

truck**Emotion**[®]



van**Emotion**[®]



Paolo Volta

PAGIRO srl



14/15/16



OTTOBRE 2016

AUTODROMO NAZIONALE MONZA



truck**Emotion**[®]



van**Emotion**[®]



**Il primo miglio della logistica
alimentare
Paolo Volta**

Pagiro srl



14/15/16



OTTOBRE 2016

AUTODROMO NAZIONALE MONZA



La logistica alimentare

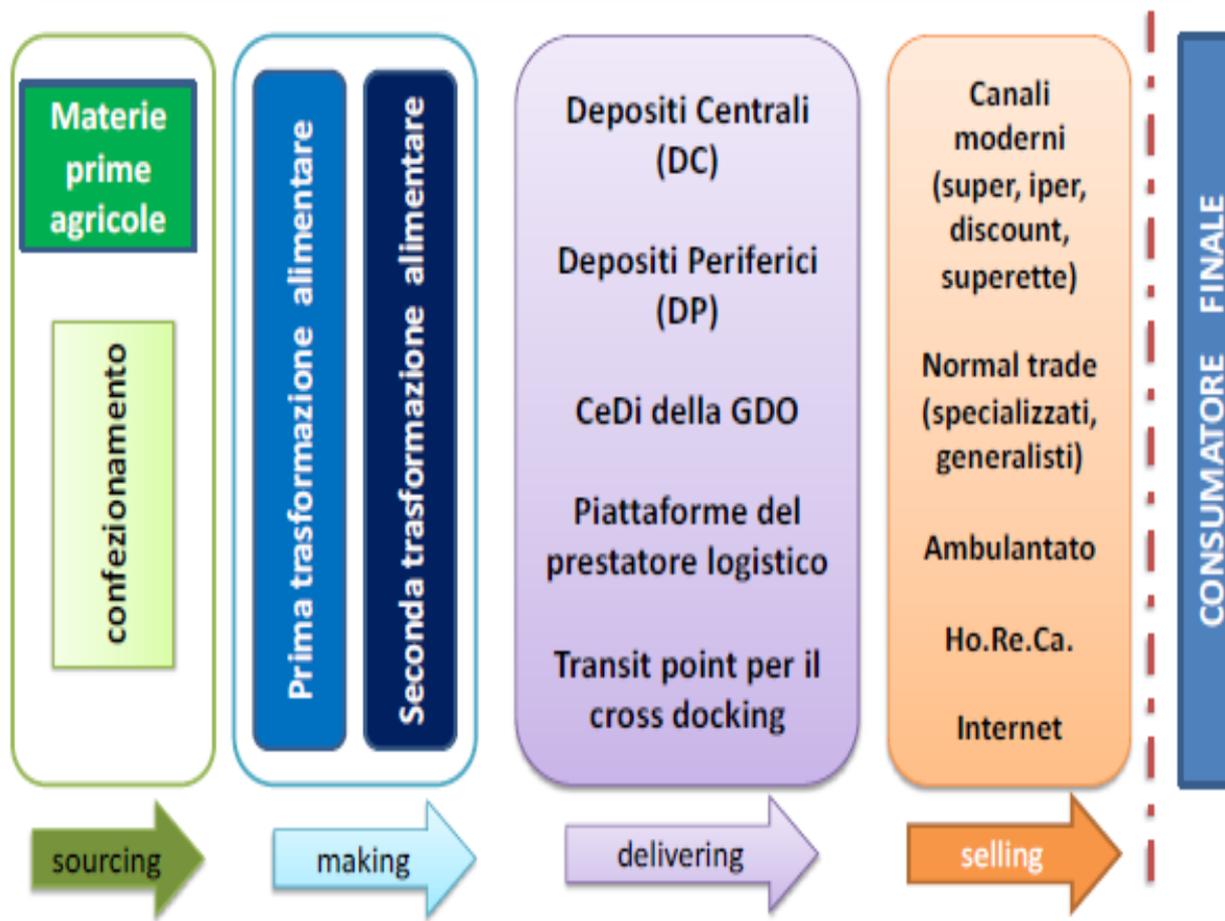
La logistica agroalimentare è segnata da forti specificità che si manifestano in tutti gli anelli della supply chain. Esse sono riconducibili:

- alla natura dei prodotti (freschi, secchi e surgelati);
- alla complessità delle catene produttive e di trasformazione alimentare a monte
- alla crescente globalizzazione e internazionalizzazione dei mercati, sia di approvvigionamento che di sbocco (con distanze crescenti fra bacini produttivi e aree di consumo);

La logistica alimentare

- alla grandissima articolazione dei canali di vendita, che per i prodotti agroalimentari si estendono dall'ambulantato all'e-commerce, passando per la grande distribuzione e l'Ho.re.ca. (il fenomeno più importanti degli ultimi anni).
- Per l'ortofrutta ed i prodotti freschi deperibili i "tempi commerciali" devono tener conto dei "tempi biologici" dell'agricoltura, ma non possono prescindere dai "tempi logistici"; "tempi di consegna" delle merci e "mantenimento delle condizioni di qualità delle merci alla

La supply chain agroalimentare



Le fasi a monte sono rappresentate dal settore agricolo e dal confezionamento.

Il making rappresenta la trasformazione del prodotto. Nel caso delle industrie lattiero-casearie, prodotti di prima trasformazione sono il latte fluido pastorizzato e sterile, la crema, il burro, le conserve di latte e i formaggi; mentre prodotti di seconda trasformazione sono i gelati, i latti umanizzati e dietetici. Nel settore

La distribuzione è molto complessa poiché implica la presenza della piattaforma logistica sia del fornitore, sia del distributore finale, che dell'operatore logistico.

L'area commerciale rappresenta i vari canali di vendita, che presentano dinamiche e prerogative molto differenti tra loro.

Quanto si spende?

- Nel 2015, in media le famiglie hanno speso 441,50 euro mensili per prodotti alimentari e bevande analcoliche

(erano 436,06 euro nel 2014)

Tuttavia singole categorie di spesa registrano variazioni marcate.

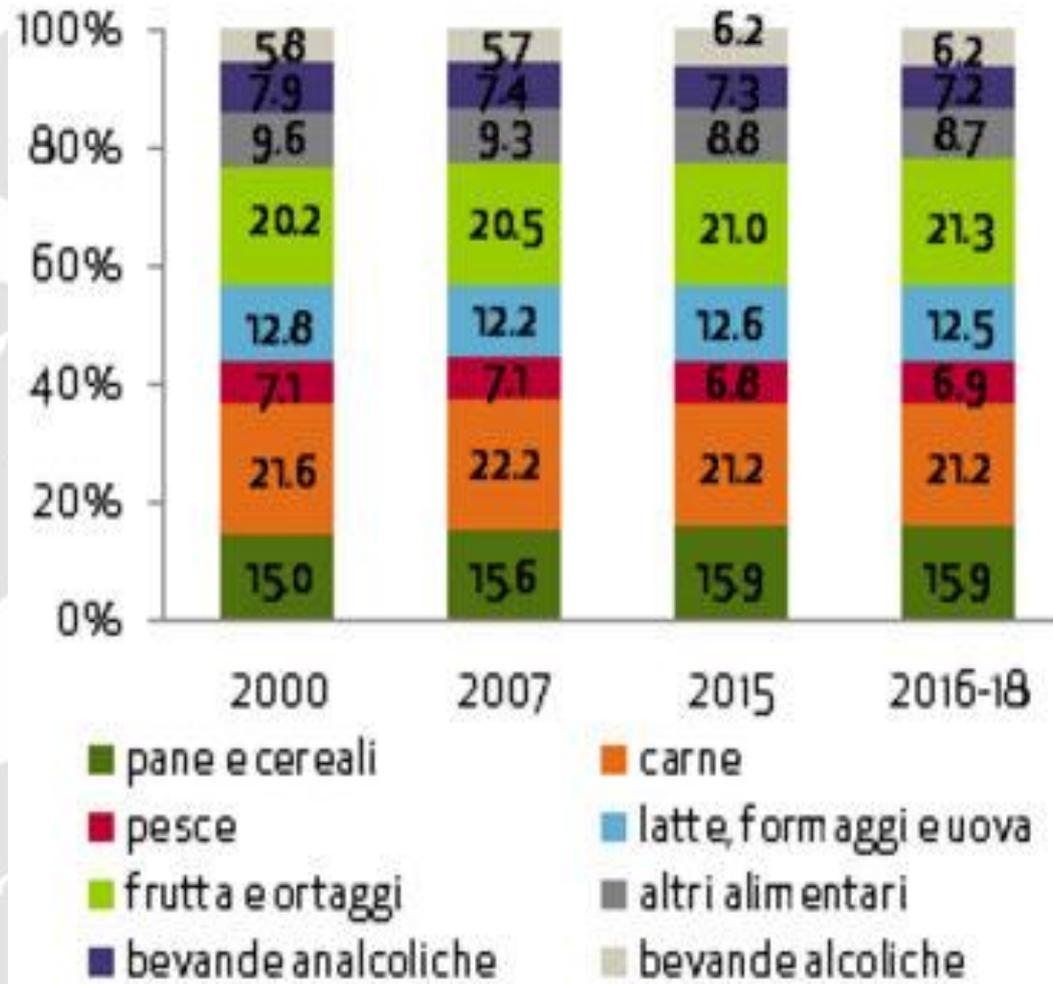


Cosa si compra:



- La spesa per frutta aumenta del 4,2%
- quella per acque minerali, bevande analcoliche , succhi di frutta e verdura del 4,2%
- la spesa per oli e grassi del 3,8% e quella per pesci e prodotti ittici del 2,7%.
- La spesa per carni è pari a 98,25 euro mensili (Istat)

Consumi alimentari - quote di spesa a prezzi correnti



Elaborazioni su dati Istat

Nel primo trimestre del 2010 l'Italia ha importato circa 880 mila tonnellate di ortofruttili per un valore di € 890 milioni.

Tra i singoli comparti diminuiscono in volume **la quota** di frutta fresca (-1,1%) e di agrumi (-12,1%) mentre aumentano gli ortaggi, la frutta secca (34,1%) e la frutta tropicale (7,6%).

Anche **in valore** segno negativo per la frutta fresca (-1,1%) e agrumi (-12,1%) mentre crescono ortaggi (11,1%) frutta secca (17%) e frutta tropicale (9,3%).



COMMERCIO ESTERO ORTOFRUTTICOLO - RAFFRONTO PRIMO TRIMESTRE DEGLI ANNI 2015-2016

QUANTITA' (TONS)				VALORI (MIGLIAIA DI EURO)		
ESPORTAZIONI	MAR 2015	MAR 2016	var%	MAR 2015	MAR 2016	var%
Legumi e ortaggi	347.395	392.371	12,9	470.456	474.411	0,8
Agrumi	120.417	137.431	14,1	85.923	105.788	23,1
Frutta fresca	555.739	552.093	-0,7	503.041	508.948	1,2
Frutta secca	12.005	12.963	8,0	97.627	110.727	13,4
Frutta tropicale	18.476	20.639	11,7	16.307	19.371	18,8
TOTALE EXPORT	1.054.032	1.115.497	5,8	1.173.354	1.219.245	3,9
IMPORTAZIONI	MAR 2015	MAR 2016	var%	MAR 2015	MAR 2016	var%
Legumi e ortaggi	412.868	443.957	7,5	224.684	249.517	11,1
Agrumi	113.153	82.976	-26,7	73.324	64.471	-12,1
Frutta fresca	78.001	77.144	-1,1	114.952	113.710	-1,1
Frutta secca	36.513	48.958	34,1	260.144	304.493	17,0
Frutta tropicale	211.347	227.349	7,6	144.441	157.808	9,3
TOTALE IMPORT	851.882	880.384	3,3	817.545	889.999	8,9
SALDO	202.150	235.113	16,3	355.809	329.246	-7,5

ELABORAZIONE FRUITIMPRESE SU DATI ISTAT



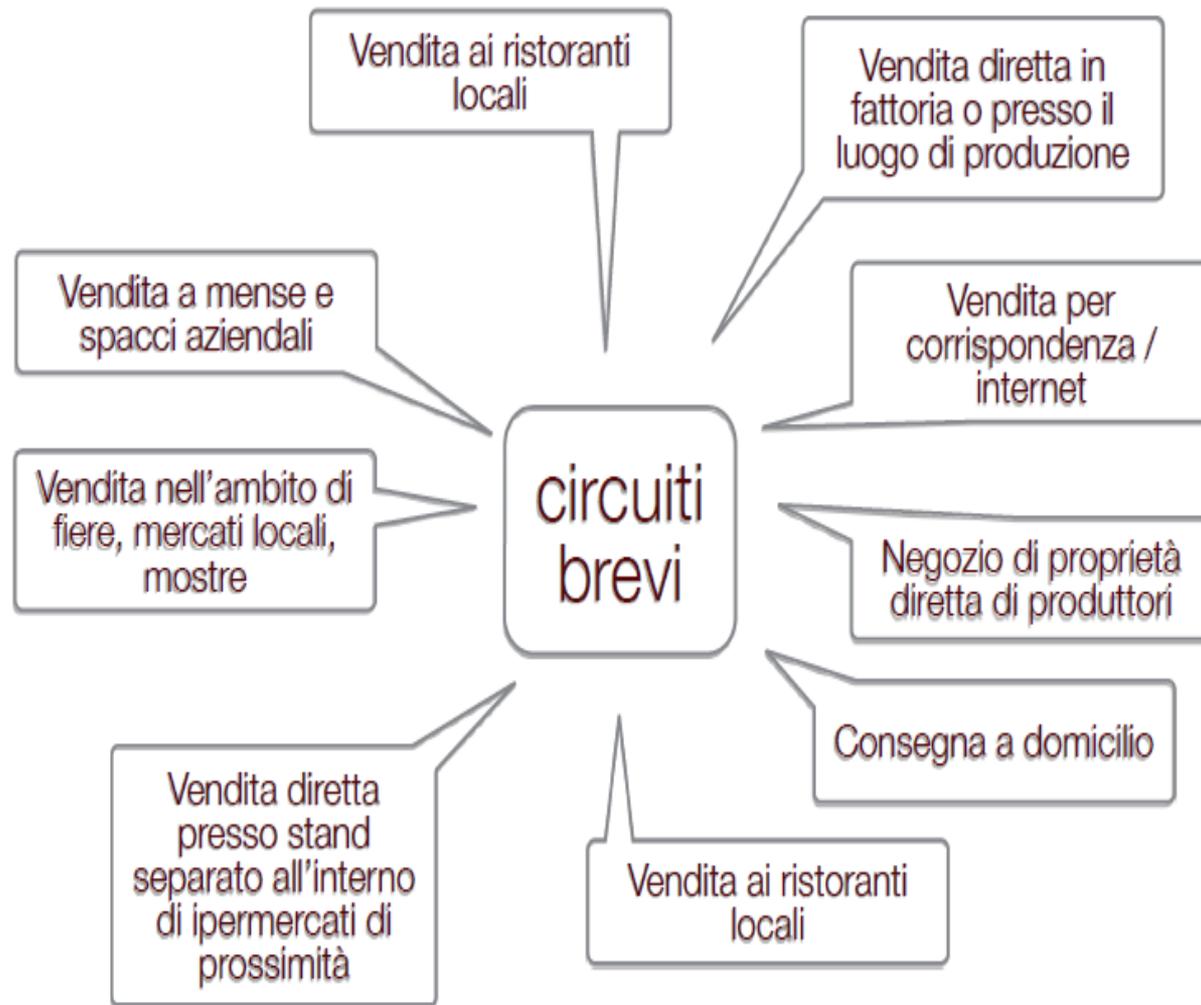
- un chilo di ciliegie dal Cile per giungere sulle tavole italiane deve percorrere quasi 12mila chilometri con un consumo di 6,9 chili di petrolio e l'emissione di 21,6 chili di anidride carbonica,
- mentre un chilo di mirtilli dall'Argentina deve volare per più di 11mila chilometri con un consumo di 6,4 kg di petrolio che liberano 20,1 chili di anidride carbonica
- l'anguria brasiliana, che viaggia per oltre 9mila km. brucia 5.3 chili di

Dove si acquista?

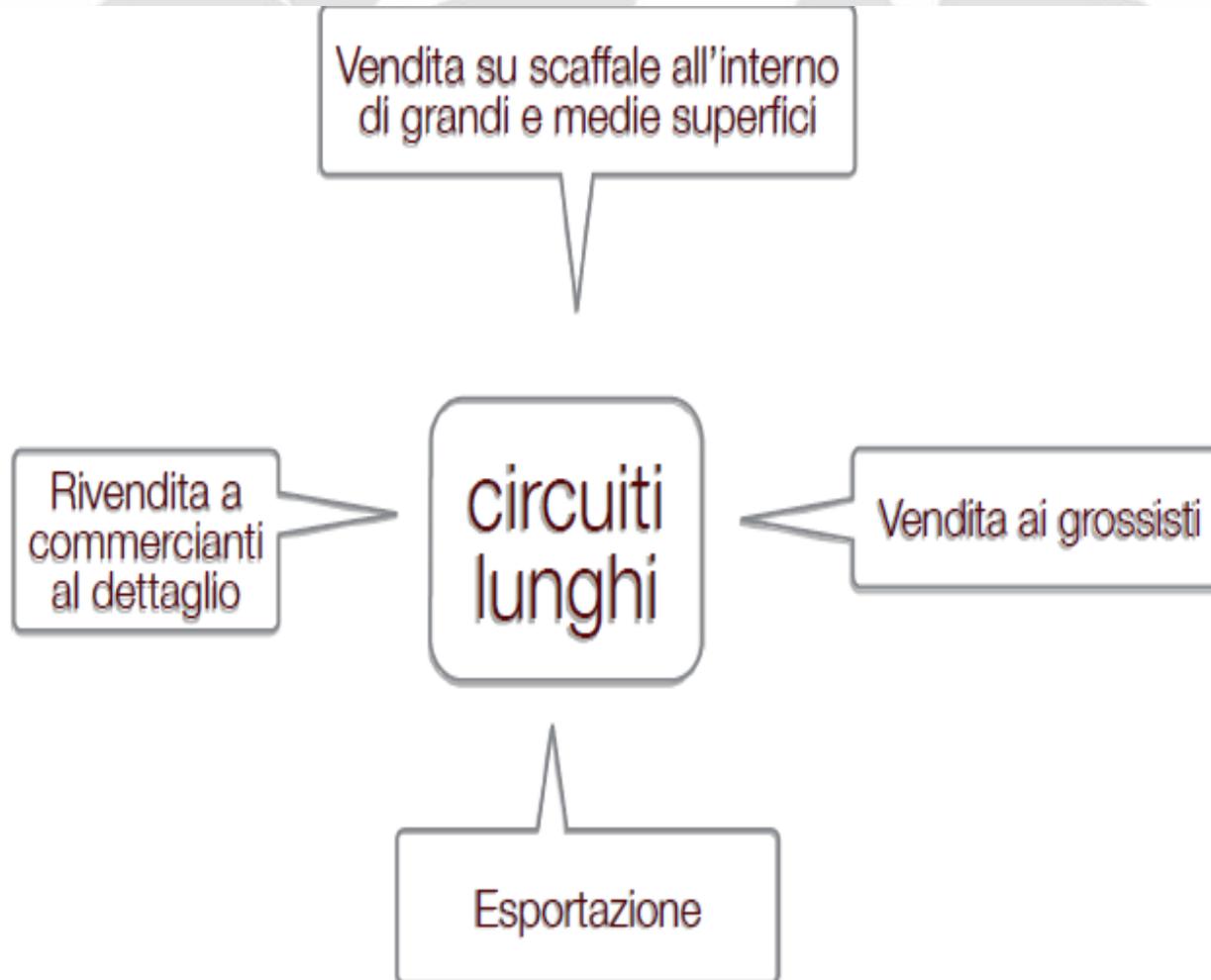
GDO



CIRCUITO BREVE



CIRCUITO LUNGO



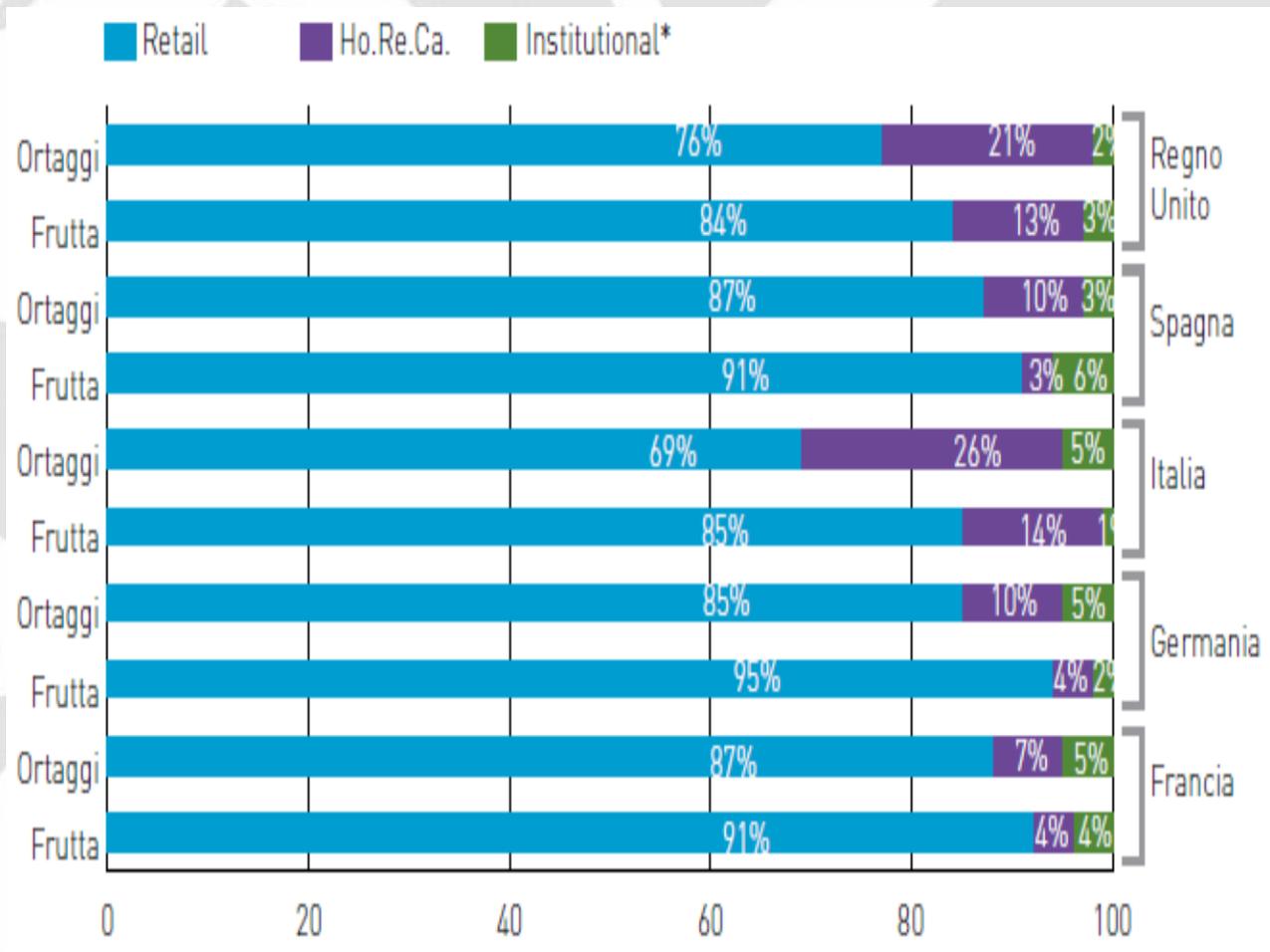
Un aspetto interessante legato
ai consumi di frutta e ortaggi
è quello legato al canale
di distribuzione attraverso il quale
le imprese veicolano i prodotti
ai consumatori.



La maggior parte dei volumi
commercializzati di frutta e ortaggi
viene acquistata nel canale retail,
inteso in tutti i formati (grande
distribuzione, dettaglio specializzato,
mercati, ecc.) per poi essere consumato
in casa, mentre solo una porzione
minoritaria del totale viene consumata
fuori casa.



- Gli ortaggi sono presenti dignitosamente in tutti i canali della distribuzione
- La frutta, per motivazioni relative questioni alla deperibilità e alla minore versatilità, viene acquistata prevalentemente nel canale retail (85% delle vendite) e in parte nell'Ho.Re.Ca. (14%); dal canale Institutional passa solo l'1% delle quantità commercializzate, valore più basso tra i Paesi



*Mense, scuole, ospedali, ecc.
 Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

I mercati degli agricoltori vengono scelti per trovare prodotti locali del territorio, cosiddetti a chilometri zero

Più di 4 italiani su 10 (43%) nel 2016 hanno fatto la spesa dal contadino nei cosiddetti mercati degli agricoltori con un aumento record del 55% negli ultimi 5 anni.



I trasporti in entrata (dettaglio e mercato rionale)

- Effettuato con mezzi di proprietà del dettagliante



I trasporti in entrata (aziende)



Le principali difficoltà che le aziende incontrano per i trasporti in entrata fanno riferimento a diverse aree:

- problemi relativi alla tempistica:
- difficoltà di far conciliare i tempi di raccolta con i tempi di ritiro; punto di maturazione arriva in contemporanea per tutti i produttori, determinando un picco di trasporti;
- la difficoltà di rispettare le tempistiche anche a causa di eventuali ritardi nella programmazione dei ritiri;

I trasporti in entrata (aziende)



- fattori relativi alla qualità ed alla gestione della catena del freddo:
 - la gestione delle temperature di trasporto, il mantenimento degli standard qualitativi durante l'intero trasporto,
- presenza di aziende fornitrici piccole e non attrezzate

PACKAGING





MOCA, acronimo per Materiali e Oggetti a Contatto con Alimenti

L'utilizzo sempre più diffuso degli imballaggi e la loro evoluzione ha migliorato notevolmente la conservazione degli alimenti agevolato non di poco il trasporto e la distribuzione.

Uno degli aspetti principali è la migrazione di sostanze estranee all'alimento e potenzialmente pericolose per la salute.

I materiali si evolvono e con essi anche le normative di riferimento. Il mercato richiede materiali sempre più performanti ma anche sostenibili dal punto di vista ambientale.

I requisiti dei diversi tipi di packaging, in base al tipo di alimento da confezionare, sono associati principalmente

- alla funzione di contenimento,
- alla protezione fisica,
- alla garanzia di qualità nutrizionali e sensoriali alla comunicazione visiva delle caratteristiche di prodotto.

in una prospettiva economica e di riduzione dell'impatto ambientale dei materiali.

Dal campo al centro di smistamento



Il trasporto dal campo ai centri di smistamento avviene utilizzando imballaggi a rendere. Da un'analisi del settore emerge che gli imballaggi utilizzati per il trasporto, dal campo al centro di smistamento, sono:

- per il 75% bin in plastica a rendere,
- per il 20% bin in legno
- Per il 5% cassette di plastica o legno, per i prodotti più delicati che non devono affrontare percorsi lunghi.

Dallo smistamento alla distribuzione



- la cassetta di legno è stata l'imballaggio "principe". Lo share delle cassette di legno è circa del 20% (era del 23% nel 2007).

Le cassette di cartone ondulato e di plastica hanno progressivamente sostituito quelle di legno, e sono in concorrenza tra loro.

Dallo smistamento alla distribuzione

**Le cassette di cartone
Ondulato** presenta



attualmente uno share superiore al 50% per i prodotti esportati e di poco inferiore al 20% per i prodotti movimentati in Italia.

- Uno dei loro punti di forza è la possibilità di personalizzare, mediante la grafica, la confezione

Dallo smistamento alla distribuzione



Le prime cassette di plastica erano a perdere, e si sono affermate erodendo spazi in particolare alle cassette in legno. Il loro share è di circa il 18% (totale merci movimentate sia sul mercato interno che estero).

La movimentazione dell'ortofrutta dal centro di smistamento alla distribuzione si avvale di reti e di mini bin utilizzati dalla GDO, essenzialmente

per meloni, patate, arance, mele, limoni ecc.



SACCO A RETE GIALLO

La filiera produttiva per la vendita del latte crudo si compone principalmente dei seguenti punti critici:



- Bovini (alimentazione, stato di nutrizione, sanità)
- Produzione e raccolta del latte (impianto di mungitura)
- Personale addetto (mungitura e manipolazione del latte)
- Trasporto del latte (conformità dei mezzi di trasporto)

La verifica della temperatura del latte al momento del carico e dello scarico è fondamentale, a garanzia della sicurezza del



prodotta da un punto di

vista igienico. Latte crudo trasportato in cisterna o bidoni dalle aziende di produzione ai centri di raccolta

Da 0° a +4°C Latte crudo, trasportato in cisterna, dai centri di raccolta agli stabilimenti di trattamento termico e confezionamento per il consumo diretto, o da stabilimenti di trattamento termico ad altri stabilimenti di

trattamento termico e confezionamento per il consumo diretto.

Banana: dal
trasporto
alla



- la banana si raccoglie acerba e se ne induce la maturazione nel posto di consumo. Arriva dall'Ecuador, Costa Rica, Colombia, Costa d'Avorio, Camerun
- Il trasporto deve essere realizzato in contenitori refrigerati con ventilazione e umidità particolari. Caratteristiche che le “navi bananiere” ricreano perfettamente. Fino ad arrivare nei luoghi di consumo dove è possibile indurre la maturazione in centri

Come sta cambiando la spesa alimentare

Il consumo si sposta dal fresco al confezionato, dai prodotti tradizionali a quelli evoluti, con maggiore contenuto qualitativo e di servizio, che soddisfano nuovi bisogni specifici.

- Una trasformazione guidata da diversi fattori, economici demografici e sociali.



Come sta cambiando la spesa alimentare

- Da un lato rileva l'orientamento alla riduzione degli sprechi e la ricerca di occasioni di risparmio (di prezzo e di tempo).
- Dall'altro, sta aumentando l'attenzione verso il salutismo e la sostenibilità ambientale dei processi di trasformazione alimentare. La riduzione del potere di acquisto degli scorsi anni ha accentuato alcune tendenze, quali la riduzione degli sprechi e la ricerca del mix



La logistica alimentare (suggerimento)

Far condividere lo stesso mezzo di trasporto a «uguali» prodotti di fornitori diversi che hanno in comune lo stesso cliente (o la stessa rotta di viaggio) è un'operazione di razionalizzazioneche può essere svolta solo ed esclusivamente da un operatore logistico, unico in grado di garantire una gestione “terza” *e super partes* delle merci

LE DUE FACCE DELLA MEDAGLIA

Da un lato viene vista come una grande opportunità: incremento della massa critica, razionalizzazione dei trasporti, salvaguardia ambientale



Dall'altro lato è considerata una utopia,...



a suffragio si cita la disomogeneità tra i produttori, le esigenze divergenti, il timore di divulgazione delle informazioni

Per approfondire

2016 Rapporto
sulla competitività
del settore
ortofrutticolo
nazionale

Rapporto Coop
Consumi e
distribuzione

ISTAT

TENDENZE DEMOGRAFICHE E
TRASFORMAZIONI SOCIALI
NUOVE SFIDE PER IL SISTEMA
DI WELFARE



Italia Imballaggio
magazine

 **COLDIRETTI**
FORZA AMICA DEL PAESE



Grazie dell'attenzione!

Paolo Volta

PAGIRO vltpaolo@tin.it