

# La tutela della qualità nella distribuzione

**Mauro Loy**

*Marketing Manager Methos Srl*

## La Filiera Agroalimentare

|                      |  |                               |
|----------------------|--|-------------------------------|
| Fase<br>Produttiva   | <b>Agricoltura</b><br>(di cui attive con Partita IVA)<br>Aziende dell'agricoltura, Istat e Movimprese 2010   | <b>1.620.884</b><br>(829.134) |
|                      | <b>Industria alimentare e di trasformazione</b><br>Industria alimentare e delle bevande; Censimento 2011   | <b>57.805</b>                 |
| Fase<br>Distributiva | <b>Commercio all'ingrosso</b><br>Grossisti ed intermediari di prodotti agricoli, alimentari e bevande; Censimento 2011   | <b>86.458</b>                 |
|                      | <b>Dettaglio tradizionale</b><br>Commercio al dettaglio in esercizi specializzati (a postazione fissa e mobile) in prodotti alimentari e bevande (tutti gli esercizi a prescindere dalla dimensione); Censimento 2011        | <b>133.567</b>                |
|                      | <b>Distribuzione a libero servizio</b><br>Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati di prodotti alimentari, bevande e tabacco;<br>All'interno della DLS la Distribuzione Moderna rappresenta il 90% del fatturato | <b>49.432</b>                 |
|                      | <b>HO.RE.CA.</b><br>Ristoranti, Bar, mense, e catering; Censimento 2011  | <b>256.724</b>                |

Fonte: Nomisma 2014

## Prodotti Italiani Certificati Dati al 30 Aprile 2014

IGP  
**102**



DOP  
**160**



STG  
**2**



### Italia: 1° Paese UE per Produzioni Certificate

|                           |     |                                |            |
|---------------------------|-----|--------------------------------|------------|
| Ortofrutticoli e Cereali  | 102 | Pesci e Molluschi              | 5          |
| Formaggi                  | 48  | Carni Fresche                  | 5          |
| Oli Extravergine di Oliva | 43  | Altri Prodotti Origine Animale | 5          |
| Prodotti a Base di Carne  | 37  | Paste Alimentari               | 2          |
| Prodotti della Panetteria | 8   | Oli Essenziali                 | 1          |
| Altri Prodotti            | 8   | <b>Totale Prodotti</b>         | <b>264</b> |

Fonte: Qualivita 2014

## Overview su IG

Operatori del Settore  
DOP, IGP e STG

**80.231**

Superficie  
Utilizzata (Ettari)

**159.550**

Produzione  
Esportata (Ton.)

**418.512**

Fatturato  
da Export (Mld Euro)

**2,5**

Controlli Organismi di Certificazione:  
(anno 2012 su un campione di 166 prodotti)

Visite Ispettive

**58.074**

Controlli Analitici

**79.193**

## Classifica Prodotti Export

Parmigiano Reggiano DOP 1°

Grana Padano DOP 1°

Prosciutto di Parma DOP 3°

Prosciutto San Daniele DOP 4°

Mozzarella di Bufala Campana DOP 5°

Gorgonzola DOP 6°

Mortadella Bolognese IGP 7°

Bresaola Valtellina IGP 8°

Mela Alto Adige IGP 8°

Mela Val di Non DOP 10°

Fonte: Qualivita 2014

Insegna

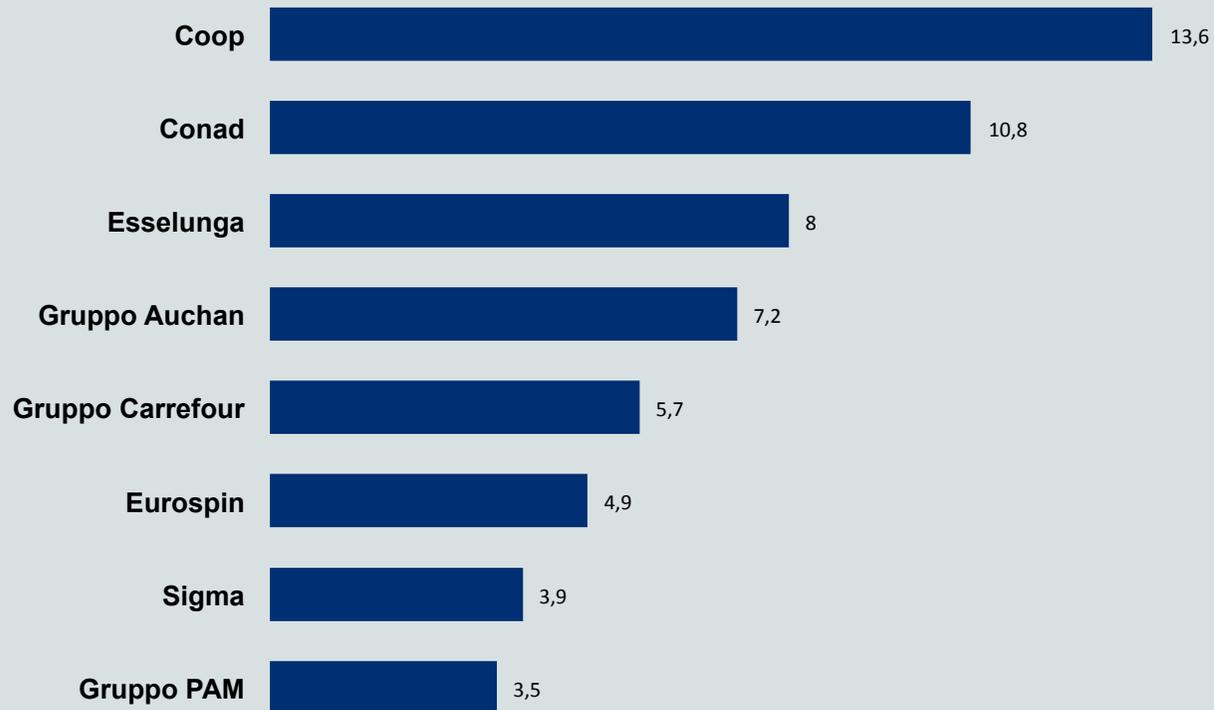
Linee Speciali

Premium Price



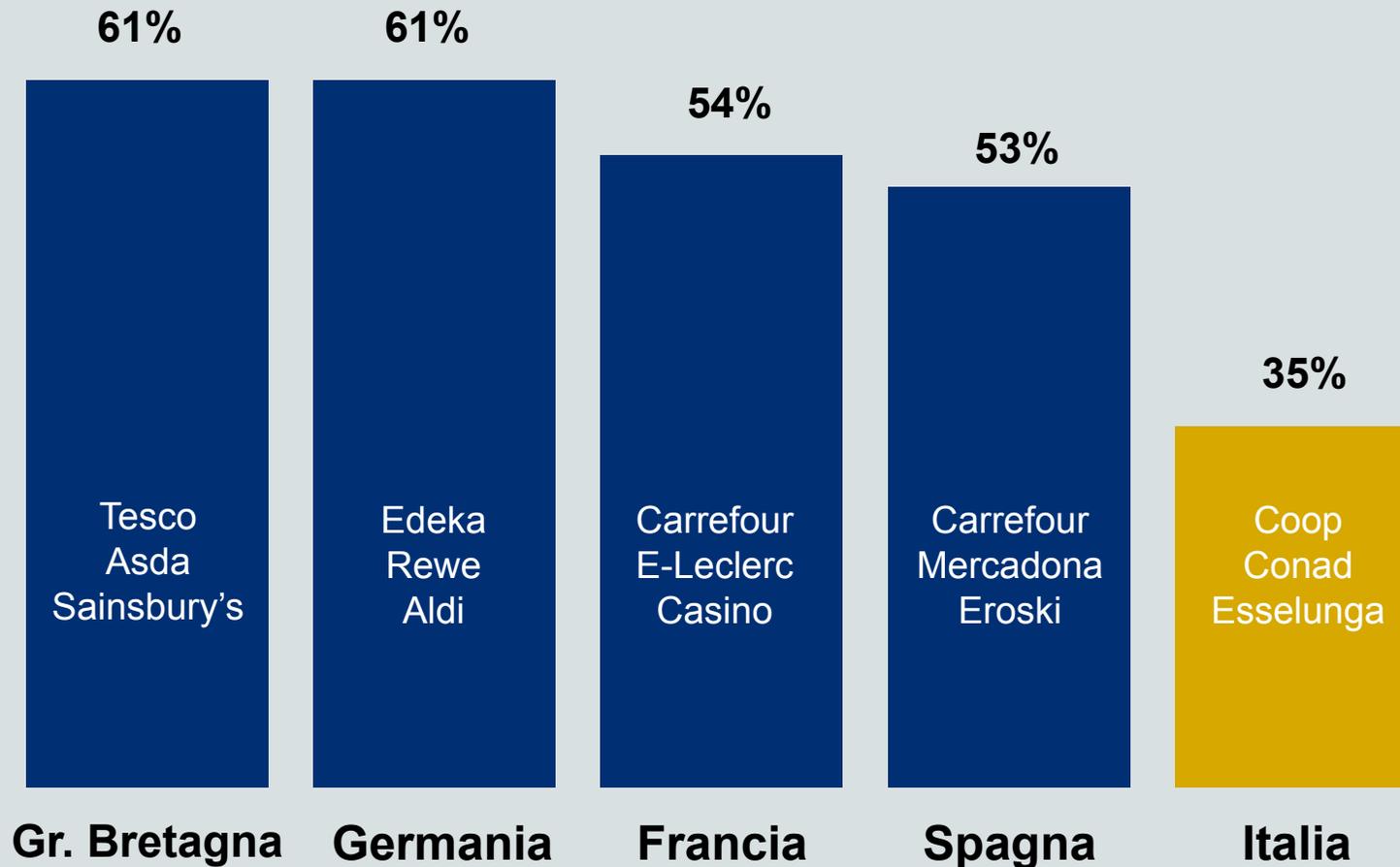
# Italia – Distribuzione alimentare

## Quote di mercato delle principali insegne



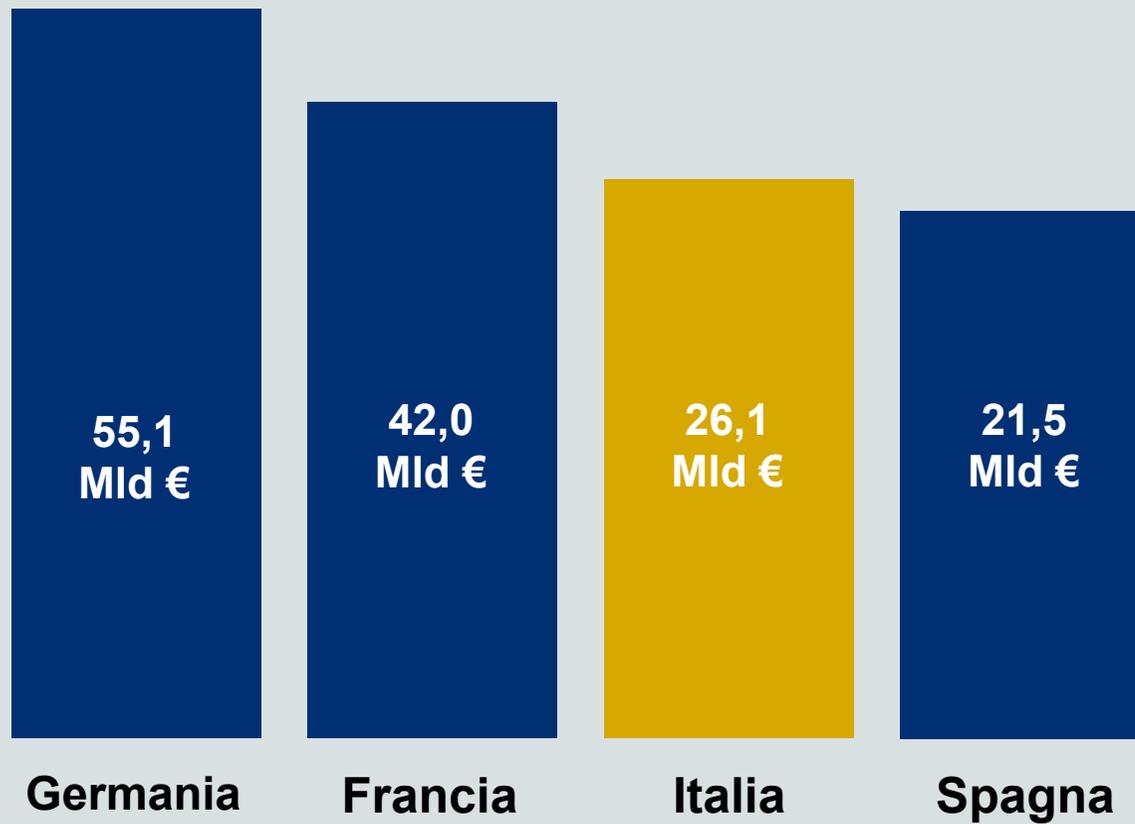
Fonte: rielaborazione Methos su dati Federdistribuzione, 2013

## La dimensione delle imprese distributive Quota dei primi tre distributori



Fonte: Federdistribuzione, 2013

## Export alimentare (Mld €) nell'area Euro



Fonte: rielaborazione Methos  
su dati Nomisma, 2014

## Classifica Prodotti Italiani esportati nel Mondo

VINI, OLIO D'OLIVA,  
UVE FRESCHE,  
KIWI, PESCHE,  
ACQUE MINERALI,  
NOCCIOLE,  
SUCCHI DI FRUTTA,  
PERE,  
SEMOLE E SEMOLINI,  
ESTRATTI E SUGHI DI CARNI,  
DI PESCE, DI CROSTACEI  
E DI MOLLUSCHI

2°

PASTE ALIMENTARI,  
CONSERVE DI POMODORO,  
MELE FRESCHE,  
INSACCATI,  
CAFFÈ TORREFATTO,  
SUCCHI D'UVA,  
ACETI COMMESTIBILI,  
VERMOUTH, CICORIE,  
CASTAGNE E MARRONI,  
FAGIOLI  
PARMIGIANO REGGIANO  
GRANA PADANO  
GORGONZOLA E PECORINO

1°

CIOCCOLATA  
PRODOTTI A BASE DI  
CACAO  
LARDO, RISO  
CAFFÈ DECAFFEINATO,  
FUNGHI E TARTUFI,  
MELE SECCHE  
SPINACI, ACCIUGHE

3°

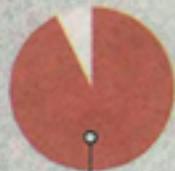
Fonte: Unioncamere 2013

**750.000.000**

**Gli alberi di ulivo coltivati nel mondo:**  
il 95% nella regione del Mediterraneo

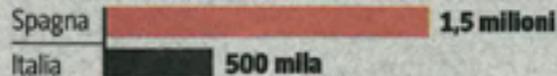
**3.000.000**

**Le tonnellate di olio prodotte**  
nel mondo nella stagione 2013-14



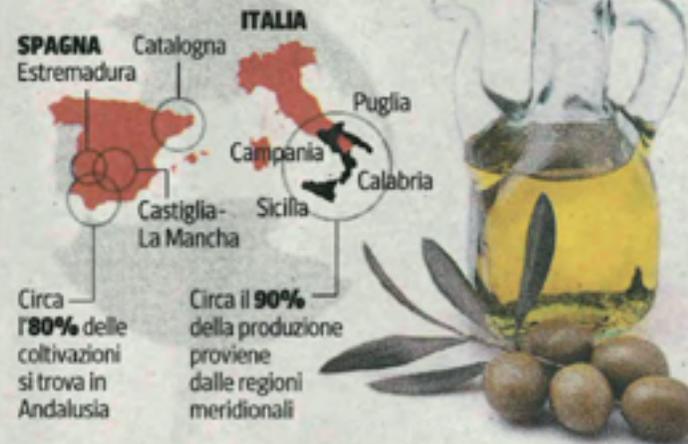
Il **93%** della produzione europea viene da Spagna, Italia e Grecia

**IL CONFRONTO**  
Produzione annuale in tonnellate



Tradizionalmente l'**80%** della produzione spagnola era venduta all'ingrosso in Italia e da qui rivenduta all'estero. Oggi la percentuale è calata a circa il **50%**

LE REGIONI DOVE SI CONCENTRA LA PRODUZIONE



## I dati del 2013

**ETTOLITRI DI VINO**  
(valori in milioni di ettolitri)



**ETTARI DI VIGNETO**

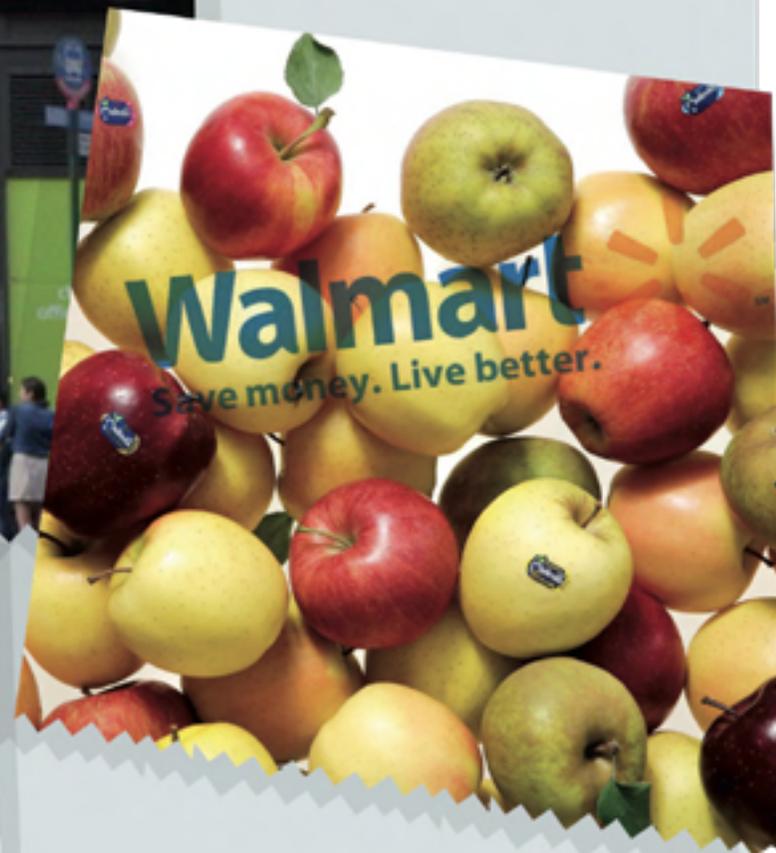


**EXPORT**  
(valori in miliardi di euro)



**Case History:**  
**L'Italia**  
**dell'Olio**  
**e del Vino**

Fonte: Corriere della Sera Aprile 2014



Unica  
Italia®

*the excellence Food&Wine products*



# Unica Italia

*the excellence Food&Wine products*



**Unicaltalia** è un sistema di accompagnamento alla promozione e all'export dell'agroalimentare italiano.

**Unicaltalia** rappresenta le piccole e medie imprese locali: uniche perché interpreti di una cultura che guarda all'etica della produzione e al benessere dei consumatori, italiane perché espressione di un gene creativo che da sempre caratterizza la nostra identità.

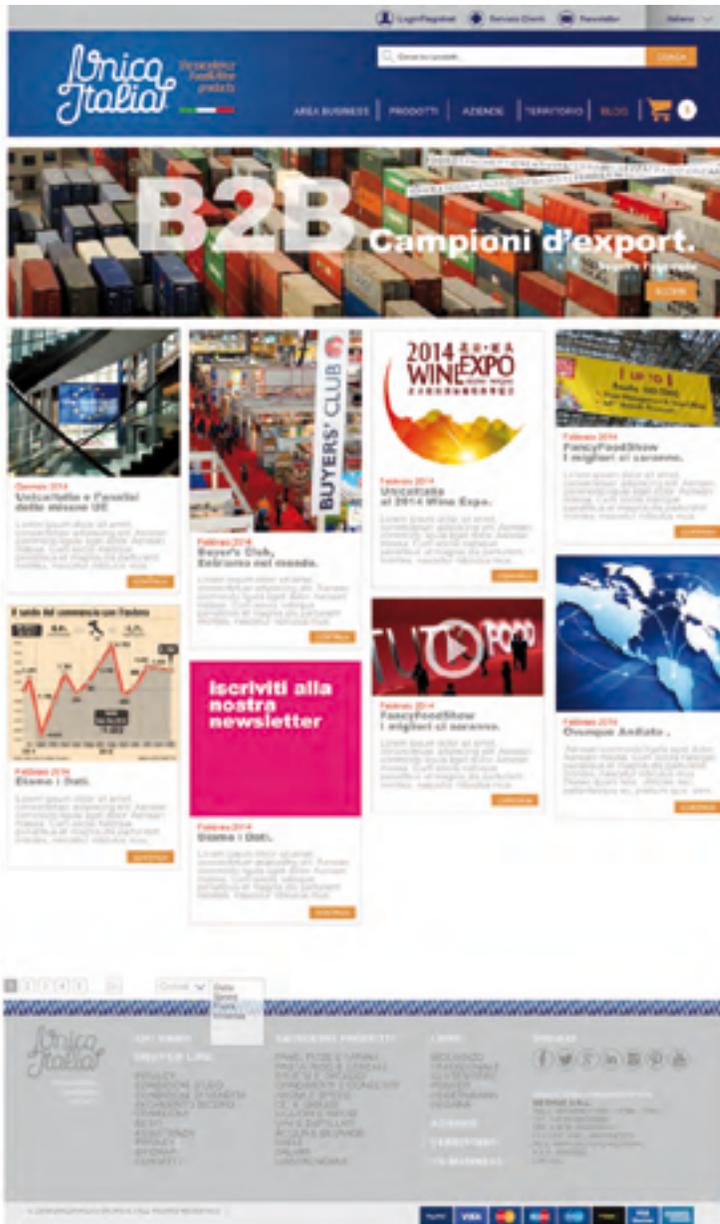
**Unicaltalia** è un incubatore per le specialità italiane, dove le imprese gestiscono singolarmente la propria vetrina virtuale e, contemporaneamente, lavorano insieme per creare una rete che affermi la presenza del Made in Italy nel mondo.

**Unicaltalia** supera le barriere economiche, culturali e territoriali dando voce alle imprese che, firmando il Made in Italy, vogliono cogliere nuove opportunità di sviluppo.



# Unicaltalia.com

- .... eCommerce
- .... Cultura dell'enogastronomia tradizionale
- .... Promozione della dieta mediterranea per la tutela della salute ed il benessere dei consumatori
- .... Valorizzazione del territorio
- .... Sviluppo sinergie tra risorse culturali, paesaggistiche e imprese



# Unicaltalia Business Opportunities

- .... Business matching
- .... Promozione e ricerca di new opportunities
- .... Sviluppo relazioni
- .... Definizione di politiche di aggregazione