



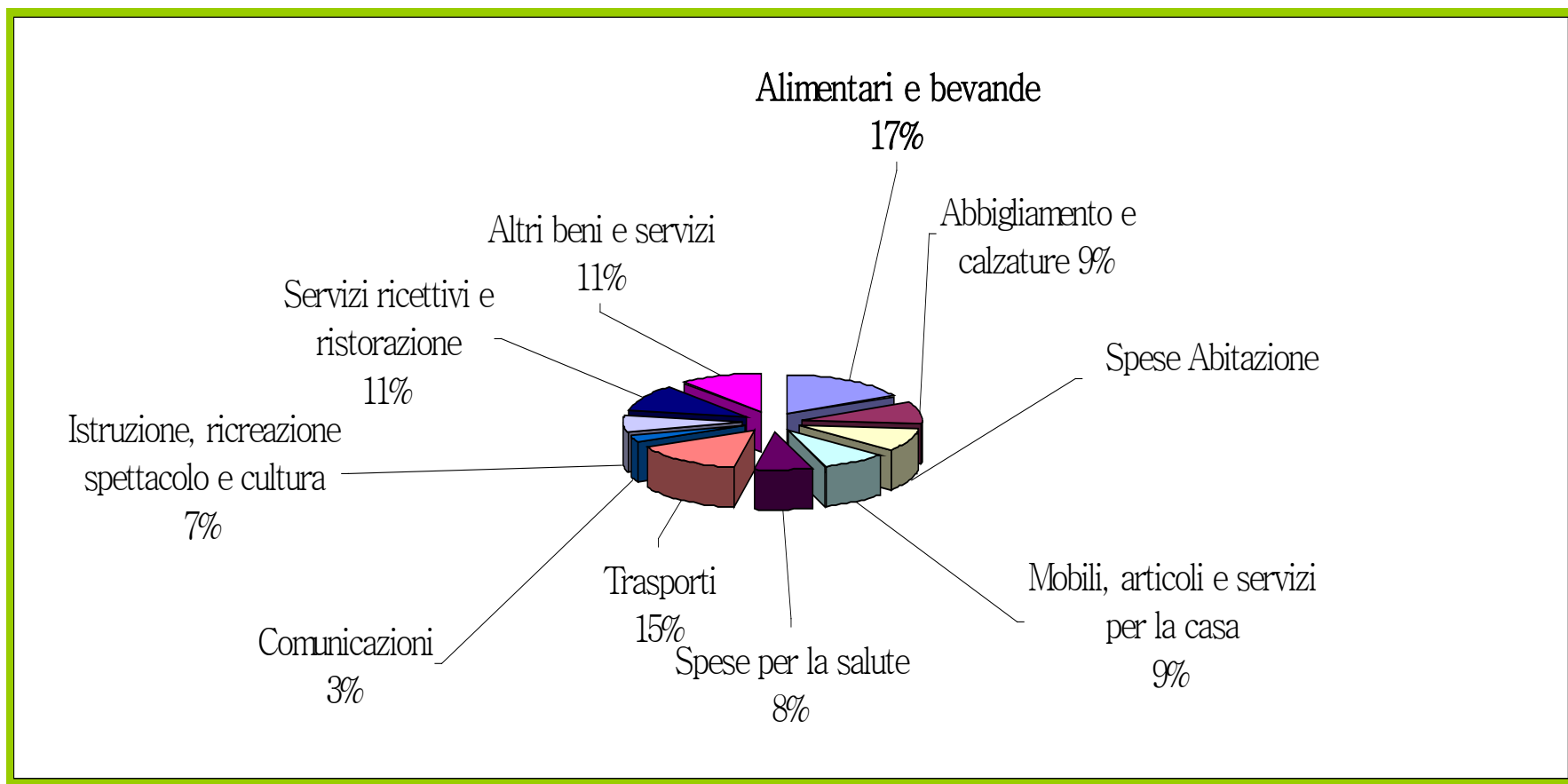
Internet e Innovazione nella filiera alimentare. Brainstorming sulla proposta di un Food Markup Language



22 marzo 2011
Milano, Università Bocconi
Aula Deutsche Bank (AS02)
via Röntgen 1

Daniele Rossi
Direttore Generale Federalimentare

LE PRINCIPALI VOCI DI SPESA DELLE FAMIGLIE NEL 2010

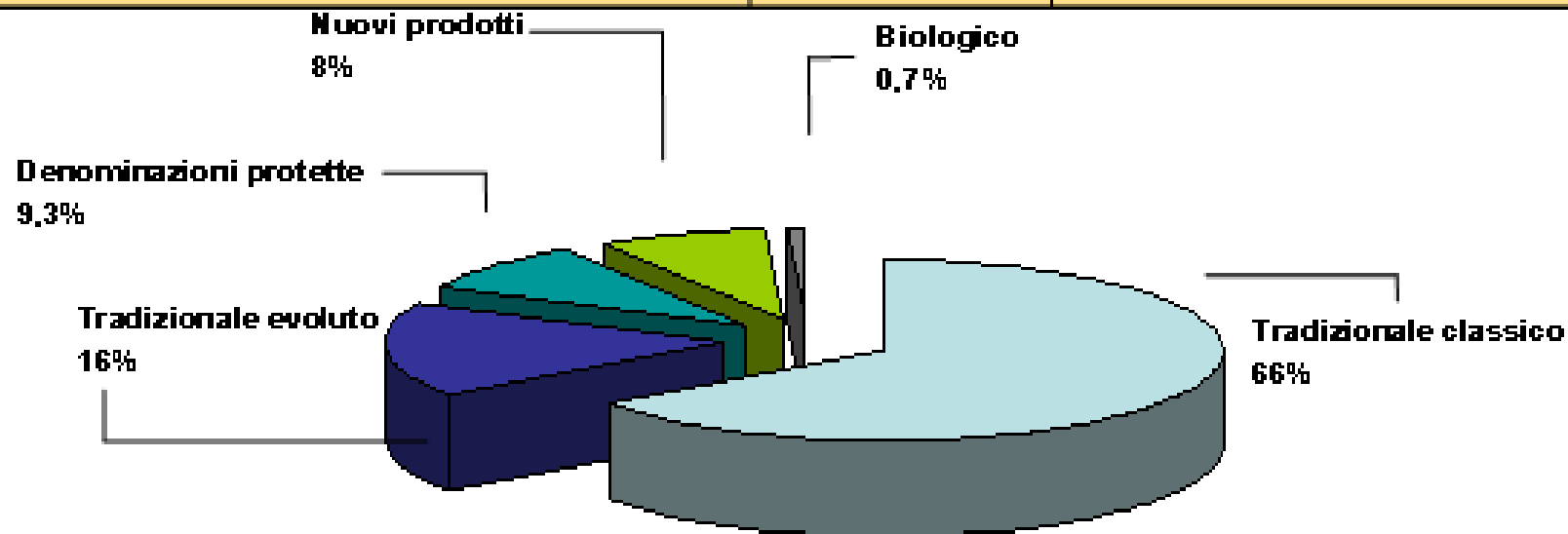


L'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA (DATI 2010)

FATTURATO	124 Mld € di fatturato Secondo posto dopo il settore metalmeccanico (13%).
N. ADDETTI	410.000
N. AZIENDE	32.300 DI CUI 6.400 imprese > 9 dipendenti. 2.600 imprese > 19 dipendenti.
EXPORT	21 Mld di € L'80% dell'export alimentare italiano è rappresentato da prodotti industriali di marca.
IMPORT	17 Mld €
ATTIVO COMMERCIALE	4 Mld €

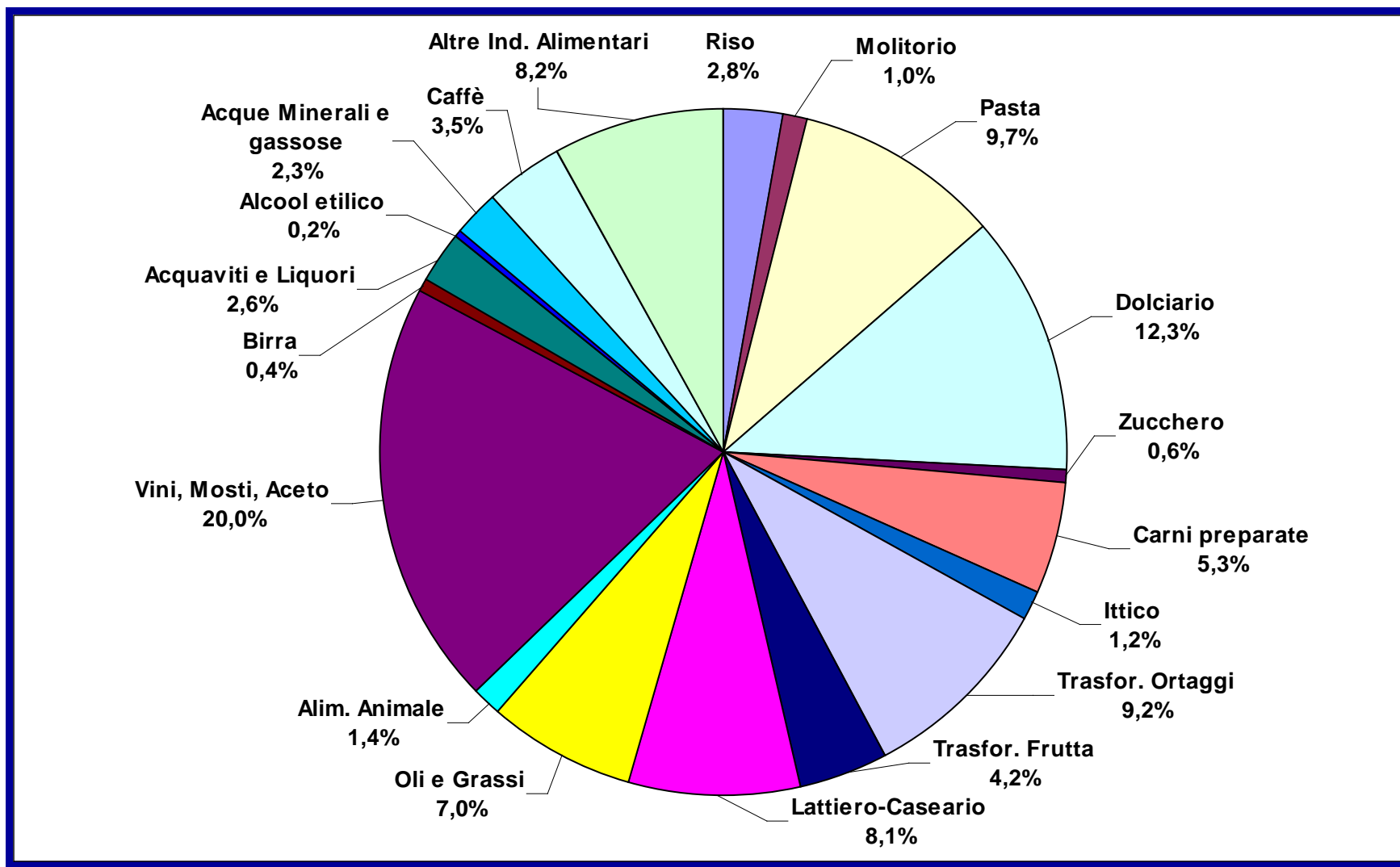
INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA: FATTURATO PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO 2010

TRADIZIONALE CLASSICO	81,84 MLD €	66%
TRADIZIONALE EVOLUTO	19,84 MLD €	16%
DENOMINAZIONI PROTETTE	11,53 MLD €	9,3% (DI CUI 3 MLD € DI EXPORT)
NUOVI PRODOTTI	9,92 MLD €	8%
BIOLOGICO	0,87 MLD €	0,7%
TOTALE	124 MLD €	100% (DI CUI 21 MLD € DI EXPORT)



Fonte: Elaborazioni e stime Federalimentare 2010

EXPORT 2010 - LA COMPOSIZIONE



L'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA: PUNTI DI FORZA

- ampia offerta di prodotti di alta qualità;
- prodotti DOP al "top" dei mercati internazionali;

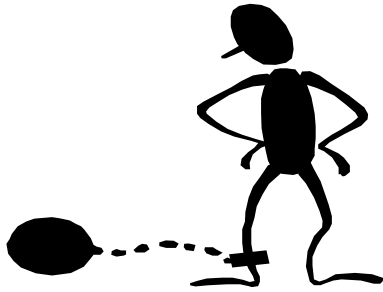


- legami col territorio e col patrimonio culturale del Paese;
- alti standard di sicurezza;

- capacità di unire tradizione e innovazione costante di processo e di prodotto;
- settore con doti anticicliche e calmieratrici.

L'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA: CRITICITA'

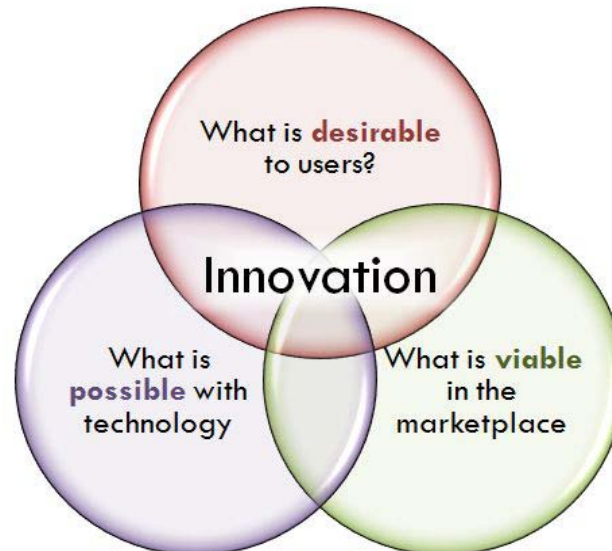
- settore polverizzato;
- innovazione insufficiente (soprattutto tra le PMI);
- logistica che risente sfavorevolmente degli alti costi (servizi, energia, rete infrastrutturale);



- crescita lenta dell'export vs Paesi concorrenti europei come la Germania e la Francia;
- contraffazione e imitazione, soprattutto verso i mercati ricchi ed esigenti - stimati 52 Mld €;
- assenza di catene distributive italiane nel mondo.

COME AUMENTARE LA COMPETITIVITÀ E VINCERE LE SFIDE DELLA GLOBALIZZAZIONE?

**ATTRAVERSO
LA CREAZIONE DI VALORE, IL SERVIZIO
LA RICERCA,
L'INNOVAZIONE
IL TRASFERIMENTO
DI NUOVE TECNOLOGIE ALLE PMI.**



I TREND DEL FUTURO



- ④ **Vasta gamma di prodotti**
- ④ **Praticità d'uso**
- ④ **Adeguate esigenze nutrizionali/ alimentazione particolare, prodotti salutistici e funzionali**
- ④ **Prodotti desiderabili nel gusto**
- ④ **Prodotti convenienti nel rapporto qualità/prezzo**
- ④ **Attenzione a necessità religiose/etniche/etiche**
- ④ **Attenzione all'ambiente/ sostenibilità**
- ④ **Attenzione crescente alla freschezza e alla naturalità**



INTERNET NELL'ALIMENTARE



- **Vasta diffusione dei siti web aziendali.**
- **Diffusione delle vendite on-line per alcuni prodotti non deperibili.**
- **Ma alcuni fallimenti storici nella creazione di portali collettivi (ICE, BUONITALIA, Sistema Associativo Federalimentare, alcune Regioni e Province Autonome, alcune cordate imprenditoriali, alcune strutture consulenziali).**
- **Ed alcune perplessità riguardo all'interazione con i consumatori: concorrenti camuffati, sicurezza degli accessi, ingredientistica e ricetta segrete, percorsi innovativi e riformulativi di natura competitiva (clearing advantages?).**
- **E riguardo ai costi: staff preparato, non in service esterno, su due turni, con competenze linguistiche e nutrizionali (esperienza maturata con numeri verdi!).**

Ascoltiamo le testimonianze aziendali e le proposte della Bocconi