un nuovo vincitore).**

Costo di iscrizione €20 (inviare la domanda entro il 17 aprile)

Eseguire il pagamento tramite bonifico bancario intestato a GUILDE INTERNATIONALE DES FROMAGERS - CONFRERIE DE SAINT- UGUZON
Iban: IT37Y0200822690000105761606
oppure con carta di credito **QUI**

Per info: 0362/600463
www.guilededesfromagers.it
formaggiari@tespi.net
www.alimentando.info



Gli sponsor



Breaking News

Fatti e protagonisti dal 5 all'11 marzo 2022

In scena, venerdì 18 marzo alle 12, l'evento online 'BrandOn Focus: i marketplace del food&wine'

Andrà in scena venerdì 18 marzo, dalle 12 alle 13.30, 'BrandOn Focus: I marketplace del food&wine'. L'evento online, a cui è possibile partecipare gratuitamente, è organizzato da BrandOn Group, società esperta di vendite online sui marketplace globali, in partnership con Alimentando.info. L'incontro vedrà il coinvolgimento di José Rallo, Ceo di Donnafugata, in rappresentanza di Agenzia Ice. E di altre numerose aziende, tra cui Pasta Garofalo, il marketplace Vivino, l'impresa vitivinicola Batasiolo e Italian Wyne Crypto Bank, esperta di Nft nel settore enologico. L'introduzione sarà a cura di Paola Marzario, founder di BrandOn. Seguirà l'intervento di Angelo Frigerio, Ceo di Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup, che commenterà i risultati di un'indagine esclusiva sui costi delle materie prime e sulla loro incidenza per l'industria agroalimentare. Nel corso dell'incontro saranno inoltre toccati temi legati allo scenario economico attuale, con approfondimenti generali e specifici su food&wine e sui trend che caratterizzeranno il 2022. Da ultimo, verranno illustrate le molteplici opportunità che attendono le aziende italiane che vogliono rafforzare la propria presenza nei mercati esteri e le enormi potenzialità derivanti dalle vendite sui marketplace online. Per partecipare all'evento è necessario iscriversi al seguente link: <https://www.brandongroup.it/evento/i-marketplace-delfoodwine/>

Bobo Vieri: "Basta con i buyer che vogliono la mazzetta per comprare Bombeer"

Milano – Sabato 5 marzo. Dal suo profilo Instagram, Bobo Vieri si scaglia contro i buyer della Distribuzione moderna. In una serie di story, l'ex stella nerazzurra denuncia le irregolarità che alcune catene della Grande distribuzione starebbero riservando alla sua linea di birre 'Bombeer', ideata in collaborazione con gli imprenditori Driss El Faria, a capo della start up 25H Holding, e Fabrizio Vallongo. Le referenze, spiega Vieri, sarebbero infatti introvabili all'interno di numerosi punti vendita in tutta Italia. E il motivo sarebbe il mancato pagamento di mazzette ai buyer di riferimento. "Certi buyer fanno i furbi perché noi non diamo mazzette. E nascondono la 'Bombeer'. Se la cercate nei supermercati, a volte non la trovate proprio per questo motivo", spiega l'ex numero 32 dell'Inter. Che non ha intenzione di fermarsi. E intende fare nomi e cognomi di coloro che, a suo dire, chiederebbero delle 'bustarelle'. "Faranno una figura di merda in tutta Italia", spiega dal suo profilo Instagram l'ex calciatore. "A questi buyer dico una cosa: tra poco vi faccio licenziare. Basta nascondere la nostra 'Bombeer'. Tutti la cercano, abbiamo ricevuto migliaia di messaggi".

Kraft non potrà registrare il marchio 'parmesan cheese' in Ecuador

Reggio Emilia – Lunedì 7 marzo. Kraft Foods Group Brands non può registrare il marchio 'Kraft parmesan cheese' in Ecuador. A decretarlo è stato l'ufficio competente del Paese sudamericano, dopo avere ricevuto l'opposizione formale del Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano, in quanto "presenta somiglianze significative con la Denominazione di origine protetta". Un'importante vittoria per il sistema delle indicazioni geografiche poiché "viene ribadita l'importanza del legame tra prodotto, territorio e denominazione di origine", secondo quanto fa sapere il Consorzio in una nota. "La decisione dell'Ufficio Ecuadoriano – si legge – ha dimostrato, in punta di diritto, che il nome Parmesan non è necessariamente generico al di fuori dell'Unione europea, come invece vorrebbero varie multinazionali e associazioni di categoria. Una pietra miliare sulla quale costruire una strategia più ampia a livello globale, che andrà a beneficio non solo della Dop Parmigiano Reggiano ma di tutte le Indicazioni geografiche". Secondo le stime del Consorzio, infatti, il giro d'affari del parmesan, al di fuori dell'Unione europea, sarebbe pari a circa 2 miliardi di euro, pari a 200mila tonnellate di prodotto, vale a dire, 15 volte il volume di Parmigiano reggiano esportato.

Assalzo: "Il conflitto limita l'import di mangime. Conseguenze devastanti per gli allevamenti"

Roma – Mercoledì 9 marzo. La guerra tra Russia e Ucraina sta mettendo a rischio la disponibilità di materie prime agricole. "Quella per la produzione mangimistica è limitata a 20 giorni, massimo un mese. Se non si attivano canali di approvvigionamento alternativo, sarà inevitabile il blocco della produzione, con conseguenze devastanti per gli allevamenti, la necessità di abbattimento degli animali presenti nelle stalle e il crollo delle produzioni alimentari di origine animale, come carni bovine, suine e avicole, latte, burro e formaggi e uova". A lanciare l'allarme è Assalzo, l'associazione nazionale dei produttori di alimenti zootecnici, pubblicato dall'agenzia Ansa. L'associazione spiega quanto sia critica la situazione italiana che, per soddisfare la domanda interna di materie prime agricole, è costretta a una forte dipendenza dall'estero: "Una situazione che è andata aggravandosi negli anni, con il costante calo della produzione nazionale di mais, crollata dall'autosufficienza di una quindicina di anni fa ad uno scarso 50% attuale". Assalzo chiede dunque l'adozione di misure urgenti per gestire l'emergenza, favorendo ad esempio l'import di mais per scongiurare il crollo della zootecnia italiana (secondo l'associazione, tra le alternative possibili in questo momento, ci sarebbe quella di rivolgersi al mercato americano), e di mettere in atto un piano immediato di incentivi per favorirne la coltivazione sul territorio nazionale.

BUY YOUR TICKET 

3 - 6 MAY 2022
FIERA MILANO ITALY

1 TICKET, A UNIQUE EVENT

Logos for Green Growth, ANIMATION ALLIANCE, and PRINT4ALL are also visible.

Un ring virtuale. Angelo Frigerio e Luigi Rubinelli da una parte, un operatore della distribuzione dall'altra. Domande serrate, risposte concise. In diretta, senza filtri. Mezz'ora o poco più per raccontare di mercato e dintorni. Marco Bordoli, amministratore delegato di Crai, l'ospite di questa puntata.

MEZZOGIORNO DI FUOCO



ANGELO FRIGERIO
&
LUIGI RUBINELLI
VS
MARCO
BORDOLI

**MERCOLEDÌ
16 MARZO
ALLE ORE 12.00**

avrà luogo il decimo confronto di **Mezzogiorno di fuoco**. Sul ring virtuale del canale Youtube di Tespi, **Angelo Frigerio e Luigi Rubinelli** intervistano **Marco Bordoli**, amministratore delegato di Crai. Si confronteranno su temi riguardanti le nuove strategie della distribuzione, l'e-commerce, la sostenibilità, la richiesta di aumento dei listini da parte delle aziende e altro ancora. Un confronto serrato. In diretta e senza filtri. Domande brevi, risposte concise. Poca filosofia, molta pratica. Appuntamento dunque a

**mercoledì 16 marzo a mezzogiorno,
Mezzogiorno di fuoco.**

Di seguito il link per poter seguire la diretta

CLICCA QUI

Vuoi fare domande a Marco Bordoli?
info@tespi.net

Per rivedere
la puntata
del 23 febbraio
con Mario Gasbarrino

CLICCA QUI

Breaking News

Fatti e protagonisti dal 5 all'11 marzo 2022

Brazzale in scena a Sigep con il Burro Superiore



Rimini – Mercoledì 9 marzo. Brazzale, azienda caseario vicentina e il più antico burrificio italiano, sarà protagonista a Sigep, il salone di Fiera di Rimini dedicato al settore dolciario. Dopo un periodo di studio e ricerca, infatti, ha realizzato un ramo d'azienda dedicato all'alta pasticceria, con un ulteriore stabilimento, nuovi impianti e prodotti ad hoc. Oltre al Burro Superiore Fratelli Brazzale e al Burro delle Alpi Pro, Brazzale propone soluzioni personalizzate per i più importanti player del settore, anche grazie all'attività integrata del Brazzale Science Nutrition&Food Research Center. Tutte le novità saranno presentate allo stand dell'azienda dal 12 al 16 marzo, quando è previsto un fitto calendario di eventi e iniziative, che coinvolgeranno anche assieme i pastry-chef dell'Accademia dolce e salato e dell'Accademia dei maestri del lievito madre.

A Cibus non ci saranno espositori e buyer dalla Russia

Parma – Giovedì 10 marzo. Nel corso della conferenza stampa di Cibus 2022 il presidente di Ice Agenzia, Carlo Ferro, ha dichiarato che non ci saranno espositori provenienti dalla Federazione Russa e non verrà attuato l'incoming per i buyer provenienti da Mosca. Durante l'evento è stato letto un messaggio del ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, e sono intervenuti anche Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare, e l'Ad di Fiere Parma, Antonio Cellie. Il Ceo ha sottolineato: "Il made in Italy durante il Covid ha mostrato tutta la sua flessibile resilienza quindi si candida, anche in questa delicata fase, a fornire 'creativamente' la distribuzione mondiale. Migliaia di buyer verranno a Cibus con questo spirito: capire con i loro fornitori chiave come gestire l'emergenza e, auspicabilmente, uscirne. Dobbiamo ricordare che il cibo è un bene primario e personalmente auspico che il dibattito della community di fronte alla tragedia umanitaria in Ucraina viri rapidamente dagli aspetti economici a quelli sociali. Cellie ha poi aggiunto: "Nella nostra visione le fiere saranno sempre meno e sempre migliori, oltre che più collegate all'industria. Non entro nel merito rispetto a progetti di fusione o cooperazione con altri enti ma una cosa è certa: noi siamo la fiera di riferimento per l'export made in Italy, quindi abbiamo questa competenza su Parma, dove i buyer possono anche vedere da vicino le aziende tramite i factory tour".

Vacondio (Federalimentare): "La Gd faccia la sua parte, non riconoscere gli aumenti di listino è un errore"

Parma – Mercoledì 9 marzo. Ivano Vacondio (foto), presidente di Federalimentare, è intervenuto durante la conferenza stampa di Cibus commentando la delicata situazione internazionale. "La guerra in Ucraina sta provocando un aumento di prezzi smisurato di gas e di materie prime fondamentali, come il grano, il mais e il girasole e la situazione logistica non migliora la situazione. Con il blocco dal Mar Nero, infatti, l'unico trasporto possibile è quello via terra e via ferro ma l'Ungheria, proprio in questi giorni, sta rendendo molto difficile se non impossibile il trasporto dei cereali, provocando un reale rischio di approvvigionamento per il nostro Paese". Continua Vacondio: "In questa situazione Cibus può essere un momento di rilancio e speranza. Faccio anche un appello alla distribuzione e a tutta la filiera: dividerci e non riconoscere una serie di aumenti sarebbe un grave errore. Ci sono aziende che chiuderanno. Ognuno deve fare la sua parte, l'industria ha assorbito gli aumenti nei mesi di novembre e dicembre, ora non riesce più a farlo". Il presidente di Federalimentare commenta anche il dibattito sull'autosufficienza, tornato prepotentemente d'attualità con la crisi russo-ucraina: "Credo che ci sia molta retorica in questi ragionamenti. Nel nostro paese non ci sono più terreni arabili quindi siamo strutturalmente dipendenti dall'estero. Bisogna organizzare una politica di alleanze perché è impossibile arrivare all'autosufficienza, bisogna fare i conti con la realtà. Nel settore dei cereali, per esempio, importiamo circa il 60%: puntare all'autosufficienza è velleitario".



Guerra in Ucraina, la reazione dei giganti del lattiero caseario

Mosca (Russia) – Giovedì 10 marzo. Qualcuno chiede di boicottare le aziende ancora attive in territorio russo; altre realtà, al contrario, si sono già schierate; alcune hanno annunciato iniziative umanitarie. Come stanno reagendo i grandi player del lattiero caseario alla guerra in Ucraina? Danone ha comunicato la chiusura di uno dei due impianti in Ucraina, mentre sono riprese le operazioni nel secondo. Ha inoltre predisposto una donazione da 500mila euro alla Croce Rossa per rifornire il Paese di acqua, cibo e medicine. La cooperativa finlandese Valio e la danese Arla, entrambe operative in Russia, hanno deciso di sospendere le proprie attività nel Paese. Così come la norvegese Elopak, che, però, ha garantito che continuerà a pagare lo stipendio ai suoi 336 dipendenti. La neozelandese Fonterra, al contrario, continuerà a operare nelle sedi di Mosca e San Pietroburgo, anche se ha affermato che ogni decisione verrà valutata con l'evolversi della situazione.

Italy for Asia

FROZEN



CONFECTIONERY



N.2 · FEBRUARY 2022

NEWS

p. 2-3

TRENDING NOW

p. 4-6

FROZEN MANIA

Pizza, bakery, dairy and ice creams
p. 7-14

CONFECTIONERY

Spreadable creams, cookies & tins
p. 15-23

SCARICA L'ULTIMO NUMERO DELLA RIVISTA

CLICCA QUI

Aiuta il tuo business

4 strumenti di comunicazione rivolti agli operatori del settore

1



GUIDA RETAIL - LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ITALIANA

Nata nel 2011, riporta dati e statistiche di tutte le catene italiane di GD e DO. Strutture, indirizzi, telefoni, e-mail, siti web, management, fatturati, quote mercato, Ce. Di.
Formato: A4
Pagine: 164

Prezzo: una copia 100 euro / due copie 170 euro

2



THE EUROPEAN RETAIL GUIDE

La più importante e completa guida alla distribuzione europea. Tutte le catene suddivise per paese. Gli indirizzi, i siti, le e-mail, il management, la storia, i contatti per i fornitori, i brand distribuiti.
Formato: A4
Pagine: 212

Prezzo: una copia 120 euro / due copie 190 euro

3



GUIDA ALLE MIGLIORI GASTRONOMIE D'ITALIA

Nata nel 2012, la guida illustra regione per regione le eccellenze italiane del dettaglio tradizionale.
Formato: A4
Pagine: 100

Prezzo: una copia 90 euro / due copie 160 euro

4



IL GRANDE LIBRO DELL'ALIMENTARE

La guida completa a tutte le più importanti aziende del settore alimentare. Uno strumento indispensabile studiato per i buyer della distribuzione moderna, grossisti, catering, horeca in generale. La guida è suddivisa nei seguenti settori: salumi; formaggi; carni; pesce; dolci e zucchero; salati e snacks; uova, latte e derivati; pane e similari; pasta; riso; cereali, frutta secca e legumi; spezie, aromi e insaporitori; farine; piatti pronti; surgelati; conserve vegetali; conserve animali; salse d'accompagnamento; bevande; caffè e tè; baby food; birra; spirits; vini; ortofrutta; quarta e quinta gamma; free from.
Nella guida è possibile trovare: nome azienda e ragione sociale, indirizzo, numero di telefono, e-mail, sito internet, organigramma aziendale, prodotti merceologici, principali marchi distribuiti, n. cee, certificazioni, consorzi e associazioni, export.
Formato: base: 163 mm x altezza: 237 mm
Pagine: 612

Prezzo: una copia 150 euro / due copie 250 euro

Per acquisti e sample: direzione@tespi.net