



Breaking News

Fatti e protagonisti dal 24 al 30 giugno 2017

Il meglio del Food&Drink gallesse in scena a Milano



Milano – Martedì 27 giugno. Le eccellenze gallesse del food&beverage sono state presentate in anteprima, presso lo Sheraton Diana Majestic di Milano. Un settore dinamico che ha fatto registrare numeri da record, come si evince dai dati diffusi dal Food&Drink Wales, l'ente per la promozione dell'industria gallesse f&b: dal 2005 al 2015 l'export è cresciuto del 72% in volume e del 95% in valore. Il principale mercato resta l'Unione europea, che assorbe l'87,9% delle esportazioni. Il primo Paese di destinazione è la Francia, con il 20%, mentre l'Italia vale il 5%. "Ma è proprio nei confronti dell'Italia che si stanno concentrando gli investimenti maggiori", dichiara Jeff Martin, rappresentante in Italia di Food&Drink Wales. "Questo mercato è molto interessante per i prodotti provenienti dal Galles perché si tratta di una gamma di alto livello che solo i consumatori italiani, per la loro cultura alimentare, possono apprezzare". Durante l'evento è stato possibile degustare specialità gallesse come cereali, birre, prodotti lattiero caseari, sciroppi d'acero, infusi tipici, confetture, tè e caffè.

Unigrà presenta il brand OraSi e punta al mercato vegetale di Gdo e Horeca

Milano – Martedì 27 giugno. Unigrà, realtà industriale tra i principali player europei della trasformazione di oli e grassi vegetali, punta ai canali retail e Horeca. Sono questi gli obiettivi comunicati oggi in una conferenza stampa del gruppo, segmentato sui marchi Master Martini, Gif e Martini Linea Gelato, che ha raggiunto un fatturato di 550 milioni di euro e un utile consolidato di 27 milioni di euro. Il 64% del business viene sviluppato in Italia, ma cresce il peso dell'export: il gruppo è infatti presente in 90 Paesi, sia europei che extra-europei. Ha dichiarato Gian Maria Martini, ad del gruppo Unigrà, l'obiettivo dei prossimi anni è duplice: "Da un lato, sviluppare i mercati esteri attraverso strutture commerciali dedicate nei diversi Paesi [...]. Dall'altro, puntare sullo sviluppo di nuovi segmenti di mercato – bevande e prodotti vegetali, gelato artigianale – e di nuovi canali di vendita, come retail e Horeca". Per diversificare l'offerta, Unigrà lancia il nuovo brand OraSi, la linea di prodotti vegetali di alta qualità 100% italiani a base di soia e riso: bevande, margarina e panna da cucina. OraSi entra con la forza di un progetto nato in Italia in un mercato molto promettente (+9,9% nell'ultimo anno), con le vendite di settore che hanno toccato quota 218 milioni di euro.

Estonia: approvata la sugar tax. Anche per yogurt da bere e bevande vegetali

Tallin (Estonia) – Mercoledì 28 giugno. Introdotta in Estonia la sugar tax. Nei giorni scorsi, infatti, il governo ha approvato la tassa sulle bevande dolci con un contenuto di zucchero pari ad almeno 5 grammi per 100 millilitri, o con l'aggiunta di dolcificanti. L'imposta, che interessa anche lo yogurt da bere, il kefir e le bevande vegetali, sarà commisurata all'effettiva quantità di zucchero naturalmente presente o aggiunto ed entrerà in vigore nel gennaio 2018. Previsto un periodo di transizione di due anni, per dare tempo alle aziende di modificare, se ne hanno intenzione, la ricetta dei prodotti, riducendo gli zuccheri. L'approvazione della sugar tax è stata preceduta da un acceso dibattito, tanto che al parlamento estone la norma è passata con 52 voti a favore e ben 37 contrari.

Crai: nei primi sei mesi dell'anno aperti 97 punti vendita tra food e drug



Milano – Mercoledì 28 giugno. Nei primi sei mesi dell'anno Crai ha aperto 78 nuovi punti vendita nel settore food e 19 nel settore drug. L'andamento a rete corrente del food è +2,77%, mentre nel drug si registra un +12,05% (Fonte: Qlik). I dati sono stati comunicati durante la conferenza stampa presso il Westin Palace di piazza della Repubblica. Nel 2016 il fatturato è risultato in crescita del 9% su base annua e si è attestato a 5,8 miliardi di euro. In due anni sono stati aperti 332 nuovi punti vendita nel settore food e 293 nel settore drug. Crai consolida la propria presenza nei due canali in cui opera, con una quota che ha raggiunto il 2,49% nel food e il 26,03% nel drug. Da sottolineare la quota nel canale di prossimità (11,83%), in cui Crai è l'insegna che cresce più velocemente. Per quanto riguarda il canale super (400-800 metri quadrati), la quota del retailer è 5,46%. Numerosi i progetti in corso: l'acquisizione del marchio Pellicano; l'accordo con la società francese Geimex per la costituzione della società Leader Price Italia, che consente al gruppo italiano di fare il suo ingresso nel mondo del discount; la nuova partnership con il Consorzio Coralis. E poi il potenziamento degli investimenti strategici grazie all'accordo con Dunnhumby, società di servizi di analisi dei consumatori, per la gestione delle attività di Crm; i servizi finanziari offerti dalla centrale a supporto dei punti vendita attraverso Crai Fidi, su tutti l'azzeramento del costo degli interessi per i finanziamenti; il lancio e consolidamento della nuova Linea Crai Bio.

Unigrà presenta il brand OraSi e punta al mercato vegetale di Gdo e Horeca

Milano – Martedì 27 giugno. Unigrà, realtà industriale tra i principali player europei della trasformazione di oli e grassi vegetali, punta ai canali retail e Horeca. Sono questi gli obiettivi comunicati oggi in una conferenza stampa del gruppo, segmentato sui marchi Master Martini, Glf e Martini Linea Gelato, che ha raggiunto un fatturato di 550 milioni di euro e un utile consolidato di 27 milioni di euro. Il 64% del business viene sviluppato in Italia, ma cresce il peso dell'export: il gruppo è infatti presente in 90 Paesi, sia europei che extra-europei. Ha dichiarato Gian Maria Martini, ad del gruppo Unigrà, l'obiettivo dei prossimi anni è duplice: "Da un lato, sviluppare i mercati esteri attraverso strutture commerciali dedicate nei diversi Paesi [...]. Dall'altro, puntare sullo sviluppo di nuovi segmenti di mercato – bevande e prodotti vegetali, gelato artigianale – e di nuovi canali di vendita, come retail e Horeca". Per diversificare l'offerta, Unigrà lancia il nuovo brand OraSi, la linea di prodotti vegetali di alta qualità 100% italiani a base di soia e riso: bevande, margarina e panna da cucina. OraSi entra con la forza di un progetto nato in Italia in un mercato molto promettente (+9,9% nell'ultimo anno), con le vendite di settore che hanno toccato quota 218 milioni di euro.