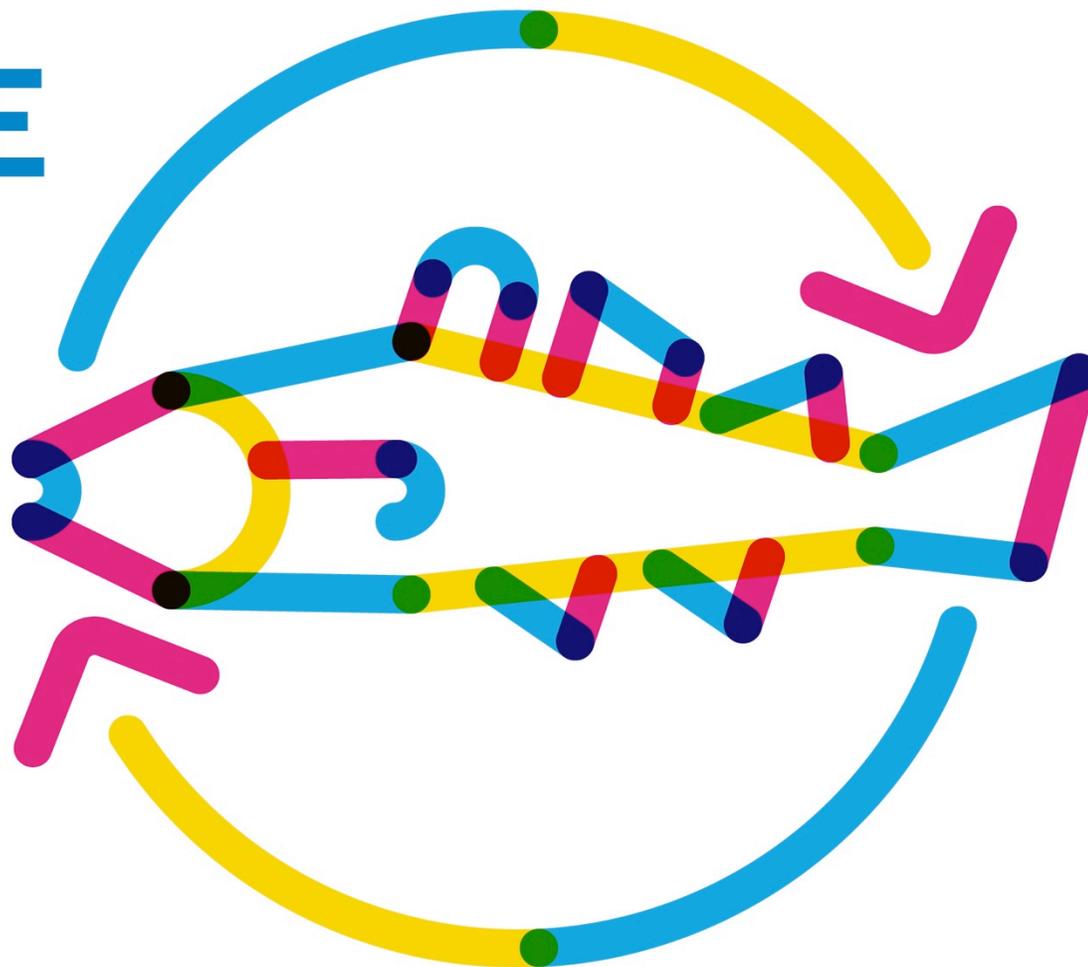


# CIBO E SALUTE

IL MONDO DEL  
PESCE VISTO  
DA GDO, CATERING,  
HORECA E  
PORTA A PORTA.  
SCENARI ATTUALI  
E PROSPETTIVE  
FUTURE



# CIBO E SOSTENIBILITÀ



29  
SETTEMBRE  
2015  
FFD EXPO  
MILANO

# I RELATORI

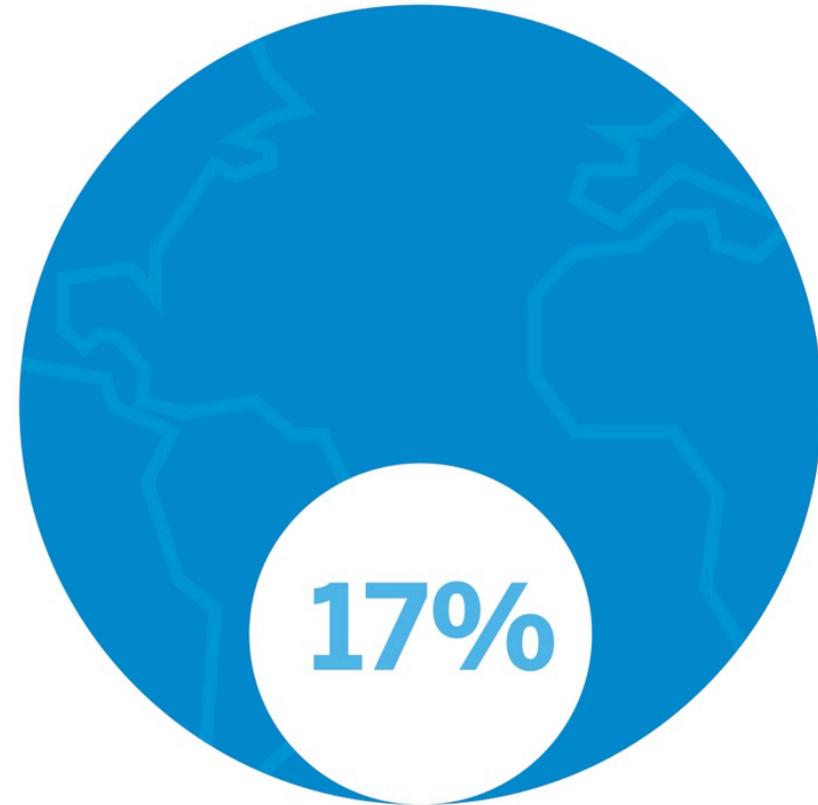
- Prof. Francesco di Mario  
Università degli studi di Parma / GASTROENTEROLOGO
- Gianni Scarpa  
Rivamar s.r.l./ FreddoFrio s.r.l.
- Graziano Francescon  
Bofrost Italia s.p.a.
- Marco Guerrieri  
Coop Italia soc.coop

# RIVAMAR e FREDDOFRIO



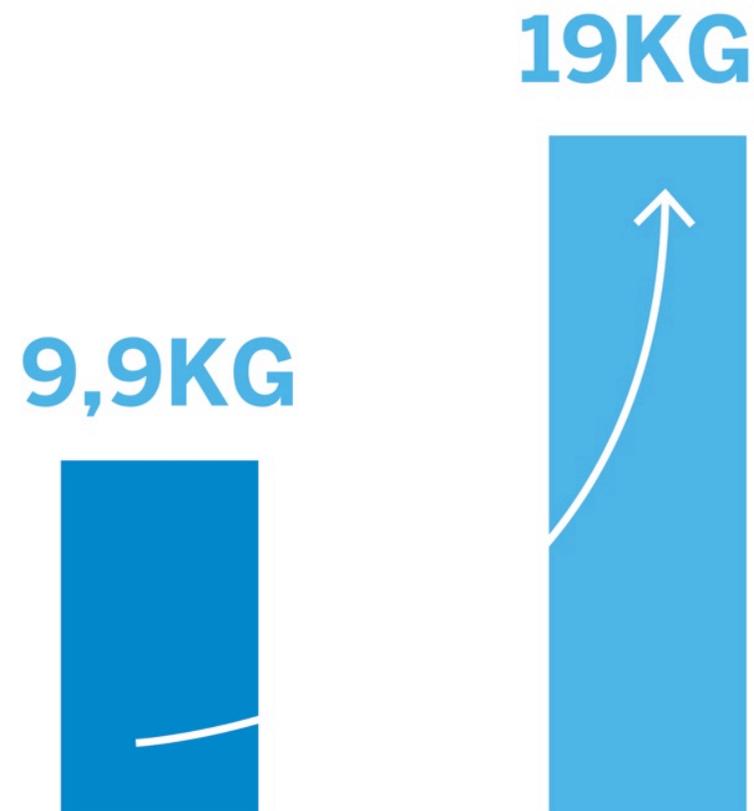
## TREND GLOBALI:

I PRODOTTI ITTICI RAPPRESENTANO  
IL 17% DEL CONSUMO DI PROTEINE A  
LIVELLO GLOBALE



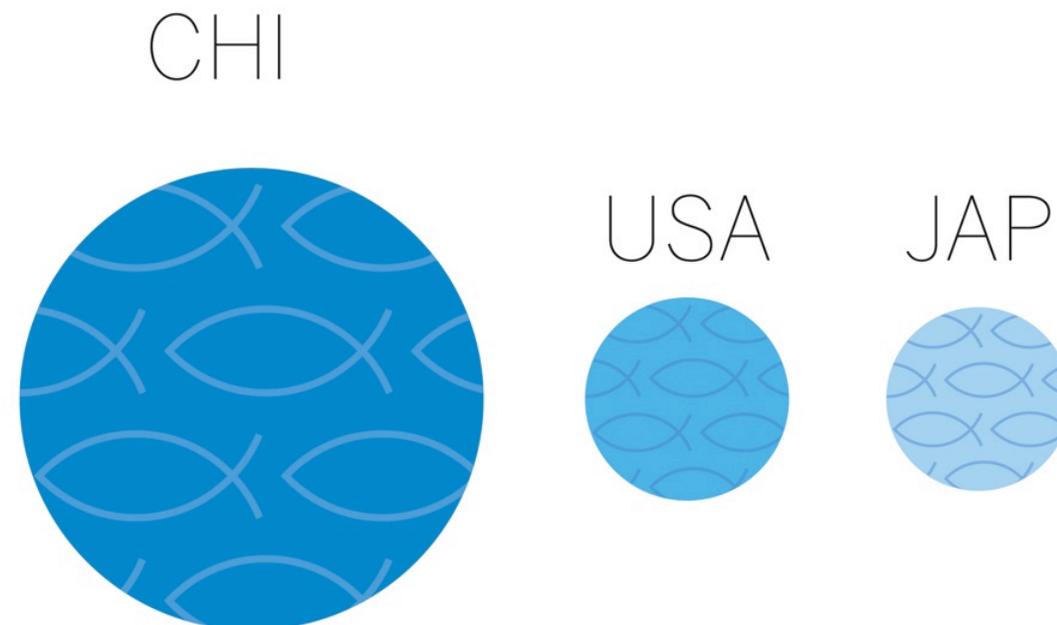
## TREND GLOBALI:

NEL MONDO IL COSUMO DI PRODOTTI ITTICI E' SALITO DAI 9,9 CHILI A TESTA DEGLI ANNI SESSANTA AI 19 CHILI DEL 2012



## TREND GLOBALI:

GLI STATI UNITI CONSUMANO 7,5 MILIONI DI TONNELLATE DI PRODOTTI ITTICI ALL'ANNO, IL GIAPPONE, CON UN TERZO DELLA POPOLAZIONE USA 7,3. LA CINA NE UTILIZZA DA SOLA 50. PIU' DEI 10 MAGGIORI CONSUMATORI MESSI ASSIEME



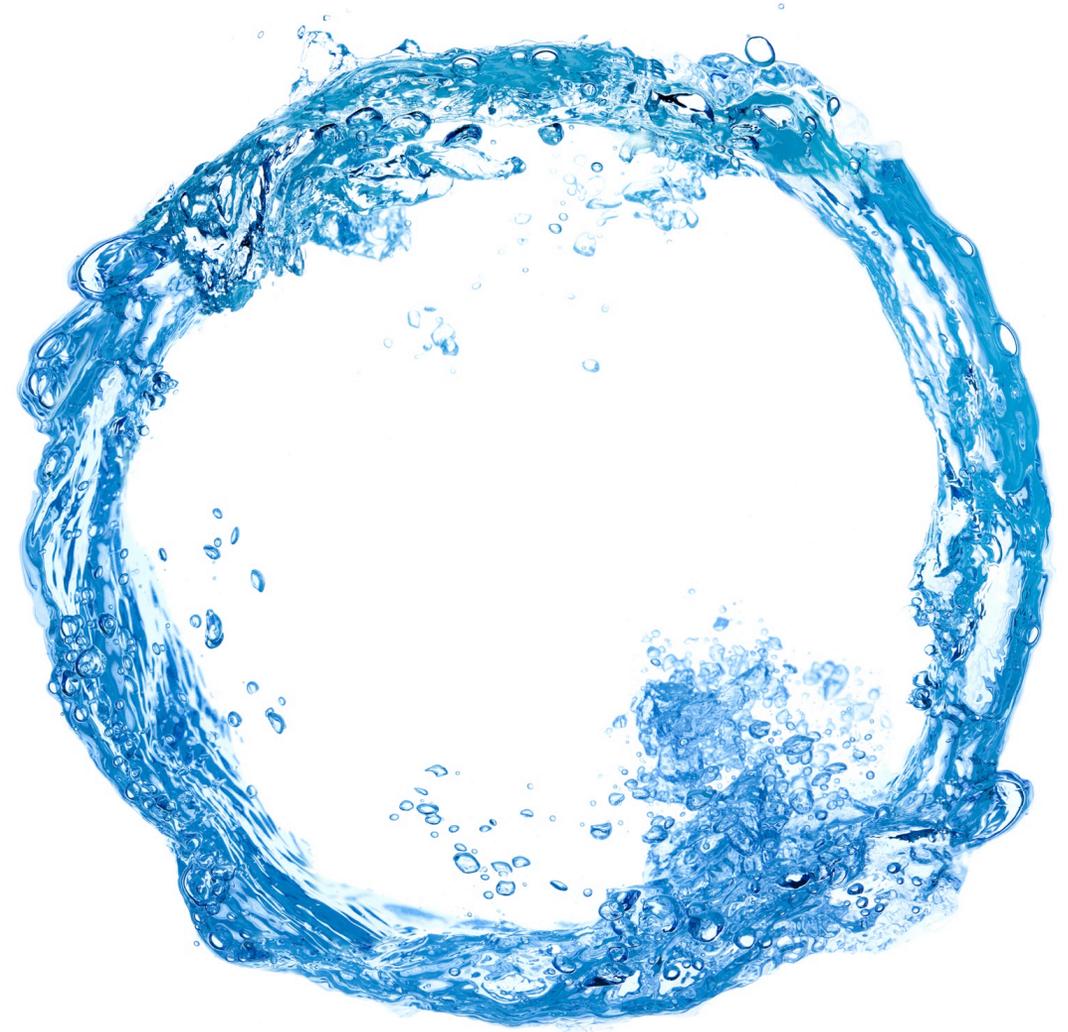
## OBIETTIVO 1 QUALITÀ' E INNOVAZIONE

ABBIAMO UNITO LA NOSTRA  
ESPERIENZA AD UNA COLLABORAZIONE  
CON CHEF ESPERTI. GRAZIE AL  
RAPPORTO DI PARTNER CON I NOSTRI  
CLIENTI CREIAMO PRODOTTI DI ALTA  
QUALITÀ' E DI GRANDE SERVIZIO PER LE  
CUCINE



## OBIETTIVO 2 SOSTENIBILITÀ'

I NOSTRI MARI SI STANNO  
IMPOVERENDO SEMPRE PIU'. E'  
PLAUSIBILE CHE TRA 30 ANNI NON CI  
SIA PIU' PESCE PER TUTTI, PER QUESTO  
PREMIAMO E SELEZIONIAMO FORNITORI  
CHE GARANTISCANO PRODOTTI  
PESCATI O ALLEVATI IN MODO  
SOSTENIBILE



## **OBIETTIVO 3 GARANZIA E CONTINUITA'**

LE CERTIFICAZIONI BRC E IFS ASSICURANO QUOTIDIANAMENTE LA QUALITÀ E LA SICUREZZA DEI NOSTRI PRODOTTI. GIORNO DOPO GIORNO, STIAMO RAFFORZANDO I RAPPORTI NEI PAESI DI ORIGINE PER GARANTIRE AI NOSTRI CLIENTI LA DISPONIBILITÀ DEI PRODOTTI ANCHE IN FUTURO, QUANDO SARANNO SEMPRE PIÙ SCARSI



# **RIVAMAR e FREDDOFRIO** **collaborazione con** **SEALED AIR**

Il ruolo del packaging per ridurre gli sprechi alimentari; le tecnologie in grado di aumentare la shelf life e ridurre i rischi alimentari



Cibo e salute  
Cibo e sostenibilità  
Il caso bofrost\*

Expo - 29 settembre 2015

# Il Leader nella vendita porta a porta di specialità surgelate

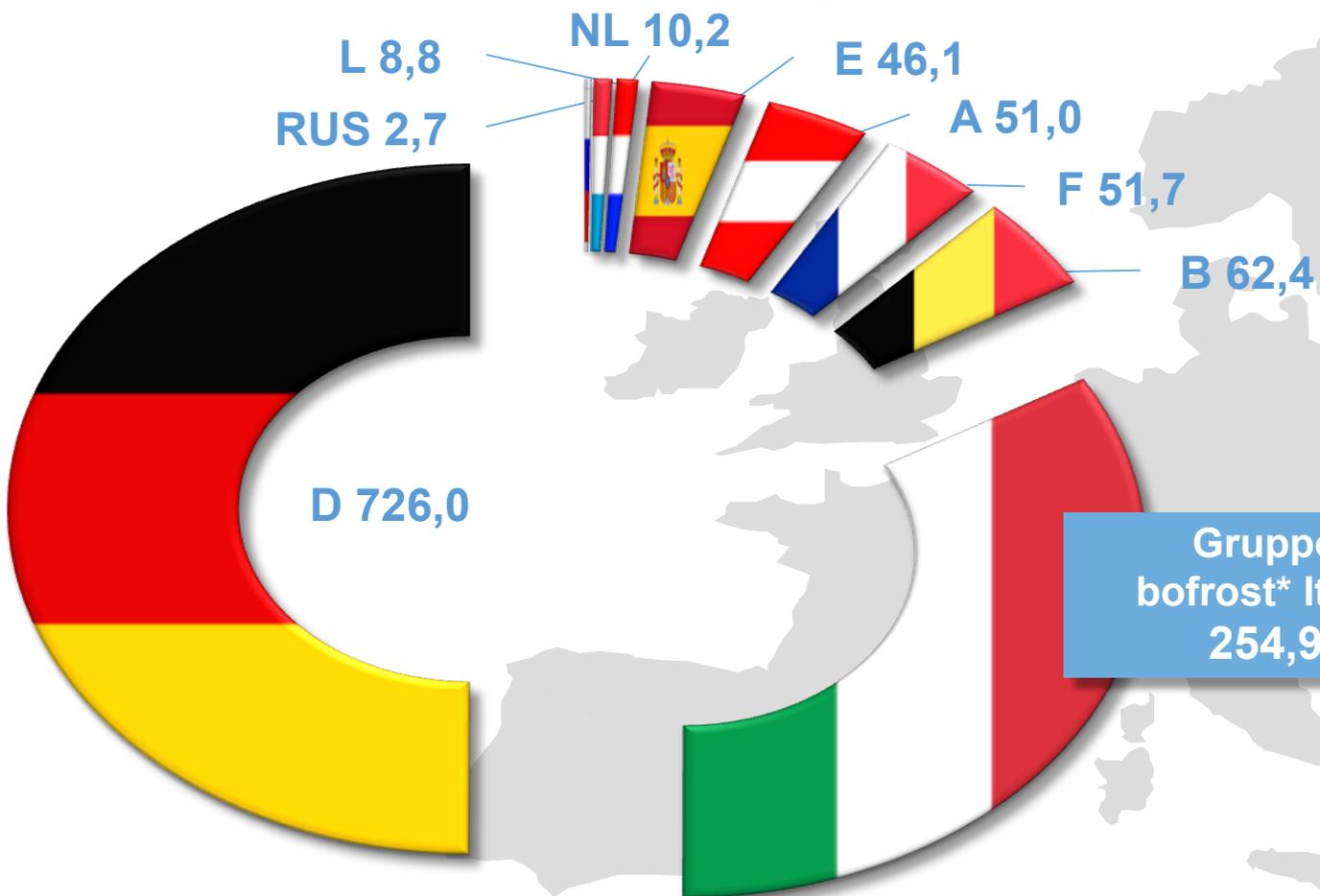
## bofrost\* International 1966 – 2014

- 1,214 miliardi di euro
- 12 paesi europei
- + 10.000 dipendenti
- +4 milioni di clienti in Europa

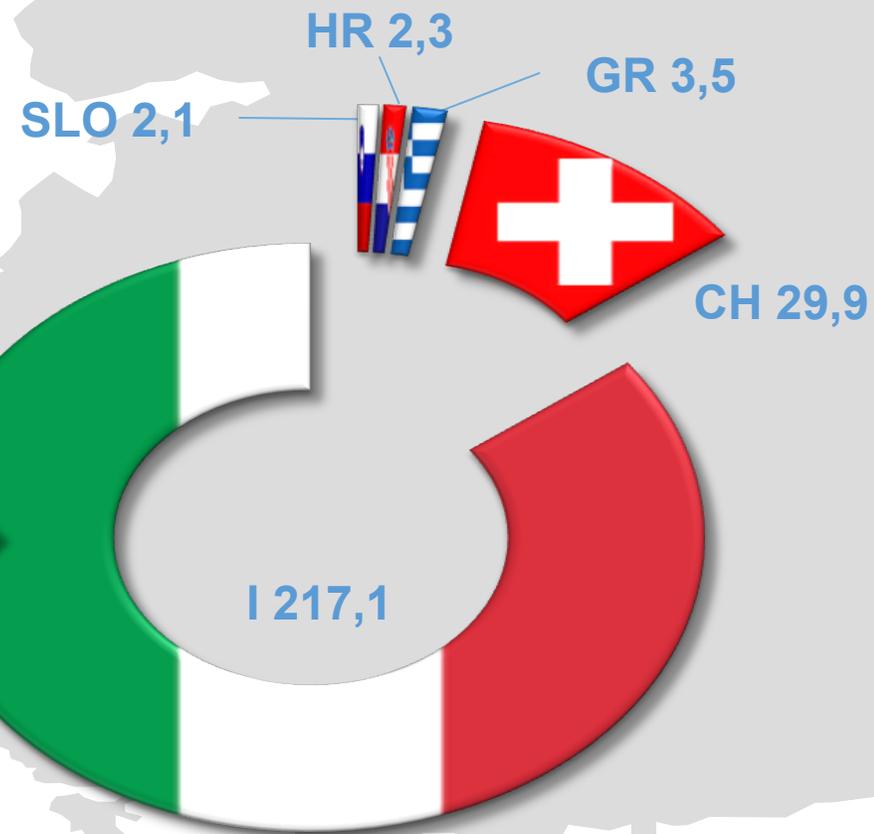


# La quota di fatturato di bofrost\* in Europa

## bofrost\* Europa



## bofrost\* Italia



Gruppo  
bofrost\* Italia  
254,9

# I numeri di bofrost\* in Italia

**1987** anno di fondazione in Italia

**2300** dipendenti e  
300 collaboratori in  
**50** filiali e **10** call center

**217** milioni di € di fatturato nel 2014/15

**2** posizione di bofrost nel  
ranking delle aziende di  
surgelati in Italia

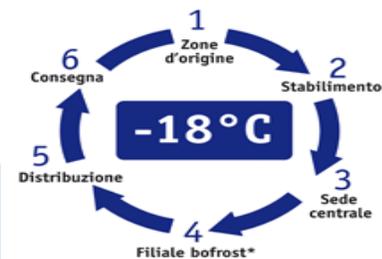
**1,2** milioni di clienti totali con una  
quota di oltre il 70% nel  
mercato door-to-door



# I punti di forza di bofrost\*: la qualità e il servizio

La fiducia è di casa

Oltre 480 specialità...  
a portata di mano



Nessuna interruzione  
della catena del freddo

Oltre 1 milione di  
controlli all'anno



Selezione delle  
materie prime  
e garanzie di  
qualità bofrost\*

Sempre pronti per  
ogni richiesta



**SODDISFATTI  
O RIMBORSATI**  
**LA GARANZIA DI**  
  
**N. 1 IN EUROPA**

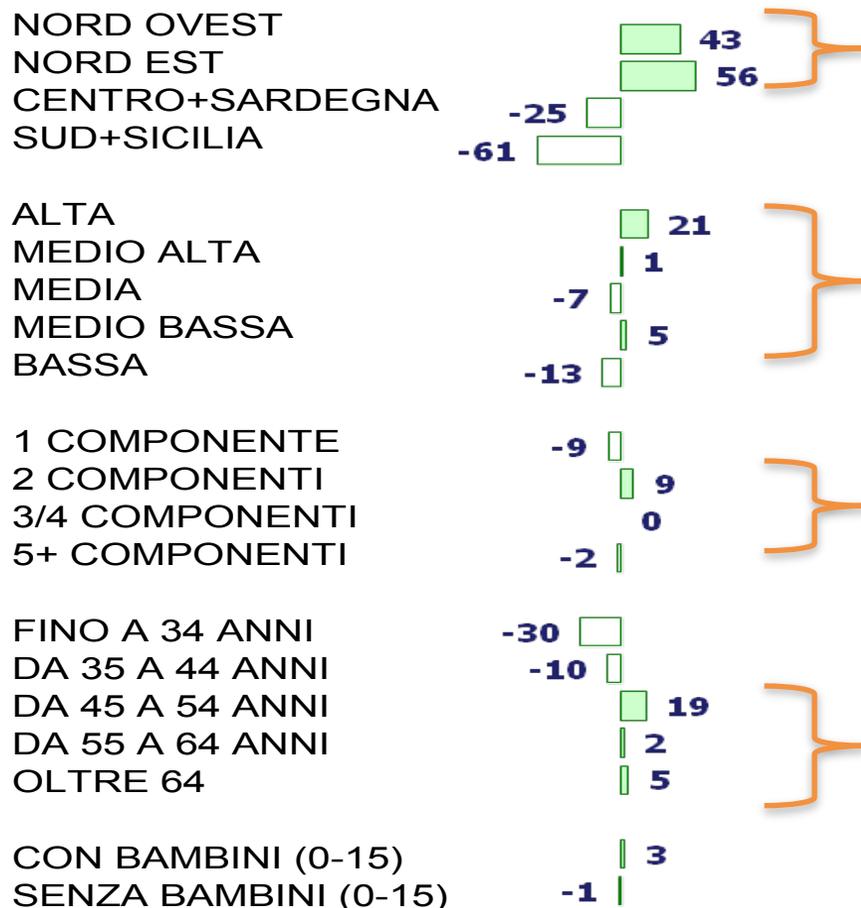
La Garanzia  
Soddisfatti o  
Rimborsati

# Chi e' il cliente "tipo" di bofrost\*?

## Indice di Penetrazione

Fam. (.000): 1.298

**bofrost\***



E' un cliente più concentrato nell'area settentrionale anche in funzione di una copertura territoriale più capillare

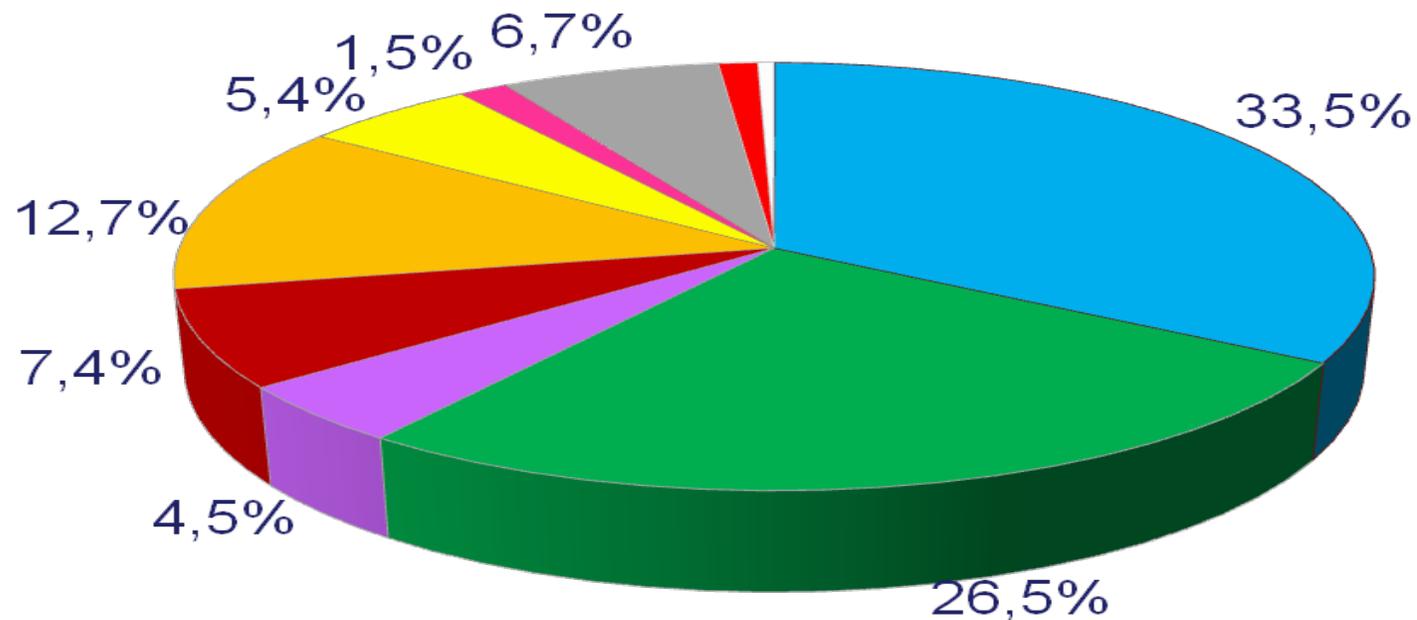
E' un cliente con un profilo socio-economico principalmente Medio-Alto e Alto

Le famiglie sono principalmente composte da 2 e da 3/4 componenti (con bambini da 0 a 15 anni)

Il responsabile d'acquisto presenta un'età sopra i 45 anni

# La categoria dei Surgelati in Italia e i segmenti

**Vendite a valore:** 1.873.036.000 euro (-2,5%)



- Pesce
- Verdure
- Primi Piatti
- Carni
- Pizze
- Patate
- Pasticceria
- Snack
- Ready Meals
- Altro

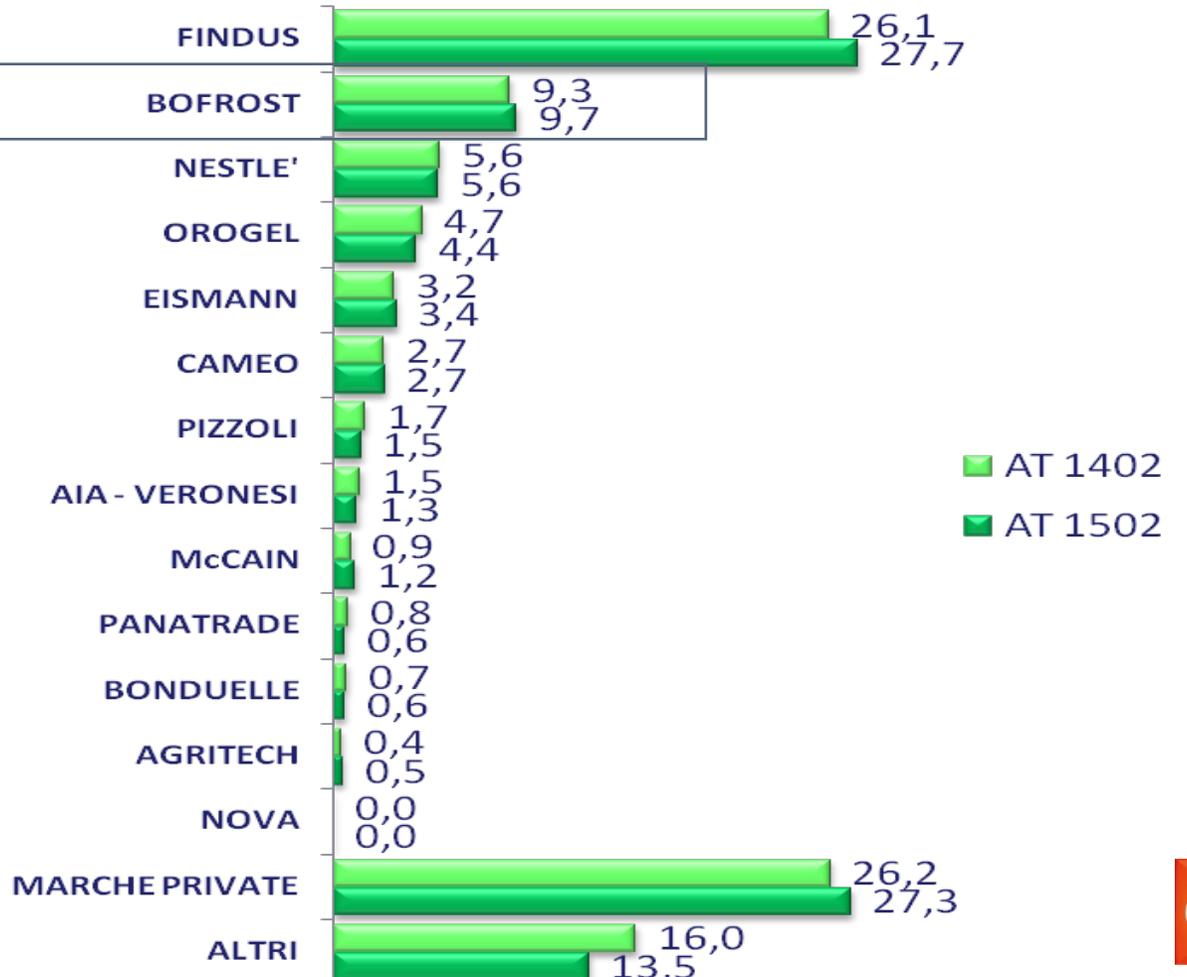
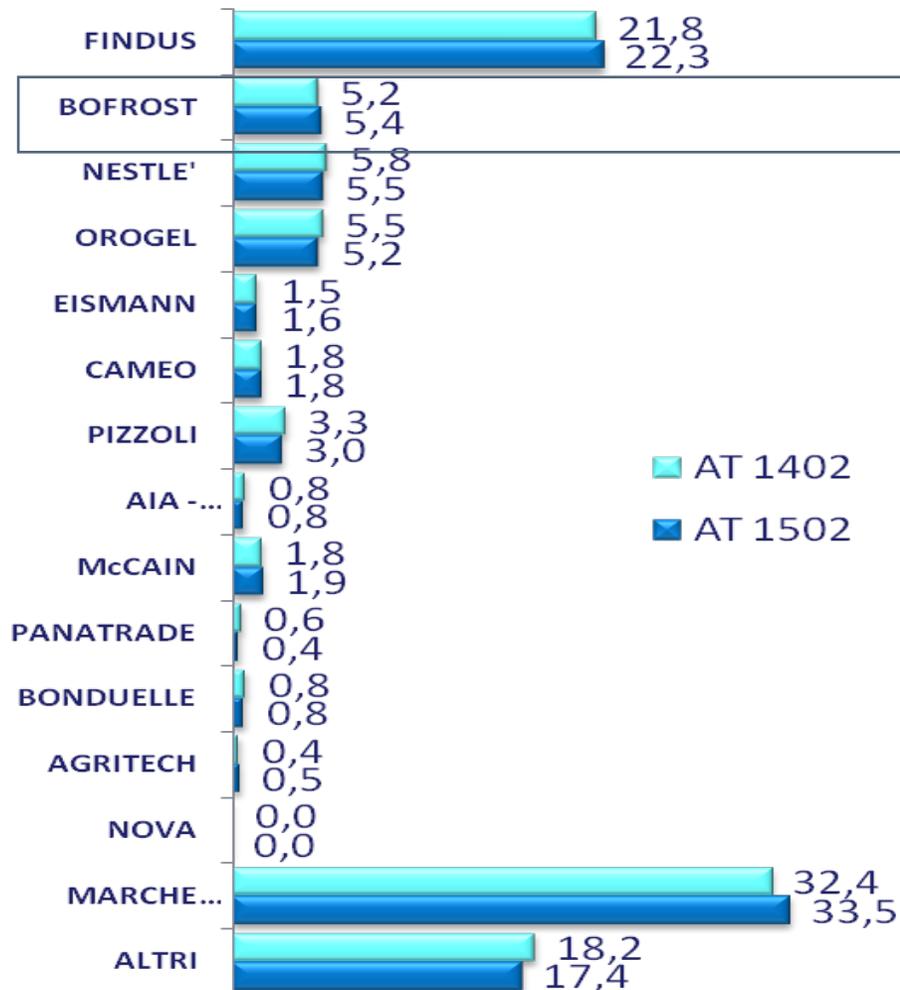
## **IL SURGELATO IN ITALIA (totale famiglie)**

Famiglie acquirenti (.000): 24.282  
 Penetrazione assoluta: 96%  
 Acquisto medio (kg.): 17,9  
 Frequenza d'acquisto: 18  
 Spesa media annua (€): 80,45

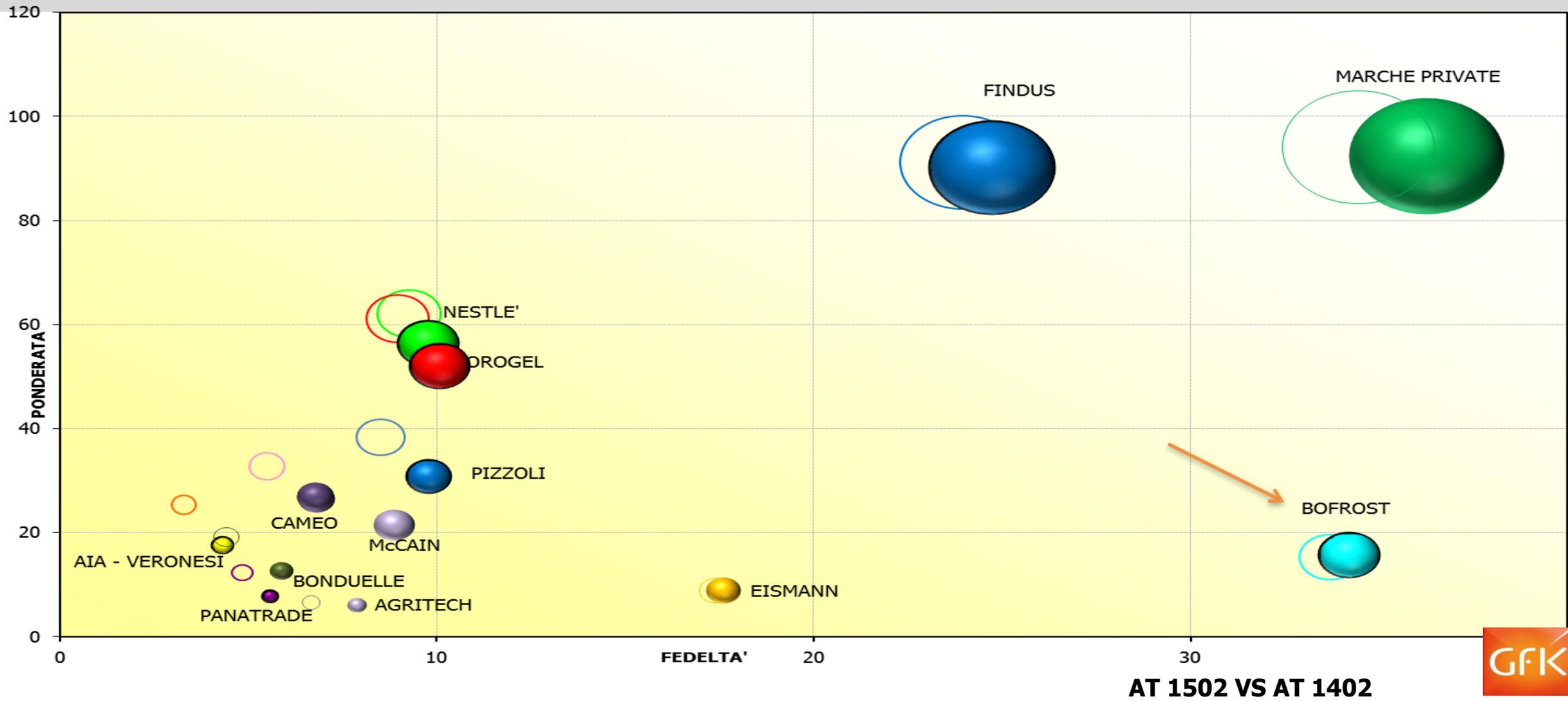
# L'arena competitiva nei surgelati

## QUOTA VOLUME

## QUOTA VALORE



# La fedelta' nella categoria dei Surgelati bofrost\* leader nella fedelta'



# Quali sono le leve di fidelizzazione per bofrost\*?

## IL VENDITORE



## LA QUALITA'



## IL SERVIZIO



## L'ASSORTIMENTO



## IL VOLANTINO



## LA PRENOTAZIONE



# Il ruolo del venditore e della teleoperatrice bofrost\*



# La qualità e i requisiti bofrost\*



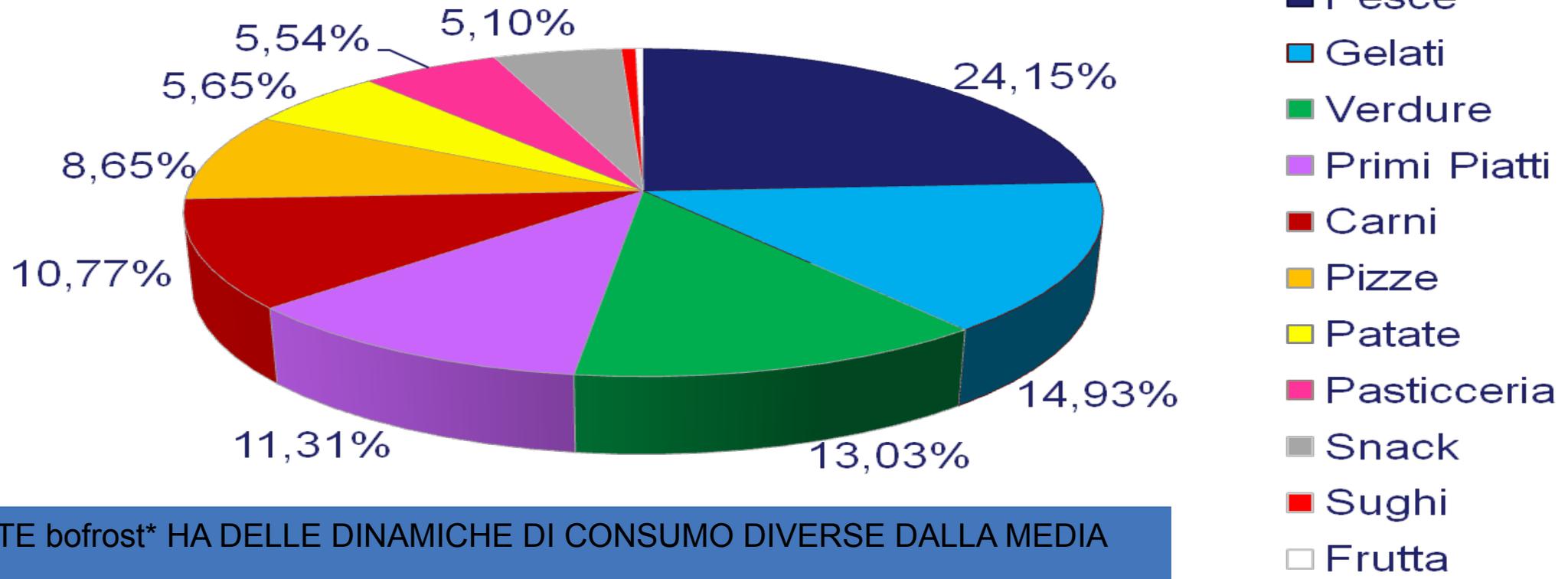
## LE NOSTRE GARANZIE

- ✓ *Nessun utilizzo di coloranti artificiali*
- ✓ *Nessun impiego di additivi esaltatori di sapidità*
- ✓ *Nessun impiego di grassi idrogenati*
- ✓ *Catena del freddo senza interruzioni*
- ✓ *Oltre 1.000.000 di controlli l'anno*



# Gli acquisti dei clienti bofrost\*

## Vendite a valore



IL CLIENTE bofrost\* HA DELLE DINAMICHE DI CONSUMO DIVERSE DALLA MEDIA ITALIA

Spesa media Gelati + Surgelati Italia: 112 €

Spesa media Gelati + Surgelati bofrost\*: 400€

# La categoria ittica per i clienti bofrost\*



**69** articoli filetti, tranci e pesci interi

**21** articoli crostacei

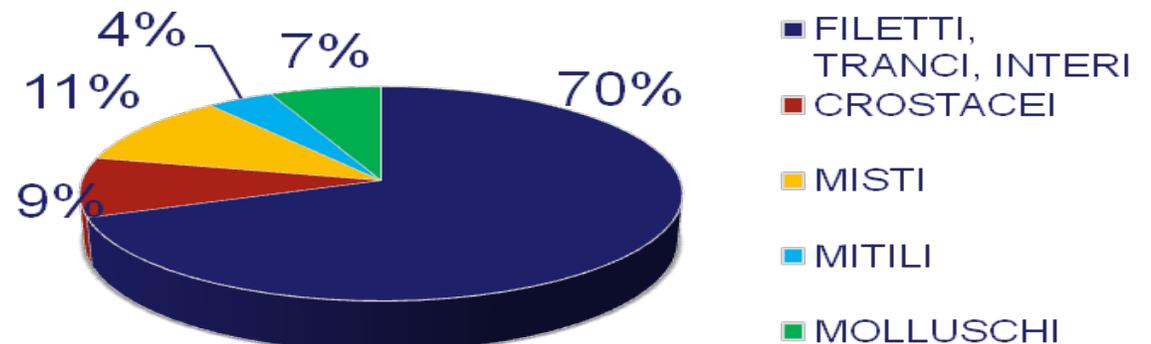
**11** articoli misti

**9** articoli molluschi

**6** articoli mitili



## Quota Vendite a Valore



## La categoria ittica per i clienti bofrost\*



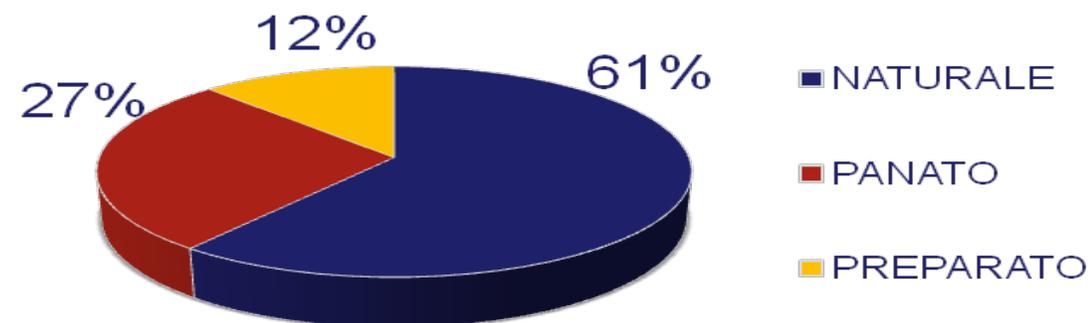
**68** articoli al naturale

**26** articoli panati

**22** articoli preparati



### Quota Vendite a Valore



# L'assortimento di oltre 480 articoli tra specialità e materie prime surgelate

## + TEMPO LIBERO

Tante specialità surgelate pronte in pochi minuti. Dal pesce già sfilettato alle verdure già pulite senza scarti . Dai primi piatti alle verdure da cuocere in microonde a vapore.

**RISTO  
PIATTI**

## CREATIVITA' IN CUCINA

bofrost\* non offre solo specialità surgelate già pronte, ma anche tanti ingredienti di altissima qualità che le tue ricette si meritano.

**50/50  
style!**

## PRODOTTI ESCLUSIVI

Una linea di specialità su prenotazione esclusivi che non potrai trovare da nessun'altro. bofrost\* diventerà il tuo ristorante preferito.



## INTOLLERANZE

Una selezione di prodotti dedicati alle persone intolleranti al glutine e al latte.

**freelife** fiordi soia

## LINEA VEGETARIANA

Il numero dei vegetariani in Italia è in costante crescita e bofrost\* offre loro una linea di prodotti dedicati.

**mylife**  
bofrost\*

## SOSTENIBILITA'

Surgelato vuole dire anche riduzione degli sprechi ovvero nessuno scarto e si utilizza solo ciò che serve. bofrost\* utilizza solo energie rinnovabili.



# Lo spreco del cibo...una situazione non più sostenibile

**ANSA.IT**

## Ambiente&Energia

NEWS | SPECIALI ED EVENTI | DOSSIER | GALLERIA FOTOGRAFICA | VIDEO

Primopiano | Istituzioni e UE | Clima | Natura | Rifiuti & Inquinamento | Rinnovabili | Tradizionali | Nucle

ANSA > Ambiente&Energia > Istituzioni e UE > Ue vuole dimezzare spreco cibo entro 2020

### Ue vuole dimezzare spreco cibo entro 2020

Esecutivo europeo al lavoro, Francia e Germania già in pista

06 febbraio, 11:53

Tweet 4 | Consiglia 26

Indietro | Stampa | Invia | Scrivi alla redazione | Suggestisci

1 di 1



Nell'Unione Europea vengono  
sprecati  
**90 milioni di tonnellate di cibo**  
l'anno e ogni cittadino ne getta circa  
**180 kg nei rifiuti**  
**(487kg per gli italiani)!**

Il surgelato aiuta a limitare gli sprechi  
grazie a prodotti già senza scarti e  
alla possibilità di utilizzare solo quello  
che effettivamente si vuole  
consumare.

E in più bofrost\* ha lanciato nel 2014  
la APP **FrigOk**.

# La APP FrigOk by bofrost\*



Italia Oggi

*Bofrost lancia una app anti sprechi. L'azienda di vendita diretta di specialità surgelate, lancia FrigOk, l'applicazione gratuita che permette di organizzare la spesa inserendo foto e data di scadenza per ogni prodotto. Secondo l'Unione europea, 500 euro l'anno, pari a 75 kg di cibo finiscono nei rifiuti per il cattivo stato di conservazione. Di qui l'applicazione è studiata per dispositivi iOS e Android.*

## DOWNLOAD APP

10.000 IOS

7.000 Google Play



Home / SERVIZI / L'app anti-sprechi che parla italiano

28 AGOSTO 2014

### L'APP ANTI-SPRECHI CHE PARLA ITALIANO

La notizia è importante per due motivi: parla di un'innovazione hi-tech tutta italiana e promette ai consumatori attenti di risparmiare oltre 500 euro l'anno



Si tratta del lancio di un'app assolutamente innovativa messa a punto da Bofrost, la più importante azienda italiana della vendita diretta a domicilio di specialità alimentari surgelate, che serve oltre un milione di famiglie nel nostro paese. Recependo la

IBC  
Associazione Industrie Beni di Consumo

immaginò

**Fino al 30 settembre c'è un'occasione da non perdere!**

Alle industrie che aderiranno alla piattaforma digitale "Immaginò" entro il 30 settembre 2014 sarà offerta la prima revisione delle referenze.



# Qualità e sostenibilità La scelta MSC e ASC

## LA MIGLIORE QUALITA', PER OFFRIRTI SOLO IL MEGLIO



Nel nostro impegno continuo per cercare di offrire ai nostri clienti sempre la più alta qualità disponibile, abbiamo scelto, con la nostra politica d'acquisto, di sostenere i principi della pesca sostenibile e dell'acquacultura responsabile. Abbiamo selezionato un gruppo di prodotti con cui iniziare, con l'obiettivo di estendere non appena possibile queste certificazioni anche alle altre nostre referenze. Per sostenere tali principi ci avvaliamo degli organismi internazionali **MSC (Marine Stewardship Council)** e **ASC (Aquaculture Stewardship Council)**. Si tratta di organizzazioni internazionali no-profit

che gestiscono un complesso programma di valutazione, di tracciabilità e di etichettatura di pesce e frutti di mare provenienti da pesca sostenibile e acquacultura responsabile.

Una **pesca sostenibile rispettosa dello standard MSC** permette di assicurare l'utilizzo sostenibile degli stock ittici nel rispetto dei loro limiti biologici, in modo da permetterne il loro ripopolamento; permette inoltre di rispettare le altre specie marine e di preservare l'habitat naturale dei pesci; di utilizzare responsabilmente le attrezzature di pesca; di reagire in maniera adeguata e immediata alle mutevoli condizioni degli stock ittici e di rispettare tutte le regolamentazioni e le leggi vigenti in materia di pesca.

Un **allevamento responsabile secondo lo standard ASC** porta a preservare l'ambiente naturale, la biodiversità delle specie ittiche e le risorse idriche, utilizzare in modo responsabile i mangimi, rispettare tutte le regolamentazioni e le leggi in materia vigenti e rispettare l'equità delle condizioni di lavoro degli operatori coinvolti. Il nostro impegno anche su questo fronte è un'ulteriore garanzia del nostro sforzo per offrire ai nostri clienti solo il meglio.



# Qualità e sostenibilità La scelta MCS e ASC

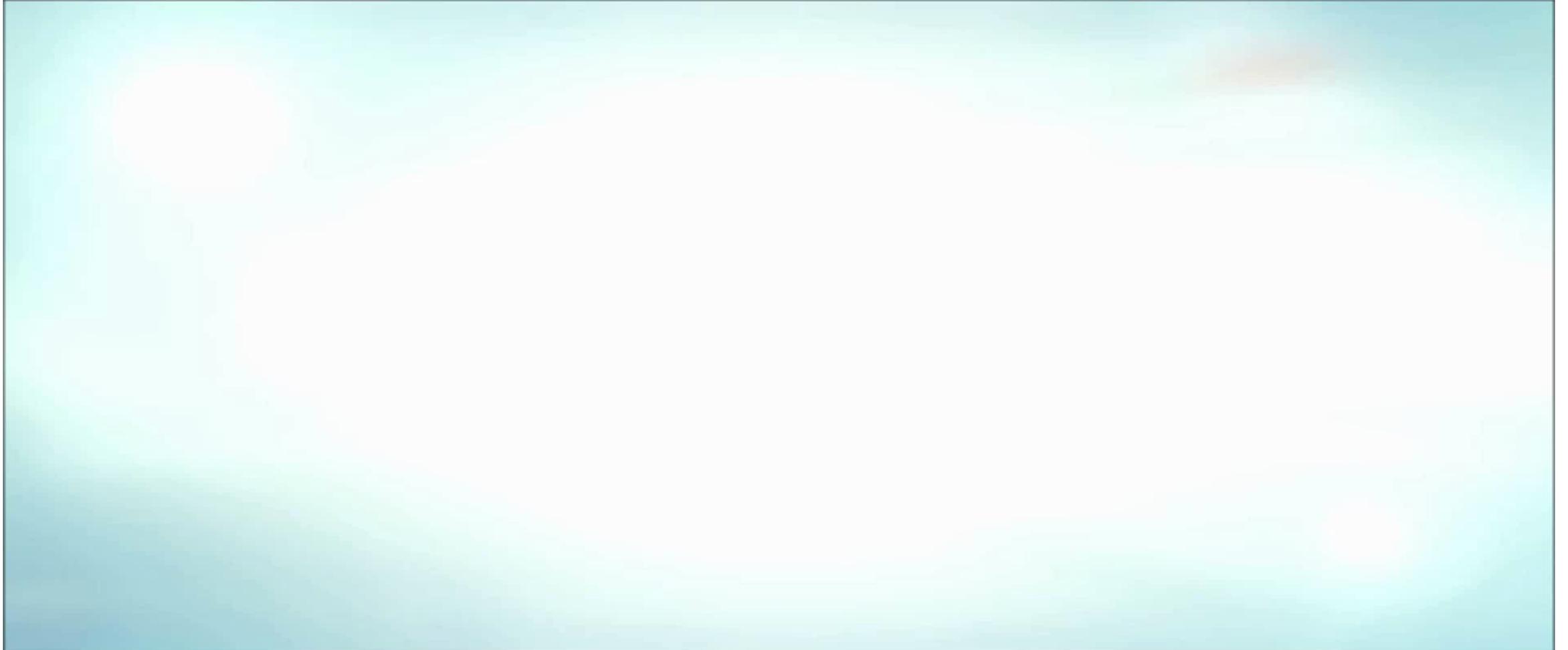


## L'azione di formazione sui venditori e sui clienti

Oltre al lavoro svolto, in tema di sostenibilità e salute, dalla produzione e dalla distribuzione, occorre un'azione di formazione e sensibilizzazione del consumatore.

bofrost\* ha intrapreso un percorso in tale senso per fornire informazione e formazione ai suoi clienti attraverso la figura del venditore.

# La web TV bofrost\* per la forza vendita





Grazie per l'attenzione

Expo - 29 settembre 2015

***CIBO E SALUTE  
CIBO E SOSTENIBILITA'***

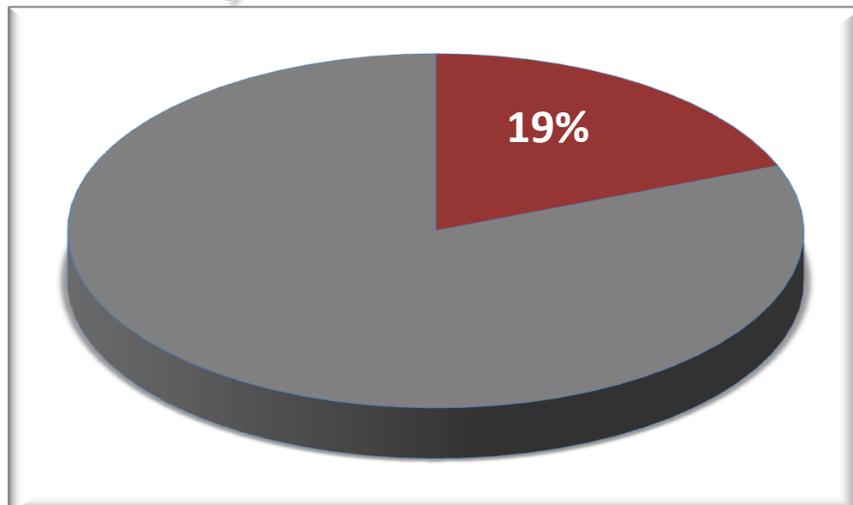
***Settore Ittico  
Scenari attuali e sfide future  
29 settembre 2015***



# Coop leader in Italia nella Grande Distribuzione



FATTURATO  
**12,4 Mld€**



PUNTI VENDITA  
**1.189**

SUPER **1087**  
IPER **102**

DIPENDENTI

**53.000**

SOCI

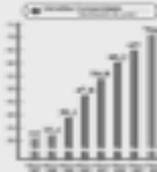
**8.425.000**

QUOTA DI MERCATO  
(Super+Iper)

**19,0%**

(totale)

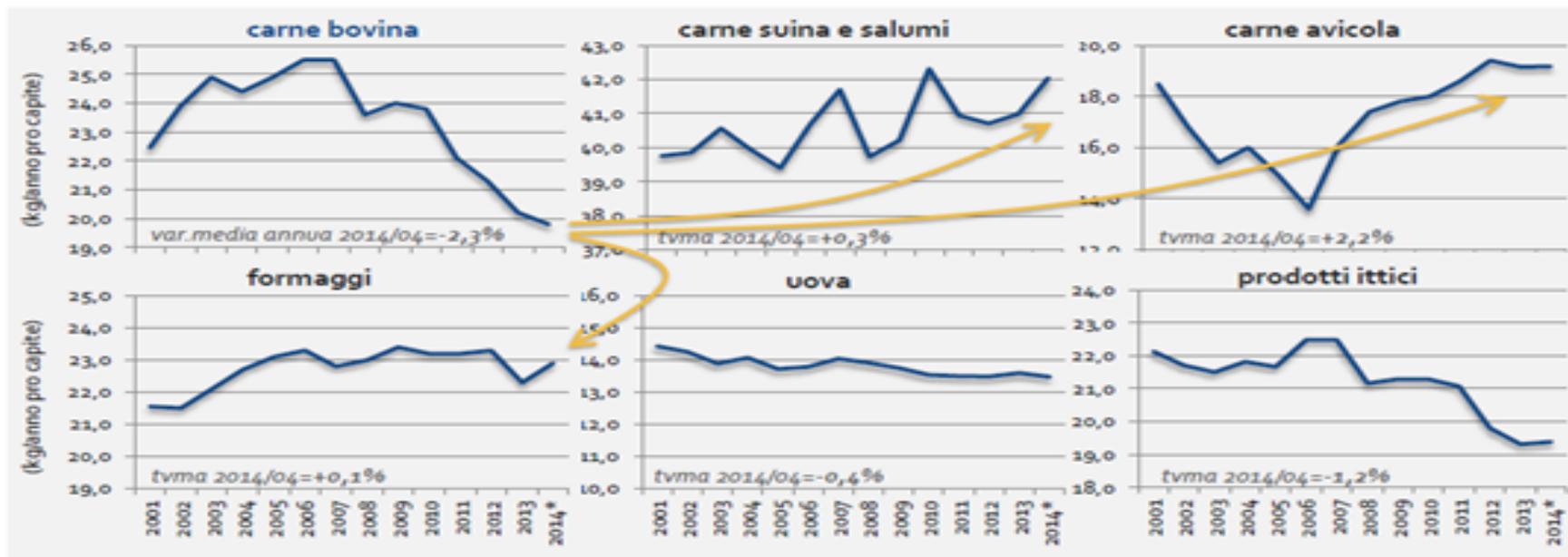
**10,3%**



# Scenario dei consumi in Italia

## I «PROTEICI» NEGLI ULTIMI 10 ANNI

o La carne bovina continua a perdere appeal tra i consumatori...



Negli ultimi 10 anni i consumi di alimenti proteici in Italia hanno segnato un **andamento medio negativo**, ma **differenziato tra le categorie** e caratterizzato da alcuni fattori:

- ridotto potere di acquisto
- ricerca di cibo salutistico
- cambiamento stili di vita
- minor tempo disponibile in cucina
- tempi lunghi di cottura

# Scenario del settore Ittico in Italia

Il settore Ittico anche nel 2014 si riconferma il **secondo mercato nelle proteine carnee**.

Complessivamente il consumo di pesce in Italia (fresco e surgelato) vale circa **3,3 miliardi di euro** e rappresenta al 30% della spesa per carni e pesce.

## Fatturato Carni e Pesce:

**11.000.000.000**

Bovino: 3.800.000.000

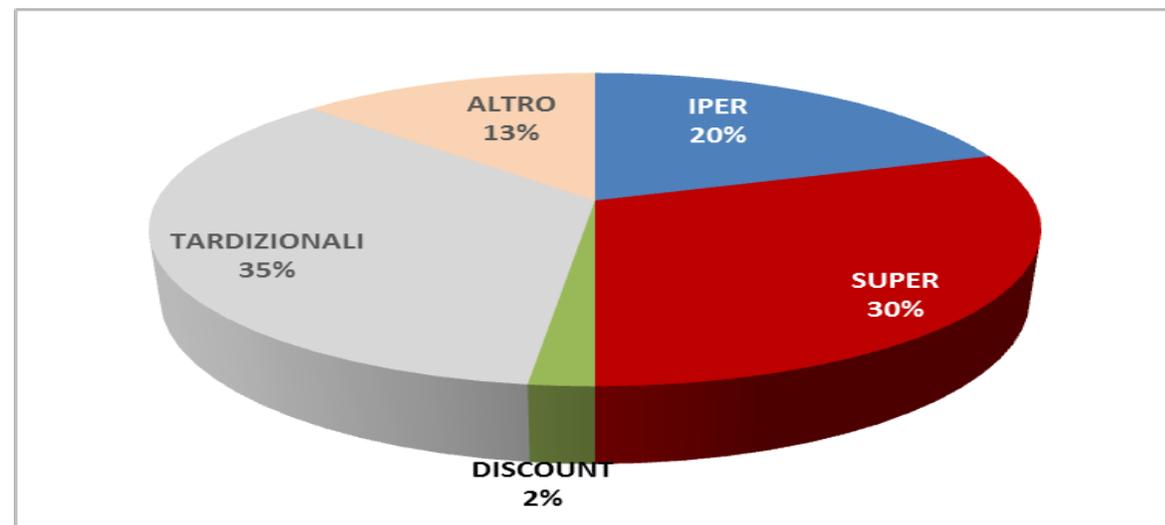
Suino: 1.250.000.000

Avicunicolo: 1.700.000.000

Ittico: 3.300.000.000



Distribuzione dei consumi per canale di vendita

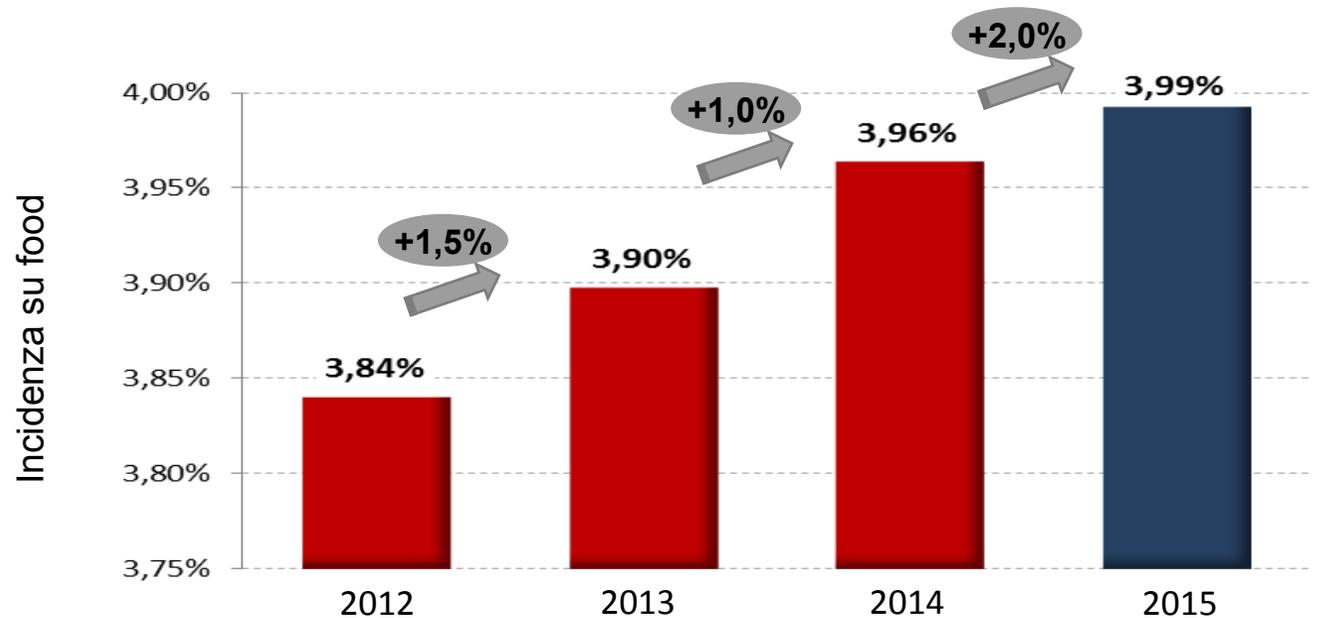


La distribuzione organizzata rappresenta oltre il 50% delle vendite della categoria

# I numeri di pesce in Coop

A fronte dell'andamento negativo dei consumi ittici registrato negli ultimi anni in Italia **la grande distribuzione risulta in leggera crescita**, a differenza di quanto avvenuto nella distribuzione tradizionale.

In Coop il pesce registra **vendite in aumento** e un progressivo incremento dell'incidenza del comparto sul totale Food.



**ITTCO**  
(fresco e surgelato)

**2015 vs 2012**  
↑  
**Pesce**  
+4,5%

**390 mio €**

# I consumatori moderni e le prospettive future

La **nuova dimensione strutturale del paese** ha determinato e determinerà **profondi cambiamenti** su tutte le decisioni del consumatore (riduzione del consumo pro capite e degli sprechi, richiesta di servizio, cambiamenti degli stili di vita e segmentazione e polarizzazione dell'offerta) e impone una riflessione sostanziale e una revisione della proposta assortimentale.

Solo attraverso un'approfondita analisi dei **consumatori moderni** e dei loro bisogni sarà possibile affrontare le nuove sfide.

I driver che nel prossimo futuro potranno sostenere le vendite di questo comparto in parte sono rappresentati dai classici elementi di distintività e di freschezza, e in parte sono legati alle nuove esigenze dei consumatori:

- Qualità dei prodotti (filiera)
- Qualità e trasparenza sulla provenienza dei prodotti
- **Innovazione di prodotto e tecnologica**
- **Sostenibilità e rispetto dell'ambiente**

# Innovazione di prodotto e tecnologica

Nel corso degli ultimi anni, seguendo le indicazioni che venivano dal mercato, sono stati sviluppati prodotti a elevato contenuto di servizio con una ricerca orientata a:

- **innovazione di prodotto**, con sviluppo di prodotti di facile preparazione o già pronti per il consumo
- **innovazione tecnologica**, per consentire una miglior conservazione sia in termini di maggiore shelf life che di minor rilascio di odori nel frigorifero e per ridurre gli sprechi.



PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE DEI CONSUMATORI MODERNI SARA' SEMPRE PIU' NECESSARIO **TRASFORMARE** IL REPARTO **PESCHERIA** DA BANCO PER LA VENDITA DI PESCE TAL QUALE A PUNTO DI RIFERIMENTO PER L'ACQUISTO DI UN **SECONDO PIATTO A BASE DI PESCE**

## Sostenibilità e rispetto dell'ambiente

Il consumatore moderno, infine, è sempre più sensibile rispetto al tema della **sostenibilità ambientale**.

Per questo motivo Coop ha aderito ad alcune certificazioni di pesca sostenibile (Dolphin safe, Friends of the sea, Msc) e decidendo in taluni casi di escludere dai suoi banchi referenze ritenute più a rischio di estinzione (tonno rosso) o a rischio di eccessiva riduzione della popolazione contribuendo così alla tutela degli **stock ittici**.

PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE DEI CONSUMATORI MODERNI SARA' SEMPRE PIU' NECESSARIO **COMUNICARE IN TRASPARENZA** E FAR SI' CHE LE CERTIFICAZIONI NON SIA SOLO ELEMENTI DOCUMENTALI, MA **AZIONI CONCRETE NEL RISPETTO DELL'AMBIENTE** E DELLA **SOSTENIBILITA' ECONOMICA E SOCIALE**.

## Sintesi

Come visto, il **calo dei consumi** che ha investito l'Italia negli ultimi anni ha coinvolto anche i prodotti ittici.

Tuttavia la grande distribuzione finora ha saputo rispondere meglio di altri al cambiamento richiesto dal consumatore, cominciando ad intervenire sugli assortimenti e sui prodotti.

Per il prossimo futuro la sfida sarà quella di rispondere a un **consumatore moderno sempre più informato ed esigente**, mantenendo elevata l'attenzione sui tradizionali elementi di qualità e sicurezza, ma sapendo soddisfare allo stesso tempo la richiesta di **cambiamento e di modernità**.

## Conclusioni

Solo attraverso una vera, concreta e innovativa **partnership** tra produzione, trasformazione e distribuzione che mette al centro i **nuovi bisogni del consumatore** sarà possibile trasformare le sfide future in elementi di **successo**.

## SPUNTI E RIFLESSIONI

LA SOSTENIBILITÀ' DELLE PRODUZIONI ALIMENTARI È OGGI PIÙ' CHE MAI TEMA CENTRALE NEL DIBATTITO DELL'OPINIONE PUBBLICA E DI FORTE ATTENZIONE PER I PRINCIPALI PLAYER DEL LARGO CONSUMO NELLA RELATIVA DECLINAZIONE ECONOMICA, SOCIALE ED AMBIENTALE. SULLA BASE DELLA VOSTRA ESPERIENZA, REGISTRATE UN ANALOGO LIVELLO DI SENSIBILITÀ' ANCHE NELL'INDUSTRIA ITTICA? SE SÌ, IN QUALI TERMINI?



## SPUNTI E RIFLESSIONI

QUALI SONO, ALLO STATO ATTUALE, LE CRITICHE IN MATERIA DI SOSTENIBILITÀ SU CUI RITIENETE, INVECE, OPPORTUNO UN MAGGIOR FOCUS PROSPETTICO DA PARTE DEGLI OPERATORI ITTICI? E PERCHÉ?



## SPUNTI E RIFLESSIONI

SECONDO VOI LE AZIENDE ITALIANE PRODUTTRICI SONO PRONTE AD ACCOGLIERE E SODDISFARE LE SEMPRE MAGGIORI RICHIESTE DI PRODOTTI CERTIFICATI/SOSTENIBILI? RIUSCIRANNO A CREARE NEL PROSSIMO FUTURO PRODOTTI REALMENTE INNOVATIVI?

