

ALBERTO AURICCHIO

1

Il mercato è in continua evoluzione e diventa sempre più complicato. Quello interno, dopo anni di stagnazione, sembra mostrare leggeri segnali di ripresa. I più forti arrivano dai formaggi di qualità e da quelli che garantiscono sicurezza alimentare. I consumatori, visti i continui scandali, preferiscono le referenze delle aziende di marca e di lunga e comprovata reputazione.



2

Confermiamo il trend di crescita dell'export, nonostante alcuni grandi problemi che stanno penalizzando la nostra azienda, tipo il blocco totale del mercato russo, il forte ridimensionamento di quello Ucraino e la totale "chiusura

di fatto" del mercato venezuelano. Per fortuna queste importanti mancanze di fatturato sono state compensate dalla crescita sia dei mercati storici (Usa, Australia, Europa) sia di nuove piazze come Sud America, Africa e Far East.

3

I nuovi strumenti sono importantissimi per i giovani consumatori, per la facilità di contattare ogni angolo del mondo in tempo reale. Ma per il business con distributori/clienti alcune fiere strategiche sono ancora appuntamenti importanti e imprescindibili.

4

I mercati anglosassoni (Uk e Usa) ci stanno dimostrando che l'e-commerce, sia per il food sia per il fresco, è fattibile. Ma quei consumatori si sono avvicinati al commercio on line molto prima di quelli italiani. In quei mercati i numeri ci sono e sono in costante crescita anche nel food, a riprova dell'importanza che il mezzo sta acquisendo. Il rispetto della catena del freddo per prodotti come i nostri è imprescindibile e questo rende l'organizzazione e la logistica più complicate e difficili. Ci sono alcuni player che si stanno specializzando proprio in questo. Organizzazione e specializzazione sono fondamentali, per questo riteniamo che sia più corretto ricercare partnership con chi può condividere un know-how già testato. Ci stiamo muovendo proprio in questa direzione, perché è importante essere presenti. I volumi non verranno subito, ma è importante esserci.

5

Cibus è una delle fiere più importanti e ben organizzate nell'ambito alimentare, sicuramente la più importante d'Italia. Noi abbiamo sempre avuto un ottimo successo e siamo sempre rimasti molto soddisfatti degli incontri e dei meeting. Un'azienda leader mondiale come Auricchio deve sempre presentare delle novità. Inoltre, se teniamo conto che negli ultimi anni il gruppo si è allargato anche ad altri grandi formaggi italiani (come Gorgonzola, Taleggio, Quartirolo Lombardo, le mozzarelle vaccine e di bufala campana, ecc.) le novità per noi sono tantissime: alcune riguardano il servizio.