

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia.

Facebook	
CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	11.822.373
2 Lidl	2.422.513
3 Eurospin Italia Spa	1.152.106
4 Conad	1.089.728
5 Esselunga Spa	828.875
6 Rewe - Penny Market	480.468
7 Ecomatursi - NaturaSi	405.652
8 Mld	397.773
9 Gruppo Finiper - Unes	303.880
10 Despar Italia - Aspiag Service (Nordest)	301.456
11 Coop Italia	222.637
12 Végé - F.Ili Arena	219.386
13 Despar Italia - Maiora	216.123
14 Crai	211.527
15 Gruppo Pam - Pam Panorama	201.497
16 Tuodi	184.425
17 Selex - Megamark - Supermercati Dok	167.697
18 Végé - Supermercati Tosano Cerea	158.470
19 Aldi	151.566
20 Végé - Bennet	149.447
21 Selex - Ali	120.784
22 Gruppo Pam - In's Mercato	120.750
23 Familia Sud Italia	119.534
24 Selex - Sun - Ce.Di. Gros - Sup. Pim	113.534
25 Selex - Il Gigante	113.018

Instagram	
CATENA	FOLLOWER
1 Lidl	836.000
2 Eurospin Italia Spa	286.000
3 Esselunga Spa	194.000
4 Selex - Sun - Ce.Di. Gros - Sup. Pim	151.000
5 Mld	113.000
6 Ecomatursi - NaturaSi	112.000
7 Despar Italia - Aspiag Service (Nordest)	74.300
8 Conad	66.200
9 Carrefour Italia	56.000
10 Coop Italia	54.900
11 Rewe - Penny Market	41.000
12 Aldi	31.600
13 Selex - Sun - Ce.Di. Gros - Sup. Dem	30.300
14 Gruppo Pam - Pam Panorama	24.500
15 Végé	24.200
16 Gruppo Pam - In's Mercato	24.200
17 Agorà Network - Tigros	22.600
18 Om Drogerie Markt	22.500
19 Despar Italia - Centrosud	19.500
20 Selex - Ali	17.700
21 Gruppo Finiper - Iper La Grande I	16.200
22 Selex - Megamark - Sole 365	13.800
23 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	13.700
24 Végé - Bennet	13.200
25 Crai	12.400

Twitter	
CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	90.725
2 Lidl	31.546
3 Conad	27.750
4 Coop Italia	27.730
5 Végé	24.073
6 Tuodi	13.964
7 Gruppo Finiper - Unes	11.284
8 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.473
9 Eurospin Italia Spa	5.561
10 Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.422
11 Coop Italia - Nova Coop	3.675
12 Selex	2.769
13 Selex - Ali	2.383
14 Despar Italia - Aspiag Service (Nordest)	2.279
15 Consorzio Coralis	2.237
16 Coop Italia - Coop Lombardia	1.855
17 Végé - Bennet	1.753
18 Coop Italia - Coop Liguria	620
19 Selex - Megamark - Sole 365	506
20 Agorà Network - Sogegross	462
21 Panapesca	406
22 Végé - Metro Italia	405
23 Coop Italia - Coop Reno	377
24 Crai	281
25 Végé - F.Ili Arena	230

Rilevazione del 30/06/2022
Fonte: Tespi Mediagroup

Bitto e Valtellina Casera Dop protagonisti all'evento 'Tempo al tempo' organizzato dal Consorzio di tutela

Al via la stagione degli alpeggi e, dunque, della produzione di Bitto Dop. Saranno coinvolti quest'anno 52 alpeggi, 3mila bovine, oltre 300 capre e 10 stagionatori. Insieme al Valtellina Dop, il tipico formaggio delle Alpi lombarde genera un valore alla produzione di 14,5 milioni di euro e al consumo di 25,4 milioni. I dati sono stati presentati in occasione dell'open day 'Tempo al tempo', organizzato il 21 giugno dal Consorzio tutela Casera e Bitto (Ctcb), presso Cascina Cuccagna a Milano. La data scelta per l'evento non è dunque casuale, visto che proprio in quei giorni gli animali venivano portati in quota. Presente all'evento Marco Deghi, neo eletto direttore del Ctcb, che ha raccontato come è cambiato il lavoro negli allevamenti e in alpeggio. E che si è soffermato sull'impatto Italia sugli alpeggi del caldo straordinario che si sta abbattendo sul Nord, oltre che sull'aumento dei costi di produzione. Ha inoltre sottolineato l'importanza strategica delle due Dop per il territorio valtellinese e il suo turismo. Nel corso della giornata per la stampa, in aggiunta alle degustazioni dei due prodotti, è stata presentata la ricerca 'Il tempo ritrovato' di AstraRicerche, da cui emerge che per un italiano su tre vacanza e tempo ritrovato in montagna vogliono dire visitare botteghe e negozi tipici e scoprire percorsi inediti legati ai formaggi Dop.

Conad, fatturato 2021 a 17 miliardi di euro (+6,5%)

Nel corso dell'assemblea dei soci Conad che si è tenuta il 23 giugno, è stato approvato il bilancio della cooperativa. Il fatturato della rete è arrivato a 17 miliardi di euro, in aumento del 6,5% rispetto all'anno precedente, superando di nove volte la media del mercato (+0,7%). Il patrimonio netto aggregato ha raggiunto quota 3,1 miliardi di euro (+7,5% rispetto al 2020). La quota di mercato si è consolidata negli ultimi 12 mesi, arrivando al 15,07% e confermando Conad come prima insegna della Gdo italiana. Una grande crescita ha contraddistinto anche la marca del distributore Conad, che ha raggiunto a fine 2021 una quota del 31% sul totale delle vendite nel canale super, con un fatturato pari a 4,8 miliardi di euro (+5,8% a valore rispetto al 2020). Anche la rete di vendita e il posizionamento di Conad sul territorio italiano si consolida nel 2021, con un numero di punti vendita pari a 3.332, a cui si vanno ad aggiungere 334 concept store (parafarmacie, ottici, pet store, distributori di carburante). Con 72.636 collaboratori, Conad è il primo datore di lavoro italiano del commercio, e il terzo employer del settore privato in Italia. Prosegue inoltre il piano di investimenti triennale (2021-2023) di Conad da 1,8 miliardi di euro destinato alla modernizzazione della rete di vendita. "Il 2021 è stato un anno in cui speravamo di superare la pandemia a mani basse. Ma così non è stato. Ci siamo portati dietro molti strascichi, tanta incertezza e paura. In questo contesto, siamo soddisfatti per i risultati che abbiamo raggiunto, che dimostrano come il nostro modello di imprenditori associati in cooperativa sia in grado di produrre risultati anno dopo anno, aumentando la nostra rilevanza sul tessuto economico e sociale del Paese", ha dichiarato Francesco Pugliese, amministratore delegato Conad.

Il Consorzio tutela Grana Padano firma accordo con Intesa Sanpaolo per sostenere la crescita della filiera

Il Consorzio tutela Grana Padano ha firmato un accordo con Intesa Sanpaolo per semplificare l'accesso al credito per le aziende della filiera. La banca mette a disposizione del Consorzio e delle imprese associate una struttura dedicata di supporto e consulenza, costituita dai professionisti della Direzione Agribusiness sul territorio in grado di accompagnarle verso l'innovazione, la transizione tecnologica e ambientale. L'accordo rientra tra le iniziative che la banca ha messo in atto in coerenza e a supporto degli investimenti legati al Pnrr. Particolare attenzione è stata riservata ai finanziamenti a medio-lungo termine, garantiti da 'pegno rotativo su forme di Grana Padano Dop', finalizzati principalmente alla stagionatura delle forme di formaggio. E' disponibile però anche una formula a breve termine per coprire, ad esempio, le spese di gestione. Nell'ambito dell'accordo, vengono messi a disposizione servizi integrati come l'organizzazione di seminari, workshop e tavoli di lavoro, anche con la partecipazione di società del Gruppo Intesa Sanpaolo, su temi tra i quali il welfare, la digitalizzazione, i sistemi di pagamento e di incasso, le coperture assicurative, finanza agevolativa, leasing, noleggio a lungo termine.

Assolatte, nel 2021 produzione a +1,3%. L'invito di Zanetti a mobilitarsi contro le alternative artificiali

Nel 2021, le consegne di latte sono cresciute del +3,3%, attestandosi a 13,1 milioni di tonnellate. Mentre la disponibilità di burro è salita del 2,1%, quella di yogurt e altri lattati fermentati del 6,4%, il latte alimentare del 7,2% e i formaggi del 5,3%. Al tempo stesso, però, sono aumentati i costi di produzione: +400% il gas naturale, +170% i noli dei container, +48% il cartone, +73% la plastica, +46% i pallet. A segnalarlo è Assolatte in occasione della 77esima assemblea dell'associazione, come riportato da Efa News. Se in Italia i consumi diminuiscono (-2,3% il latte alimentare e -1,5% i formaggi), è l'estero a guidare la crescita del comparto. Nel loro insieme, i prodotti lattiero caseari venduti fuori dall'Italia hanno generato 4,1 miliardi di euro di fatturato, di cui 3,5 miliardi legati ai soli formaggi. Questi ultimi hanno superato per la prima volta le 500mila tonnellate, attestandosi a 521mila. Tra le principali destinazioni Francia, Spagna, Paesi Bassi, Belgio, Polonia e Svezia, tutte quante cresciute a doppia



cifra. Per il 2022, è previsto un generale peggioramento. Le consegne di latte sono state stabili per tutto il primo trimestre: -0,2% rispetto all'analogo periodo 2021. C'è stato, invece, un rallentamento per quanto riguarda i derivati del latte, in particolare formaggi (-1,1%) e creme (-4,6%). In generale, infatti, è la domanda interna a essere calata per effetto dell'inflazione. Al contrario, l'export tiene e continua a crescere a ritmi sostenuti. "Siamo fieri dei risultati raggiunti, perché nonostante l'ondata negativa che ci ha travolto lo scorso anno la nostra produzione è cresciuta dell'1,3%", ha commentato Paolo Zanetti, presidente dell'associazione. Focus anche sull'industria dei prodotti alternativi al latte vaccino contro cui si schiera Assolatte: "Lanciamo l'allarme per una mobilitazione globale: agricoltura, industria, politica e istituzioni, dobbiamo essere tutti uniti per dire un no secco e definitivo a queste produzioni artificiali", ha concluso il presidente.

Latterie Inalpi ottiene il Pmi Award 2022, assegnato alle aziende più innovative

Latterie Inalpi ha ottenuto il Pmi Award 2022. Si tratta di un riconoscimento, istituito dal gruppo Italia Informa, assegnato assegnato alle imprese che si sono distinte per innovazione, crescita e internazionalizzazione e riconosciute come eccellenze italiane. Inalpi vede così riconosciuto il suo impegno come azienda che, abbracciando gli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda Onu 2030 e partendo dal sistema filiera, ha intrapreso un cammino di innovazione e crescita, senza dimenticare l'etica nei confronti dell'ambiente e delle persone. Il premio è stato ritirato, nel corso della cerimonia che si è svolta lo scorso mercoledì 6 luglio a Roma, da Matteo Torchio, responsabile marketing e pubbliche relazioni, che ha sottolineato: "Inalpi ha rivisto e cambiato le dinamiche di acquisizione nel mondo del latte, oramai 12 anni fa, per avviare un'innovativa produzione di latte in polvere da filiera". "All'epoca", ha proseguito Torchio, "Inalpi fatturava poco meno di 20 milioni e fece un investimento di 35 milioni di euro per creare il primo impianto italiano di produzione di polvere di latte. Ora stiamo procedendo con il raddoppio con un secondo impianto che entrerà in funzione a fine 2022, inizio 2023"



Ritira il premio Matteo Torchio

Coop Italia: nel 2021 giro d'affari complessivo a 14,3 miliardi di euro

Durante l'assemblea di bilancio di Coop Italia sono stati resi noti i numeri relativi al 2021. Sono state anche confermate le posizioni di Marco Pedroni come presidente, Antonio Bomarsi vicepresidente, e Maura Latini in qualità di Ad. Il giro d'affari complessivo delle 78 cooperative è stato di 14,3 miliardi di euro – in leggero calo rispetto al 2020 (14,4 miliardi) – e i ricavi retail ammontano a 13,2 miliardi, anch'essi in lieve flessione rispetto ai 13,3 dell'anno precedente. Sale, invece, leggermente la quota di mercato al 12,5% (contro i 12,4% nel 2020). Bilancio positivo in particolare per il prodotto a marchio Coop. Che aumenta il suo fatturato, superando quota 3 miliardi di euro di ricavi, con un'incidenza del 30% sul totale vendite rispetto al 27,5% del 2020. L'obiettivo del sistema di cooperative è raggiungere nei prossimi mesi un'incidenza Mdd del 50%, come comunicato lo scorso maggio. In programma ci sono 5mila nuove referenze a marchio privato, tra cui proposte inedite, riformulazioni e cambi di packaging. "Già l'anno scorso Coop ha deciso di investire sul proprio prodotto a marchio, volendo estendere l'offerta e garantendo accessibilità di prezzo e al tempo stesso qualità e trasparenza a soci e consumatori, elementi tanto più necessari in una congiuntura così avversa con un'inflazione che rischia di toccare il 10% nel 2022", commenta Pedroni.

L'accordo di libero scambio tra Ue e Nuova Zelanda

La notizia

E' stato siglato, lo scorso 30 giugno, un accordo di libero scambio tra Unione europea e Nuova Zelanda. L'intesa punta a far crescere del 30% gli scambi internazionali bilaterali. E' prevista infatti la soppressione dei dazi doganali sulle esportazioni dall'Ue, l'apertura del mercato dei servizi, un migliore accesso delle imprese europee agli appalti pubblici. Le esportazioni annuali dell'Ue potrebbero dunque crescere di 4,5 miliardi di euro, ai quali andrebbero sommati gli attuali 5,5 miliardi di vendite Ue di beni verso il Paese partner e 2,6 miliardi di servizi Ue offerti in Nuova Zelanda nel 2020. L'accordo prevede la tutela dell'elenco completo dei vini e degli alcolici dell'Ue (quasi 2mila denominazioni), nonché di 163 prodotti a indicazione geografica protetta. La Nuova Zelanda, invece, si vedrà tagliati i dazi doganali su oltre il 90% dei prodotti destinati all'Unione, tra cui quelli ortofrutticoli.

I timori di Paolo Zanetti (Assolatte)

L'accordo di libero scambio, siglato tra i vertici Ue e neozelandesi, preoccupa Paolo Zanetti, presidente di Assolatte. Il Paese in Oceania è infatti tra i maggiori attori del mercato lattiero caseario a livello mondiale. In particolare, secondo quanto riporta il Sole 24 Ore, sarà possibile importare in Ue a dazio agevolato fino a 15mila tonnellate di burro neozelandese e 25mila tonnellate di formaggi. "Non è uno degli accordi più attesi dalle nostre imprese", commenta Zanetti sulle pagine del quotidiano. "La Nuova Zelanda è un mercato molto piccolo ma che può contare su una fortissima produzione di latte e derivati rispetto al proprio fabbisogno. Ha prodotti competitivi che ne fanno un player importante soprattutto sui mercati asiatici. [...] Importante è il capitolo della tutela delle Dop sul quale non ci si può fermare all'enunciazione dei principi. Occorrerà invece vigilare evitando l'uso ingannevole di simboli e immagini che riportino a un'origine dei prodotti diversa da quella reale. Bisogna evitare che la Nuova Zelanda si trasformi in un esportatore verso i mercati emergenti di finti formaggi made in Italy".

www.botallaformaggi.com

ITALO, il bello del formaggio

L'Italia è un Paese ricco di bellezza, di creatività, di sapori eccezionali e di prodotti unici. Come Italo, il formaggio di Botalla che, grazie al sapore delicato e alla sua spiccata personalità, diventa simbolo del gusto che unisce, senza compromessi. Per la tavola di tutti gli italiani.



FORMAGGI DI FAMIGLIA

