

# Il Supporto al Settore in un Mercato che cambia - Dieci anni di Bestack

## Convegno Annuale Gifco

Hotel Boscolo Exedra

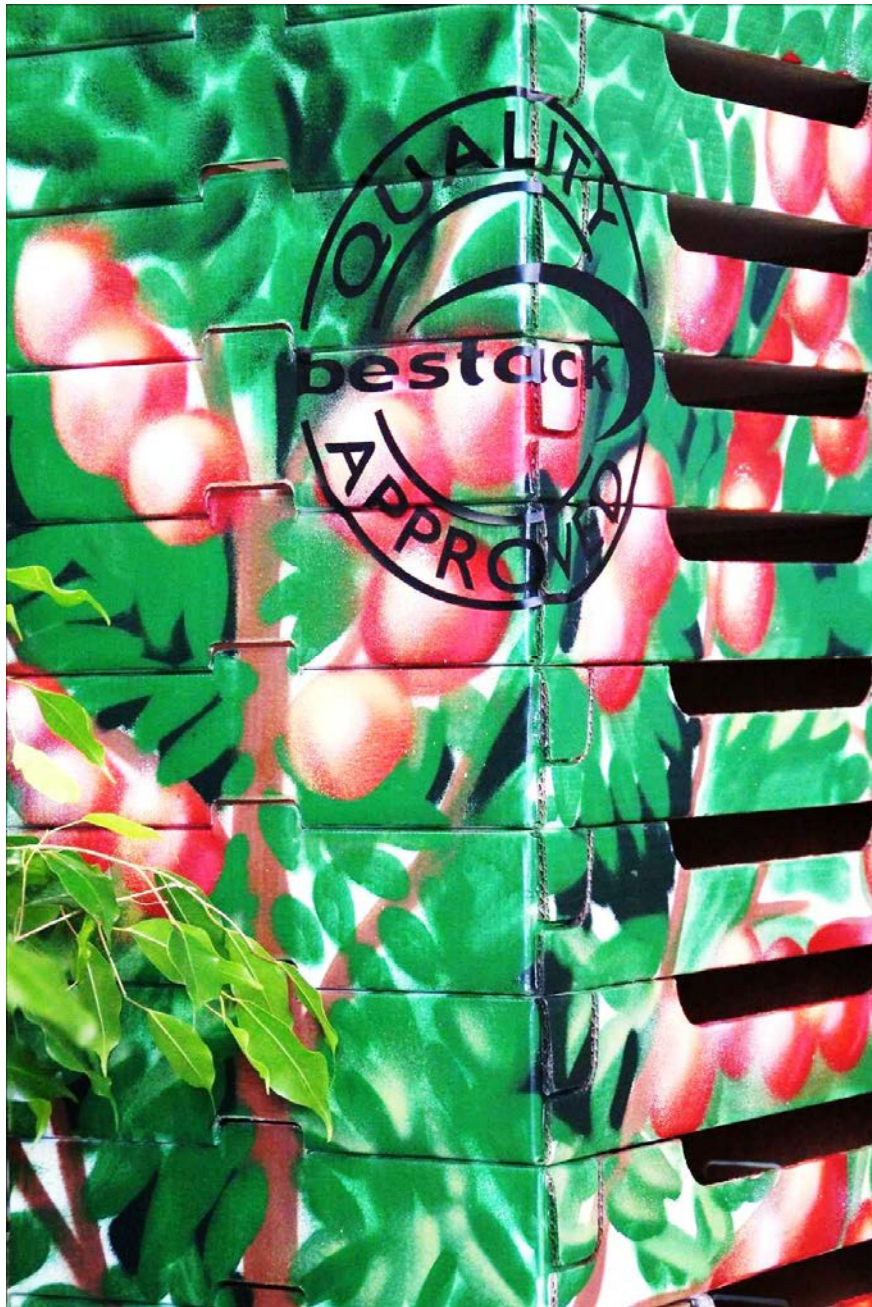
Sabato 17 Maggio 2014

*Claudio Dall'Agata*

*Consorzio Bestack*

bestack

EVOLUZIONE NELL'IMBALLAGGIO



## Agenda – Bestack per il Cartone in Ortofrutta

- ▶ In dieci anni cosa è cambiato in ortofrutta;
- ▶ Le attività a difesa di tutto il settore e a disposizione di tutta la filiera;
- ▶ I risultati in Italia e Pionieri in Europa;
- ▶ La ricerca, i contenuti e i risultati della comunicazione;
- ▶ Conclusioni

# Le grandi aree della spesa per i consumi

(in % della spesa per consumi sul territorio economico)

	anni '70	anni 80	anni '90	anni '00	anni '10
Alimentazione	35%	26%	19%	16%	15%
Abitazione	20%	23%	26%	26%	29%
Mobilità	11%	13%	12%	14%	13%
Abbigliamento	8%	11%	10%	9%	7%
Tempo libero	16%	17%	19%	21%	22%
Salute e istruzione	2%	2%	3%	4%	4%
Altro	8%	8%	10%	10%	10%

Fonte: elaborazioni REF Ricerche su dati Istat

Fonte: Rapporto Coop Consumi e Distribuzione 2013



Convegno Annuale Gifco - Hotel Boscolo Exedra - Roma – 16/17 Maggio 2014  
*Il Supporto al Settore in un Mercato che cambia - Dieci anni di Bestack*

Claudio  
Dall'Agata

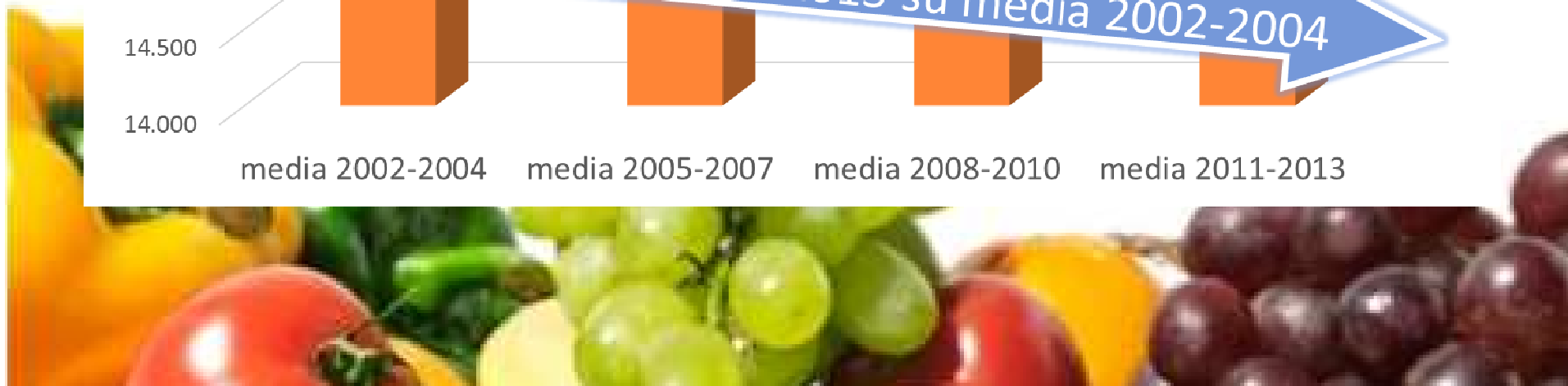
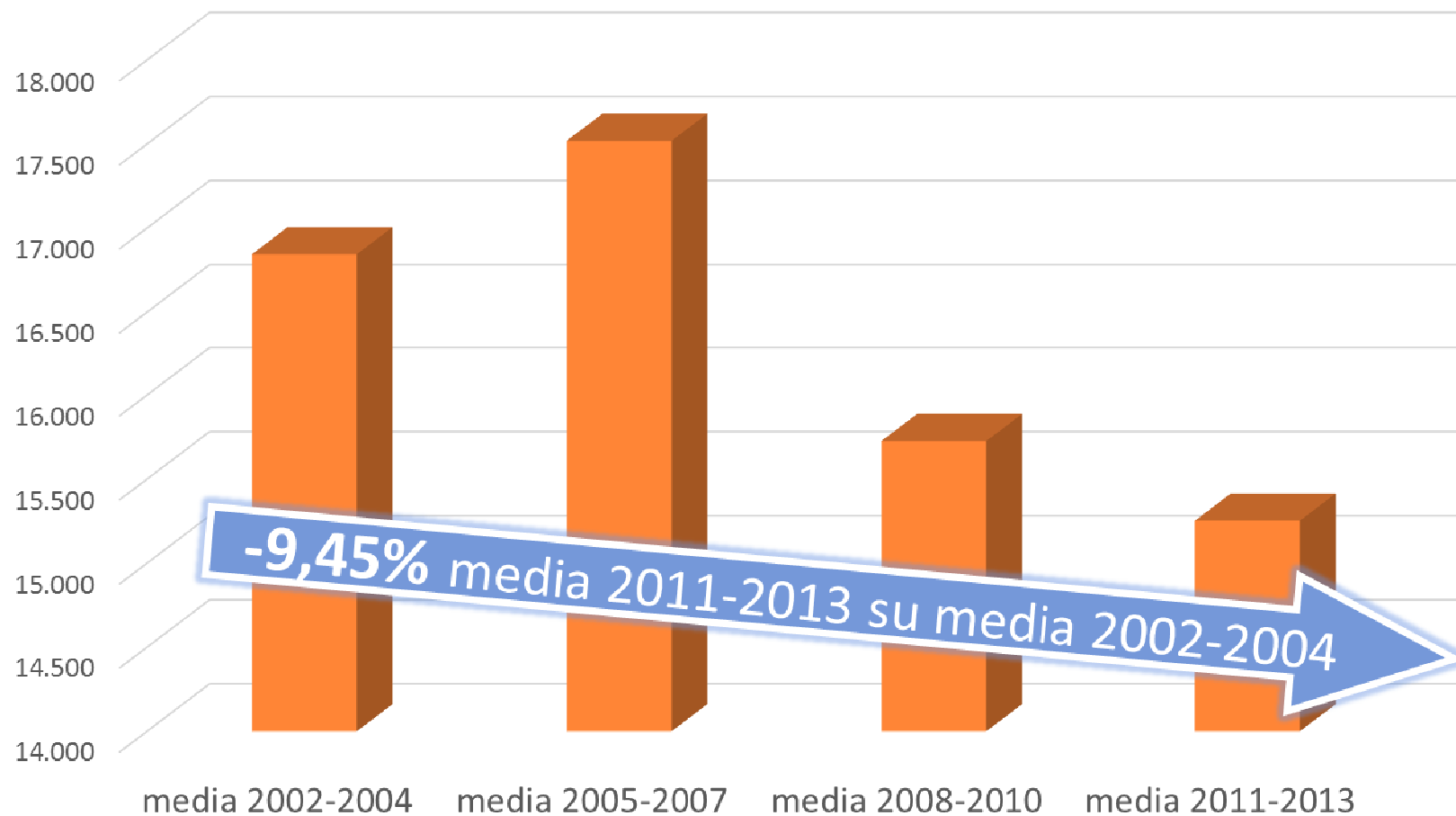
# Famiglie per luogo di acquisto professionale della persona di riferimento. 2011-2012

	Imprenditori e liberi professionisti	Lavoratori in proprio	Dirigenti e impiegati	Operai e assimilati	Ritirati dal lavoro	In altra condizione
2011						
ALIMENTARI						
Hard discount	6,5	8,3	7,5	17,6	8,1	15,7
Ipermercato	20,4	16,5	23,7	21,1	13,7	12,0
Supermercato	70,0	68,2	70,0	63,4	68,5	64,2
Negoziο tradizionale	57,8	62,0	52,5	52,8	63,8	58,6
Mercato	16,1	17,8	16,5	18,9	23,8	22,4

	Imprenditori e liberi professionisti	Lavoratori in proprio	Dirigenti e impiegati	Operai e assimilati	Ritirati dal lavoro	In altra condizione
2012						
ALIMENTARI						
Hard discount	6,5	11,4	8,6	19,3	9,6	19,0
Ipermercato	19,2	16,5	21,3	20,5	13,1	13,7
Supermercato	72,3	69,6	72,8	63,9	68,6	58,6
Negoziο tradizionale	57,6	58,4	54,2	51,3	62,8	60,8
Mercato	18,7	18,8	18,1	20,3	25,5	25,9

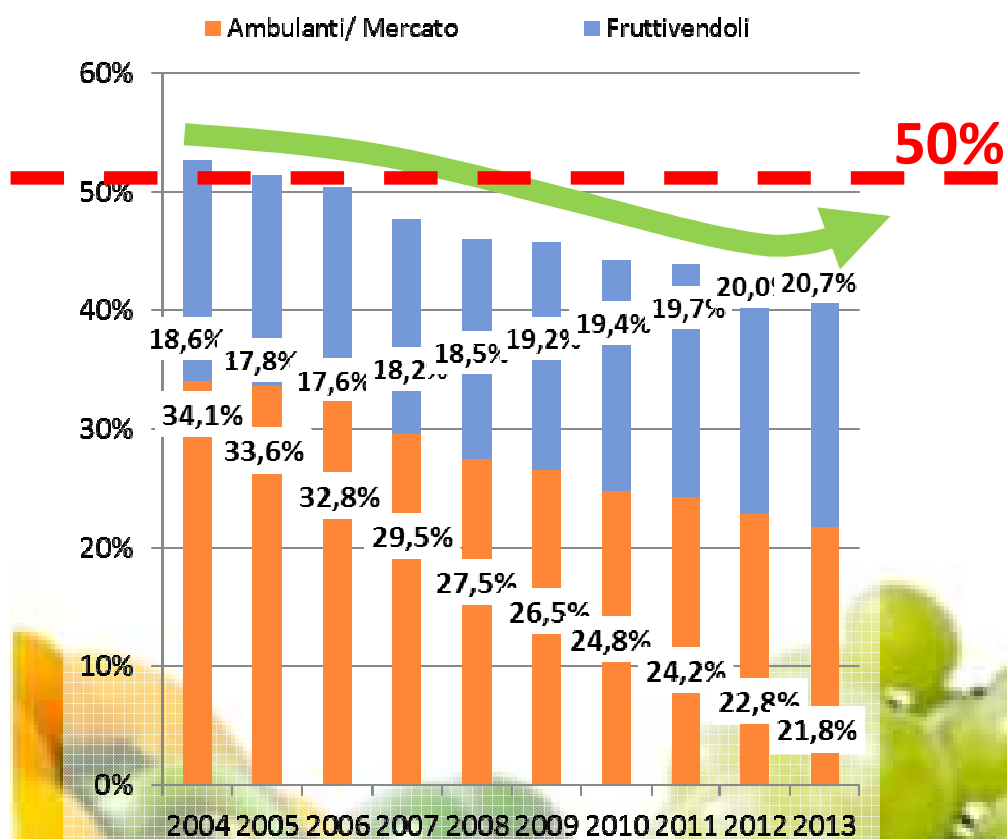


# E in ortofrutta? Produzione Italiana di Ortofrutta per il Consumo fresco in Italia in .000 di tonns



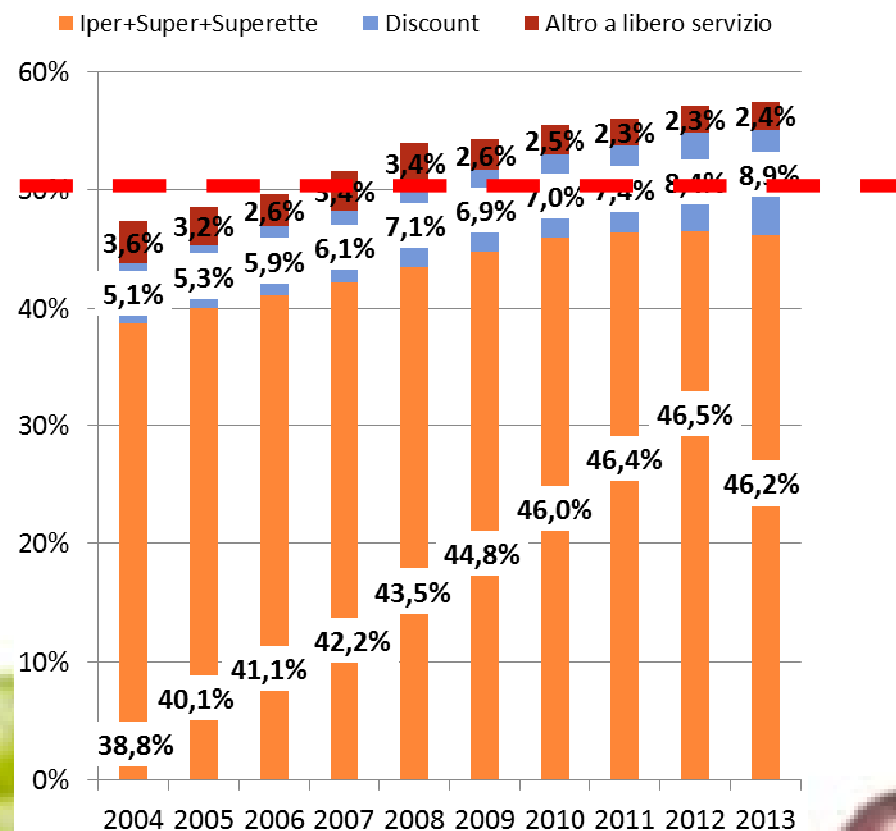
# Come cambia la quota dei canali commerciali dell'ortofrutta in Italia

## Dettaglio tradizionale



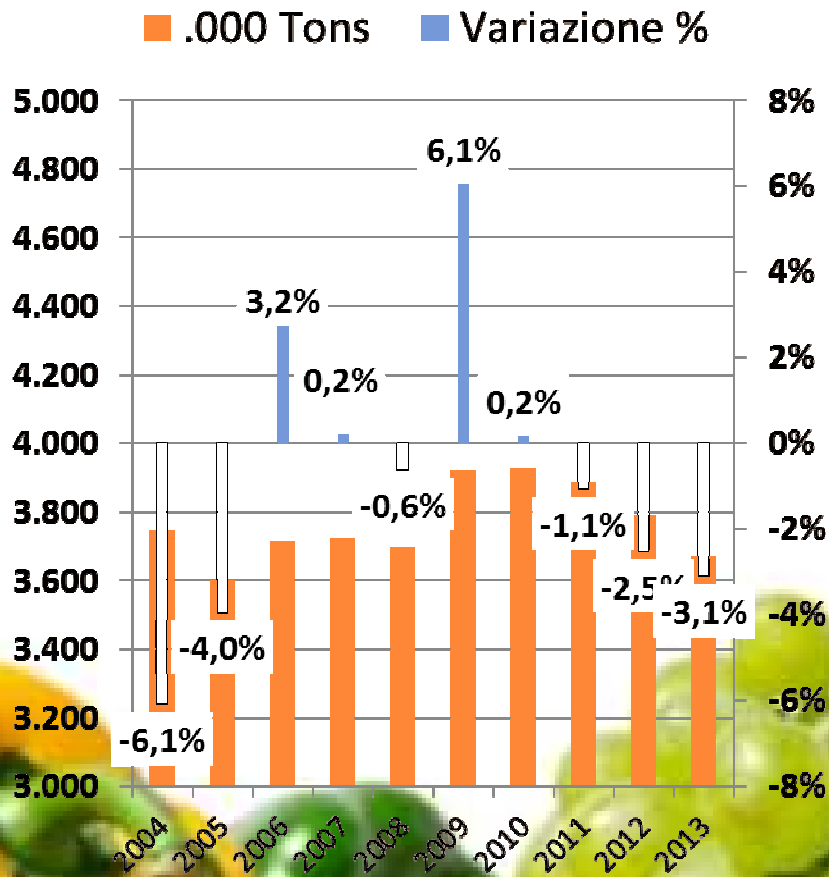
Fonte: Elaborazioni Bestack su dati IHA

## Moderne superfici

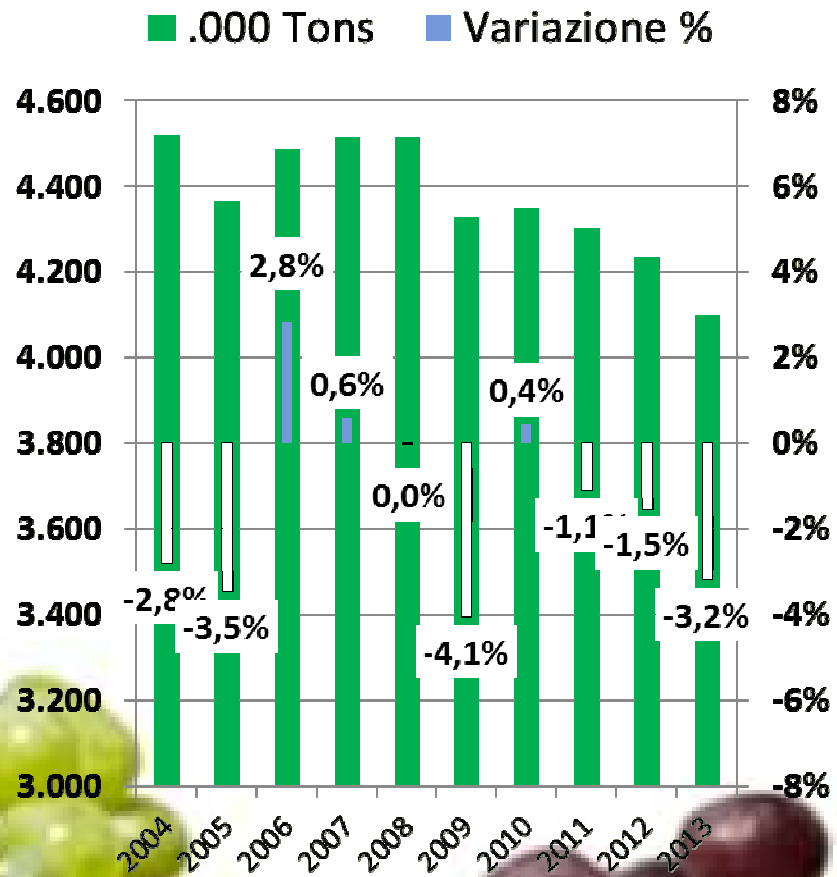


# Come cambia il consumo domestico di ortofrutta fresco in Italia

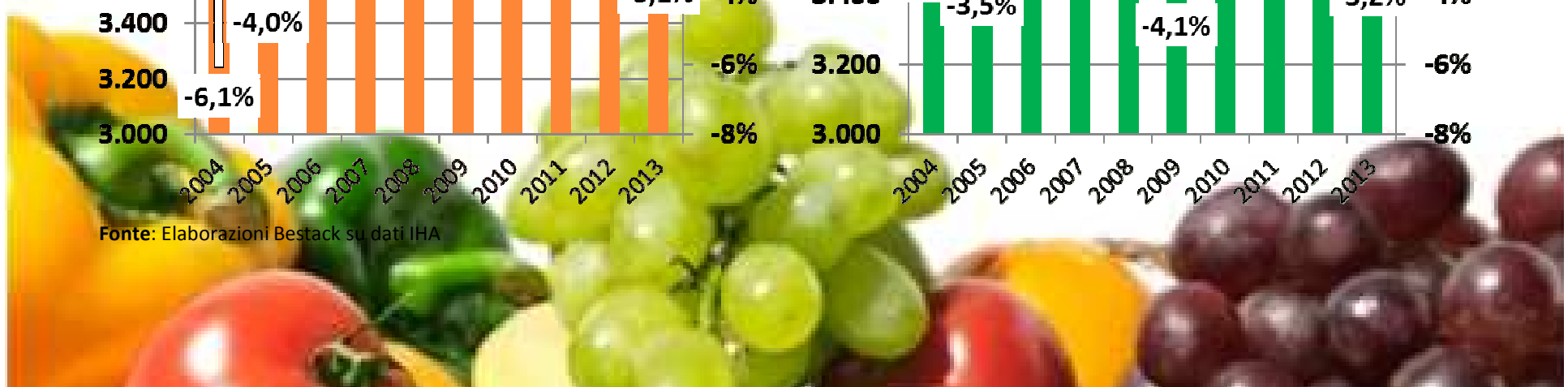
## Frutta



## Verdura

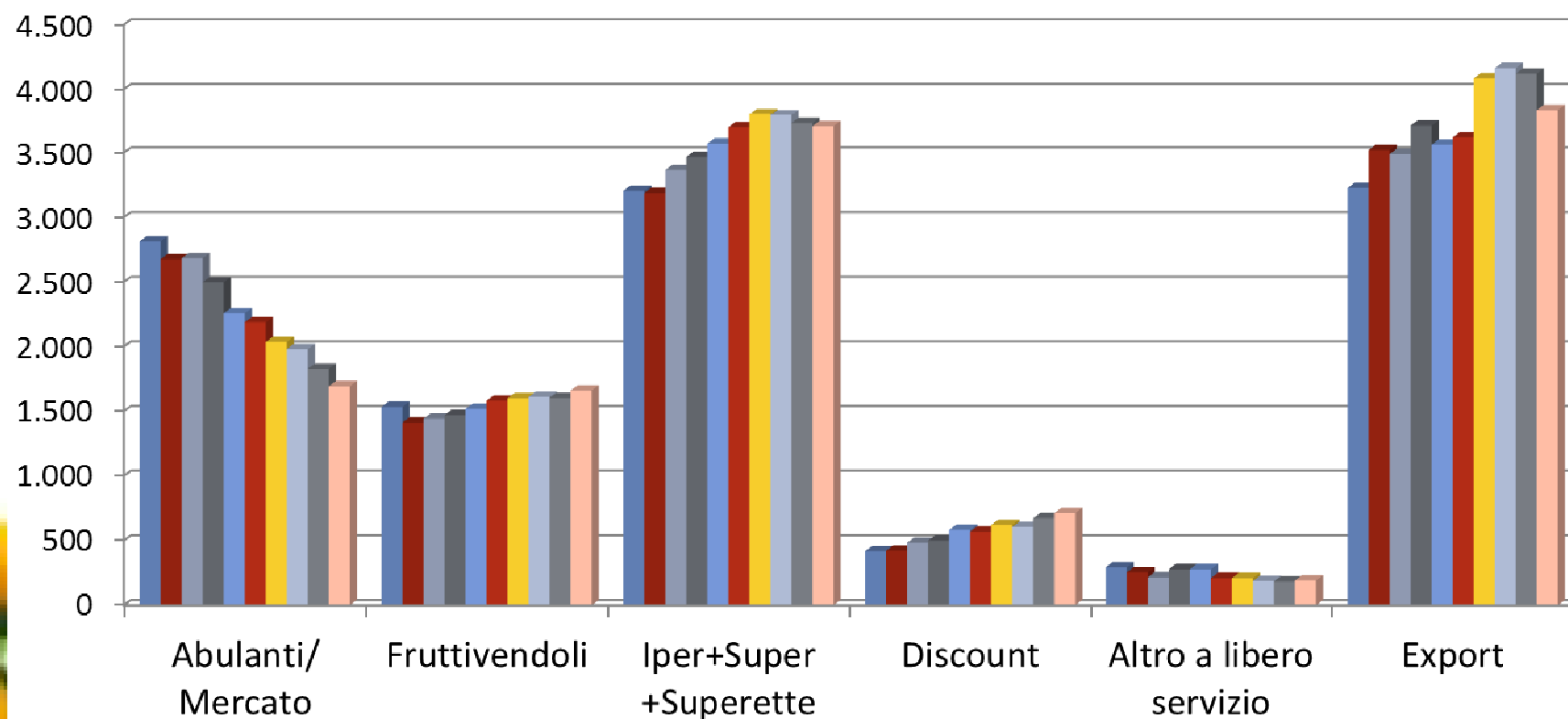


Fonte: Elaborazioni Bestack su dati IHA



# Consumo ortofrutticolo in Italia: volume in .000 di tonns per canale di vendita

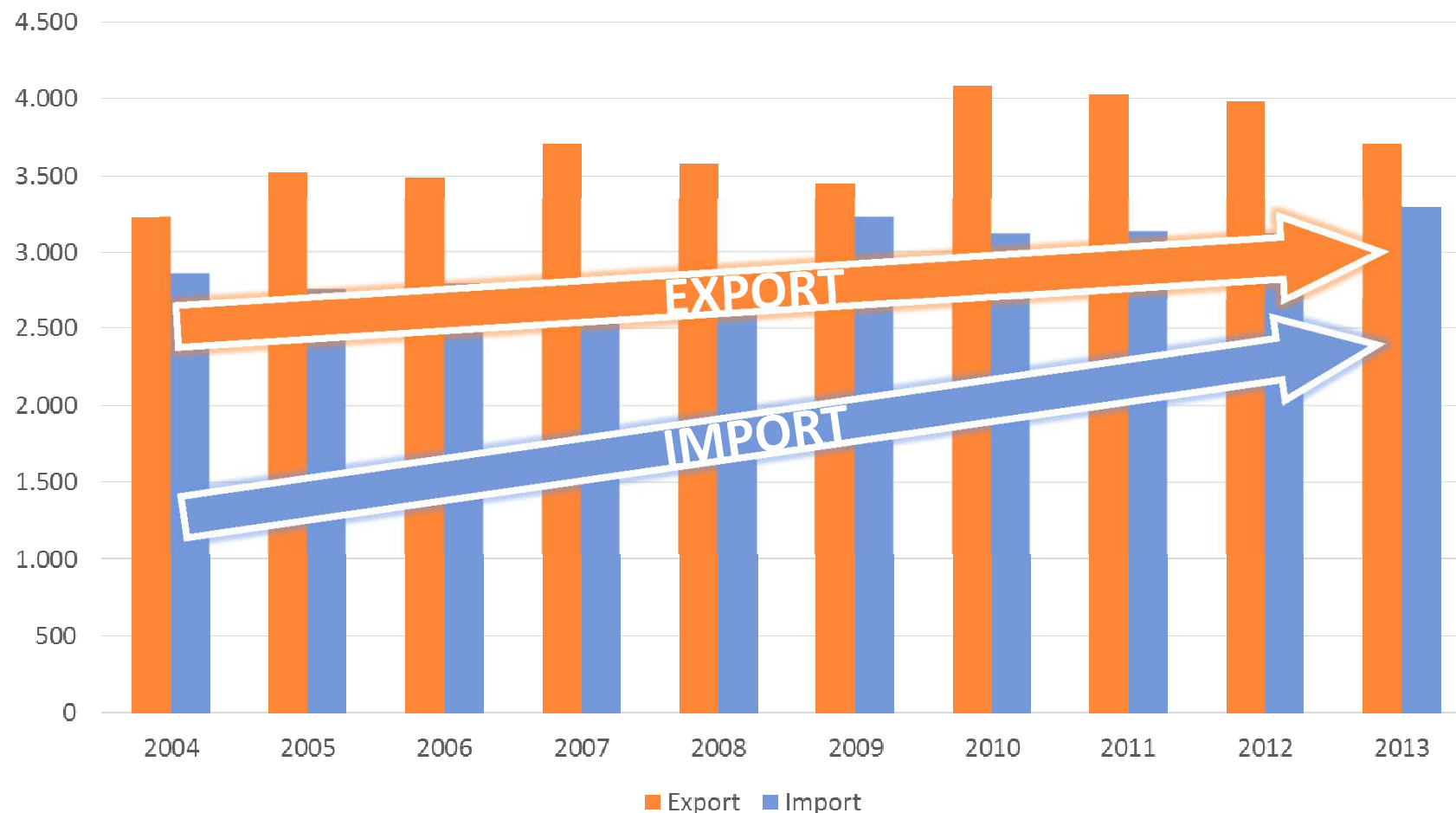
■ 2004 ■ 2005 ■ 2006 ■ 2007 ■ 2008 ■ 2009 ■ 2010 ■ 2011 ■ 2012 ■ 2013



Ns. elaborazione su dati IHA e FruitImprese



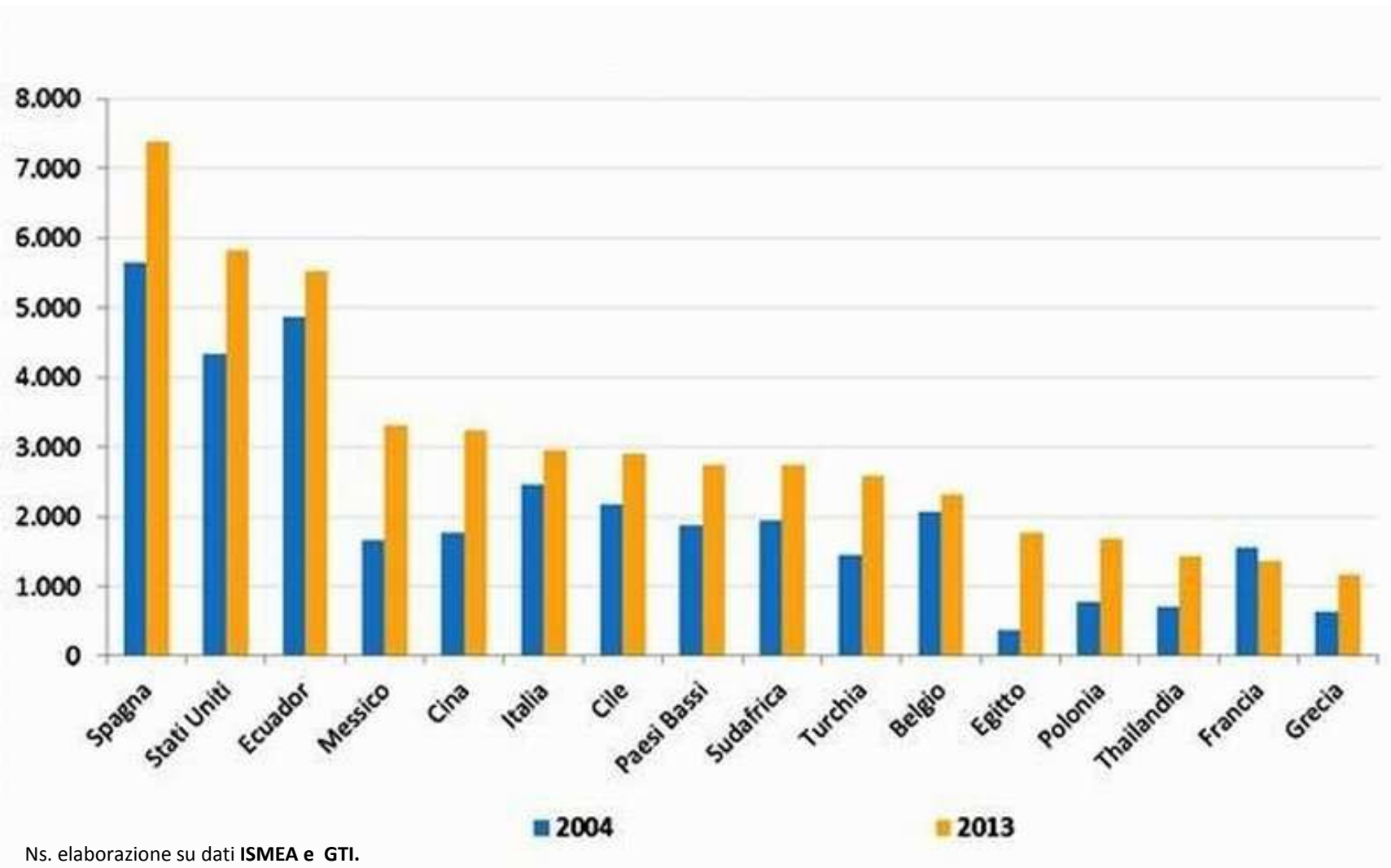
# La Bilancia Commerciale dell'ortofrutta fresca in Italia in .000 di Tonns



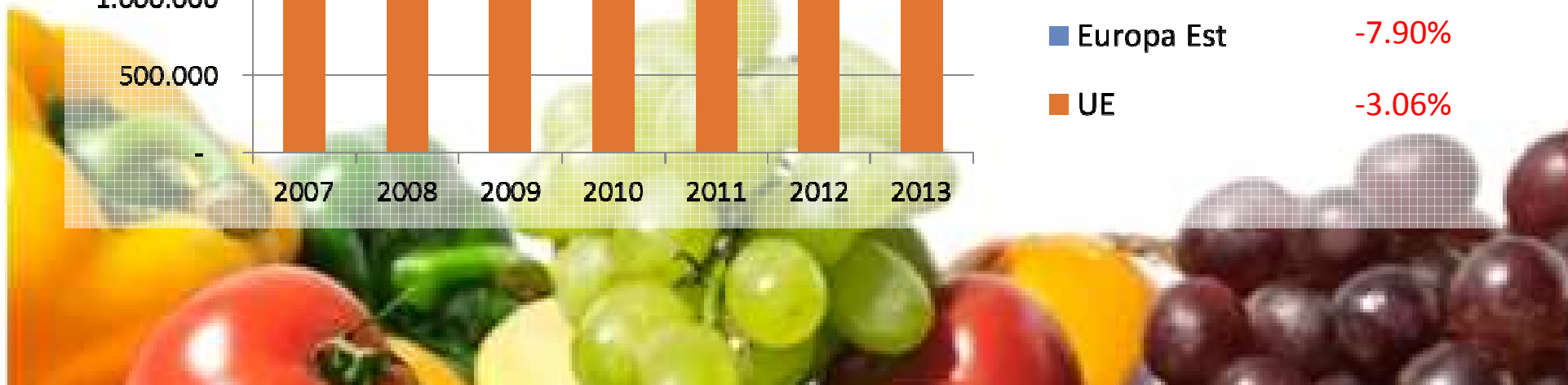
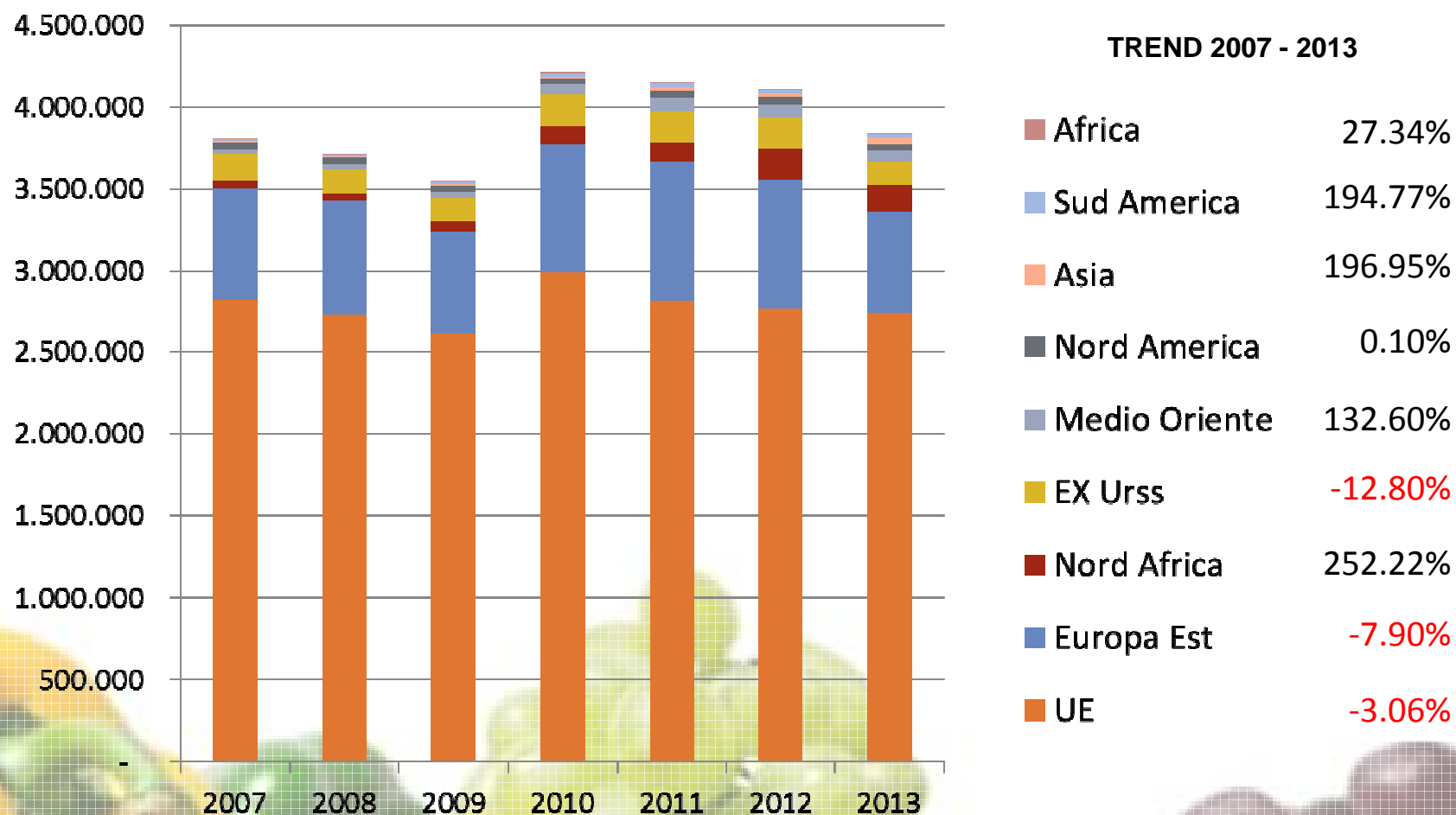
Ns. elaborazione su dati Istat, Fruitimprese e Ismea



# Evoluzione dell'Export Ortofrutticolo per Paese negli ultimi 10 anni in tonns



# Qual è l'evoluzione delle quote delle destinazioni in export



Quando il settore della plastica era ben strutturato e aveva le idee chiare su come aggredire il mercato... in Italia

**2003**  
**Contributo**  
**OCM – PAC UE**  
**0,256 €/mov.**



Alma Mater Studiorum – Università di Bologna  
Dipartimento di Economia e Ingegneria agrarie



**GLI IMBALLAGGI PER L'ORTOFRUTTA E L'AMBIENTE:  
INNOVAZIONE SICUREZZA E QUALITA'**

*Alessandra Castellini - Carlo Pirazzoli - Alessandro Ragazzoni*

**Comparazione economico-ambientale  
tra sistemi di imballaggio per l'orto-  
frutta a ciclo chiuso ed a ciclo aperto**

SANA 2003 – Bologna 11 settembre



Convegno Annuale Gifco - Hotel Boscolo Exedra - Roma – 16/17 Maggio 2014  
*Il Supporto al Settore in un Mercato che cambia - Dieci anni di Bestack*

Claudio  
Dall'Agata