



EUROFRUTTA 2001 S.r.l.

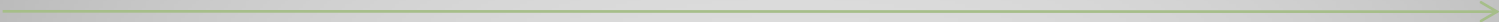


**PROGETTO PER L'INSEDIAMENTO DI UN'ATTIVITÀ
PRODUTTIVA PER LA TRASFORMAZIONE E
COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI
AI SENSI DEL D.P.R. 447/98 E SS. MM. ED II.**

Eurofrutta 2001 Srl - Indice

- ❖ L'IMPRESA E I SUOI PROTAGONISTI
- ❖ SINTESI DEL PROGRAMMA PROPOSTO
- ❖ IL PRODOTTO
- ❖ L'ORGANIZZAZIONE DEI FATTORI PRODUTTIVI ED IL CICLO DI PRODUZIONE
- ❖ IL MERCATO DI SBOCCO E LA CONCORRENZA

L'IMPRESA E I SUOI PROTAGONISTI



Eurofrutta 2001 Srl – L'impresa e i suoi protagonisti

La società Eurofrutta 2001 S.r.l. si è costituita il 20 giugno 2001 con atto notarile in Carovigno alla Via San Michele Salentino n. 10. Oggetto sociale di Eurofrutta 2001 è la vendita all'ingrosso e al dettaglio di prodotti ortofrutticoli freschi di varia natura sia nazionali che esteri.

Il capitale sociale sottoscritto e interamente versato è di euro 10.200,00 e risulta suddiviso in quote ripartito tra i soci nel seguente modo:

Socio	% di partecipazione
Epifani Pasquale	50%
Epifani Teodosio	25%
Caliolo Vincenza	25%

Eurofrutta 2001 Srl – L'impresa e i suoi protagonisti

Il management della società vanta una pluriennale esperienza lavorativa nel settore della commercializzazione di frutta e verdura.

L'attuale organigramma aziendale è il seguente:



Eurofrutta 2001 Srl – L'impresa e i suoi protagonisti

La società ha sede legale in Carovigno in provincia di Brindisi alla Via San Michele Salentino n. 10 e sede operativa in Carovigno in provincia di Brindisi alla Via San Michele Salentino n. 14.

Carovigno, situato a circa 5 Km. dalla costa adriatica ed a 28 Km. dal capoluogo di Provincia Brindisi, ha una altitudine di mt. 172 sul livello del mare, ultimo colle a Sud dell'altopiano delle Murge, confina a Nord Nord-Est con il mare adriatico, a Ovest con Ostuni, a Sud con S.Vito dei Normanni e a Sud-Est con Brindisi, Dista da Bari Km.96 e da Taranto 56.



Il 20% del territorio è pianeggiante e si praticano le colture di ortaggi; la restante parte collinare è ricca di oliveti e mandorleti. La coltura della vite è limitata alla produzione, soprattutto, di uve da vino ed è comunque, riferibile a produzioni molto limitate e di tipo familiare.

Eurofrutta 2001 Srl – L'impresa e i suoi protagonisti

Eurofrutta 2001 Srl è specializzata nel commercio all'ingrosso e al dettaglio di frutta e verdura fresca Codice Ateco 2007: 47.21.01 e 46.31.

Eurofrutta 2001 Srl è anche specializzata nel deposito di prodotti ortofrutticoli e nella distribuzione degli stessi con mezzi idonei al trasporto refrigerato.

L'attuale target di clientela è molto eterogeneo, infatti la società vanta tra i suoi più importanti clienti Ristoranti, Mercati, Supermercati, Villaggi Turistici e altri negozi.

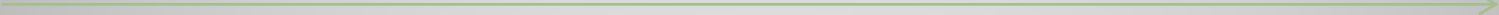
Data la vicinanza della sede alle più belle località di mare della costa brindisina (Ostuni, Riserva di Torre Guaceto, ecc.) Eurofrutta 2001 si è specializzata nella fornitura organizzata e giornaliera di villaggi turistici con proposte di frutta e verdura di qualsiasi tipo e qualsiasi provenienza, esclusivamente distribuendo merce di prima scelta selezionata. I più importanti punti di forza che hanno permesso alla società di aumentare la propria quota di mercato e diversificare i propri clienti sono: la qualità dei prodotti e l'efficienza del proprio canale distributivo che le permette di consegnare la merce entro 24 ore dall'ordine ricevuto.

Eurofrutta 2001 Srl – L'impresa e i suoi protagonisti

Con l'ampliarsi delle attività e il continuo mutamento della abitudini del consumatore, il management ritiene necessario adeguarsi al mercato inserendo nel proprio oggetto sociale la produzione e commercializzazione di prodotti freschi e lavorati (prodotti di IV Gamma) anche biologico.

I prodotti di IV Gamma sono prodotti pronti al consumo che rispondono al bisogno del consumatore di ridurre i tempi di preparazione dei pasti ed il volume degli scarti di cucina.

SINTESI DEL PROGRAMMA PROPOSTO



Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

Il progetto proposto dalla società Eurofrutta 2001 S.r.l. consiste nell'insediamento di un'attività produttiva per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli (verdure, ortaggi, frutta ecc.) in un ambito urbanistico prettamente agricolo, in c.da Furchi Carovigno (Provincia di Brindisi).

La ditta, già operante nel settore del commercio dei prodotti ortofrutticoli, intende ampliare la sua attività dedicandosi non solo alla vendita ma anche alla trasformazione di prodotti ortofrutticoli in "prodotti di IV gamma" ossia prodotti freschi, già puliti e tagliati, pronti per essere consumati immediatamente (oppure previa cottura) nell'arco di 7-21 giorni anche di provenienza biologica.

I prodotti offerti saranno prevalentemente: confezioni in vari formati di insalate miste e non, carote, sedano, finocchio e verdure. I prodotti, confezionati in atmosfera modificata, saranno conservati in 3 celle frigo da mq 15*15 per la successiva distribuzione

Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

Le motivazioni che hanno spinto la società Eurofrutta 2001 Srl a dover realizzare la nuova unità locale vanno ricercate nel desiderio di ampliare la propria quota di mercato e di diversificare il proprio core-business al fine di aumentare la redditività sia in termini di ROE che in termini di ROI.

I soci fondatori della società sono consapevoli che gli elementi fondamentali per il successo nel settore agroalimentare e soprattutto in quello ortofrutticolo sono rappresentati dalla qualità dei prodotti offerti e dalla tempistica della consegna.

Consapevoli, inoltre, che la chiave del successo per ogni azienda è la continua innovazione nei metodi di produzione, i soci hanno intenzione di svolgere la propria attività con una logica di costante innovazione e investimento.

Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

Il programma di investimento sarà ubicato in agro di Carovigno, lungo la Strada Comunale n°34 Carovigno - S. Sabina, in c.da Furchi, ricadente nel Programma di Fabbricazione con destinazione di "Zona Agricola di tipo b2". Sull'area **non sussiste** il vincolo paesaggistico ex legge 29.06.1939 n°1497.

Il terreno è di proprietà del socio Epifani Teodosio.

Il terreno interessato ha un'estensione pari a circa ha 6.58.15 ed è censito in catasto terreni al Foglio 17 mappale 127; di forma irregolare, ad est ha l'accesso diretto dalla strada comunale, mentre, per i restanti lati risulta chiuso da altra proprietà. Sul terreno esiste un fabbricato rurale censito in catasto fabbricati al foglio 17, mappale 78.

Secondo lo strumento di tutela paesistica P.U.T.T., "Piano Urbanistico Territoriale Tematico per il Paesaggio ed i Beni Ambientali " in attuazione della legge Galasso (08 agosto 1985, n°431), approvato dalla Giunta Regionale nella seduta del 15/12/2000, il lotto ricade in ambito territoriale esteso "E".

Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

Il programma di investimenti prevede la realizzazione di un capannone di ampie dimensioni di cui una parte è destinata all'attività lavorativa, suddivisa in tre settori, ossia deposito prodotto da lavorare/lavorato, impianti e cella ed un'altra destinata ai servizi connessi con la vendita stessa (sia all'ingrosso sia al dettaglio) ossia spogliatoi, servizi igienici, uffici, vani tecnici, deposito ecc. .

Infine, al fine di assicurare una concreta, reale e sufficiente area per il parcheggio delle autovetture, in armonia con quanto dettato dall'art. 9 della legge n°122 del 24/03/1989 (legge Tognoli), che appunto emana "Disposizioni in materia di parcheggi", si prevede un parcheggio di adeguate dimensioni con circostante area verde con alberature esistenti e da nuovi piantagioni arborei e/o arbustivi della flora locale.

Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

Il programma di investimento prevede la realizzazione di un capannone con adeguati impianti tecnologici aventi le seguenti caratteristiche tecniche:

	Sup. Coperta mq	Altezza ml	Volume mc
Deposito prodotto da lavorare/lavorato	860.00	10.00	8600.00
Impiantistica	1038.73	10.00	10387.30
Cella frigo	257.75	8.00	20.62.00
Vendita	345.40	5.00	1727.00
Servizi connessi alla vendita	605.10	10.00	6051.00
TOTALE	3106.98		28827.30

Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

Il programma di investimenti proposto dalla Eurofrutta 2001 Srl prevede anche l'implementazione del sistema produttivo diviso in 4 aree:

Area di produzione

- Realizzazione serre
- Sistemi di irrigazione

Area di trasformazione

- Linea di produzione per il lavaggio, sanificazione, dosaggio e imballaggio delle materie prime

Area di conservazione

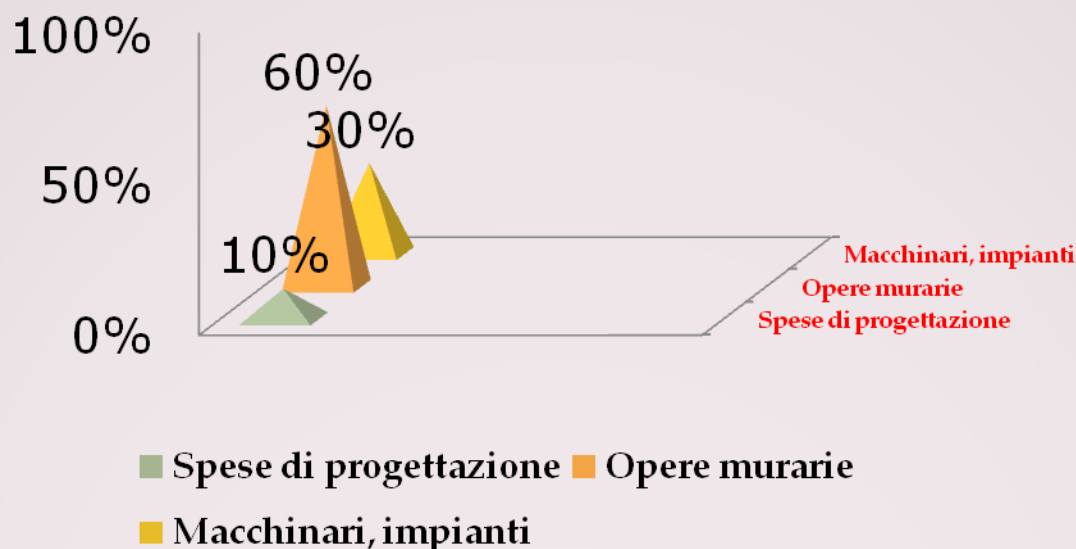
- Realizzazione di celle frigo

Area di distribuzione

- Sistemi di trasporto coibentati per il trasporto in atmosfera controllata

Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

L'entità del programma di investimento è di **euro 900.000 circa**, da realizzarsi in 36 mesi come dettagliato nel computo metrico estimativo redatto dagli architetti progettisti Lomonaco/Brandi, distribuito in percentuale fra i principali capitoli di spesa nel seguente modo:



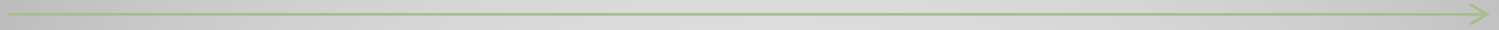
Eurofrutta 2001 Srl – Sintesi del programma proposto

Conto Economico inerente l'investimento proposto:

CONTO ECONOMICO DELL'UNITA' PRODUTTIVA	
	Anno a regime L/M
A.1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	8.850.000,0
TOTALE	8.850.000,0
B.6) Materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	6.195.000,0
B.7) Servizi	110.000,0
B.9) Personale	826.000,0
B.10) Ammortamenti e svalutazioni	112.500,0
B.14) Oneri diversi di gestione	50.000,0
B) Costi della produzione	7.293.500,0
RIS. DELLA GESTIONE CARATTERISTICA (A-B)	1.556.500,0
C.17) Interessi e altri oneri finanziari	33.750,0
C) Proventi e oneri finanziari (C.15+C.16-C17)	33.750,0
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+C+D+E)	1.522.750,0
Imposte sul reddito d'esercizio	475.859,4
UTILE (PERDITA) DI ESERCIZIO	1.046.890,6

I dati del Conto Economico sono stati elaborati effettuando un'analisi benchmarking prendendo un campione formato da imprese operanti nel settore ortofrutticolo e comparabili dal punto di vista dimensionale con Eurofrutta 2001.

IL PRODOTTO



Eurofrutta 2001 Srl – Il Prodotto

Con l'ampliamento dell'attività, il core-business della società consisterà non solo nella vendita ma anche nella trasformazione di prodotti ortofrutticoli in prodotti di IV gamma.

Con il termine "IV gamma" vengono indicate preparazioni di prodotti ortofrutticoli freschi, mondati delle parti non utilizzabili, tagliati, lavati, asciugati, imballati in buste o vaschette di plastica e venduti in banco refrigerato.

La denominazione, di origine francese (*IV gamme*), indica indirettamente il tipo di trasformazione, in termini di comparsa commerciale rispetto ad altre categorie di prodotti agroalimentari.

In ambito anglosassone sono usati i termini *fresh-cut* e, più in generale, *minimally processed*, che indicano direttamente il tipo di trasformazione. Una denominazione italiana frequente è "freschi pronti al consumo" o "freschi-pronti".

Eurofrutta 2001 Srl – Il Prodotto

Il mercato dei prodotti di IV gamma è un mercato con un alto tasso di crescita, infatti indagini di mercato segnalano che in Italia il consumo di ortofrutta è diminuito dal 1998 al 2010 del 22% mentre il trend del consumo dei prodotti di IV gamma è aumentato del **200%** nello stesso intervallo di tempo.

Questi prodotti guadagnano sempre più quote di mercato in quanto risultano in perfetta sintonia con l'evoluzione degli stili di vita e dei modelli del consumatore moderno che è sempre più frettoloso e attento alla praticità, rapidità e ai costi nell'ambito del lavoro domestico.

In Italia i prodotti di IV gamma sono stati introdotti nel corso della seconda metà degli anni '80, per cui rappresentano un segmento ancora relativamente giovane. Tuttavia le previsioni del trend di questo mercato indicano che, in un immediato futuro, esso potrà occupare uno spazio determinante nell'economia del mercato ortofrutticolo.

Eurofrutta 2001 Srl – Il Prodotto

Attualmente, circa il 40% del fatturato delle aziende che operano nel settore ortofrutticolo si riferisce a insalate miste costituite a volte da 3 o più specie di diverso sapore e colore, il 35% a ortaggi pronti da cuocere, il restante 25% a insalate monoprodotto e ad altre preparazioni.

Ai prodotti orticoli vanno aggiunti, infatti, le nascenti offerte di frutta pronta al consumo che, pur sulla base di dati ancora molto parziali, inducono gli organismi di settore a formulare previsioni di sviluppo straordinario.



Eurofrutta 2001 Srl – Il Prodotto

Le tecnologie “*minimal processing*” hanno permesso di proporre ai consumatori prodotti alimentari biologici in cui vengono ridimensionate le conseguenze negative derivanti dalle tecnologie tradizionali, quali la riduzione di fattori nutritivi e l’alterazione di caratteristiche organolettiche.

Ciò grazie all’impiego di trattamenti di trasformazione ridotti al minimo (a bassa intensità) ed evitando l’uso di additivi conservanti di sintesi.

Questi alimenti, fanno parte di una categoria più ampia, definita “ready to use” o “ready to eat”, cioè prodotti confezionati pronti all’uso e al consumo diretto, che non richiedono alcuna operazione precedente al consumo.

La vita commerciale (shelf life) degli ortaggi di IV gamma è di 5-7 giorni, conformemente al produttore e alla qualità della distribuzione.

Eurofrutta 2001 Srl – Il Prodotto

Il consumatore moderno necessita di cibi sani, veloci e controllati da consumare per far fronte ai ritmi sempre più pressanti della nostra società.

Le verdure di IV gamma, grazie alle loro qualità: già pulite, mondate, tagliate, lavate e confezionate in atmosfera modificata, ben si adattano ai ritmi di lavoro e ai nuovi stili di vita, permettendo un notevole risparmio di tempo.

La migliore accessibilità a prodotti poveri di energia, ma di notevole valore nutrizionale e dietetico, agevola l'adozione di regimi alimentari più adatti alle condizioni di vita sedentaria di una parte crescente della popolazione.

Eurofrutta 2001 Srl – Il Prodotto

Le statistiche sull'incidenza delle infezioni o intossicazioni di origine alimentare in Italia e nel mondo mettono in luce che queste hanno avuto un incremento con il progressivo diffondersi dei pasti consumati fuori casa.

La preparazione di pasti per grosse comunità, il ricorso a pasti veloci e l'affermarsi di alimenti conservati in vario modo e disponibili per l'uso domestico, hanno contribuito ad aumentare questo tipo di patologie.

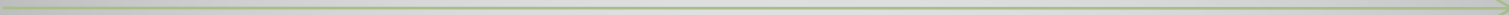
Di conseguenza risulta fondamentale il controllo degli alimenti pronti al consumo, sempre più richiesti dalla società moderna.

Eurofrutta 2001 Srl – Il Prodotto

Per la preparazione di un prodotto per la IV gamma devono essere garantiti:

- Materie prime di ottima qualità: essenziale per l'esito del processo tecnologico e per i risvolti sulla qualità nutrizionale e igienico sanitaria del prodotto confezionato.
- Manipolazione asettica e igiene totale.
- Uso di plastiche a permeabilità selettiva;
- Lavorazioni a temperature prossime a 0-1° C, senza rompere la catena del freddo, condizione fondamentale che garantisce la qualità del prodotto per la vita commerciale.

L'ORGANIZZAZIONE DEI FATTORI PRODUTTIVI E CICLO DI PRODUZIONE



Eurofrutta 2001 Srl – L'organizzazione dei fattori produttivi

La società utilizzerà materie di prima scelta proveniente per il 20% da produzione propria e per l'80% da produzione locale.

Inoltre il 20% delle materie prime utilizzate saranno di provenienza di coltivazioni biologiche.

La società prevede una produzione effettiva dell'anno a regime di 1.000.000 kg di verdura e insalata.

Eurofrutta 2001 Srl – L'organizzazione dei fattori produttivi

Con la realizzazione del programma di investimenti il management vorrà organizzare la propria struttura aziendale in macro aree al fine di garantire trasparenza, serietà e professionalità.

L'accentramento decisionale sarà attribuito all'Amministratore Unico Epifani Pasquale.

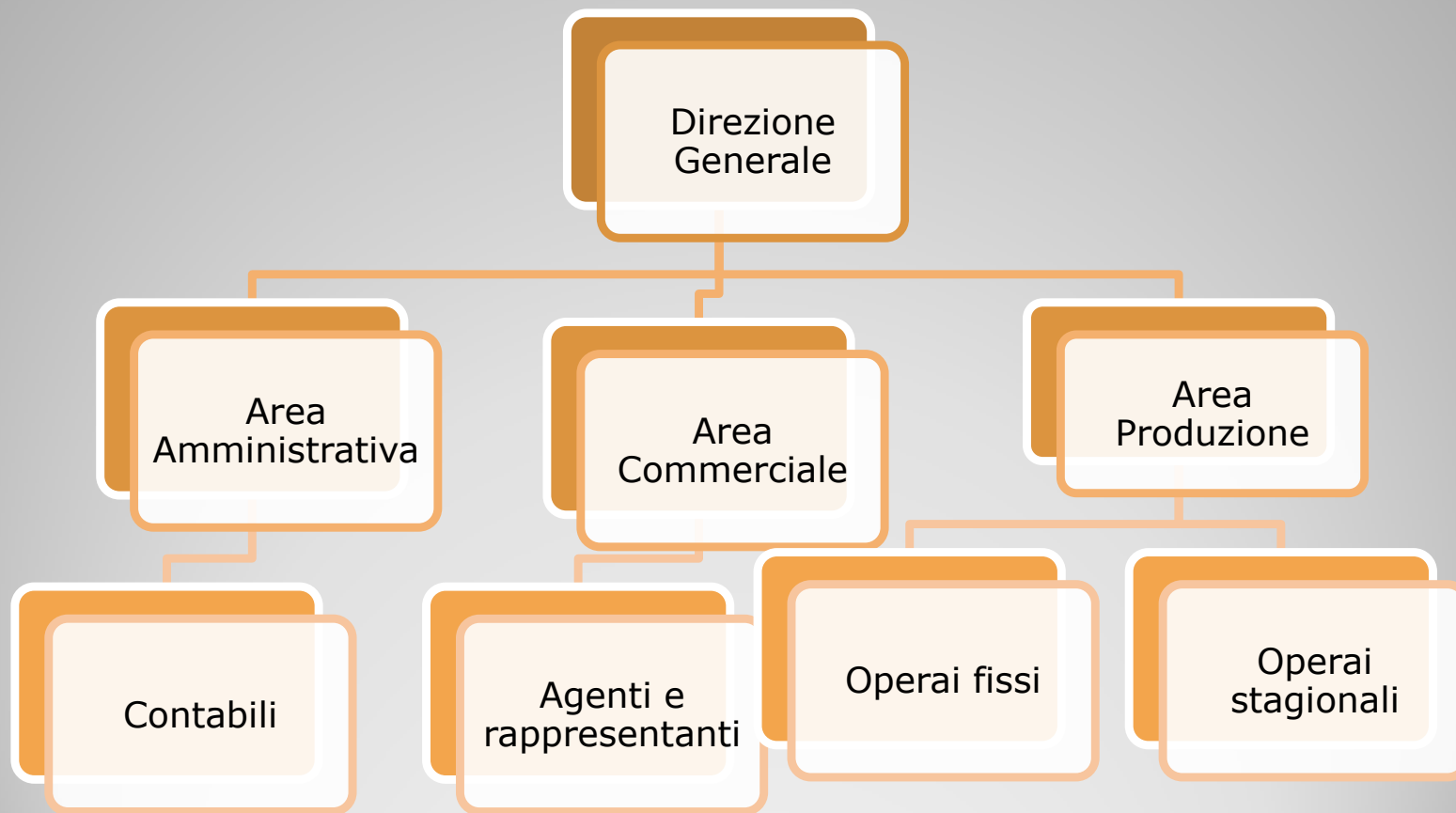
Inoltre la società intende avvalersi di maestranza altamente qualificate locali.

Questa struttura aziendale garantirà un'ottimizzazione di tempi, di costi e le responsabilità anche in termini di *problem solving*.

Per un totale organico a regime di n. 15 unità stabili più n. 40 operai stagionali, come di seguito dettagliato.

Eurofrutta 2001 Srl – L'organizzazione dei fattori produttivi

Nello schema che segue si riporta l'organigramma della Società Eurofrutta 2001 S.r.l.



Eurofrutta 2001 Srl – L'organizzazione dei fattori produttivi

Il processo per ottenere preparazioni di vegetali freschi pronti per il consumo è piuttosto semplice, consistendo in operazioni di mondatura, lavaggio, taglio, pesatura e imballaggio.

La trasformazione in IV gamma può essere fatta in catena continua: lavorazione, distribuzione, vendita, consumo. Diversi prodotti possono essere gestiti in catena discontinua, con fasi di conservazione prima o dopo la lavorazione oppure con diversi gradi di lavorazione non realizzati nello stesso luogo.

La deperibilità dei prodotti lavorati rispetto a quelli intatti e la qualità che devono avere per l'uso previsto, condizionano la distanza degli impianti di trasformazione rispetto ai luoghi di consumo e di produzione.

Di seguito un diagramma a blocchi che descrive il ciclo di produzione di Eurofrutta 2001 Srl

Eurofrutta 2001 Srl – L'organizzazione dei fattori produttivi



Eurofrutta 2001 Srl – L'organizzazione dei fattori produttivi

Le strategie commerciali che si intendono perseguire in termini di differenziazione del prodotto/processo rispetto alla concorrenza, politica dei prezzi di vendita, canali/rete di distribuzione da utilizzare, eventuali azioni promozionali e pubblicitarie con indicazione dei relativi costi.

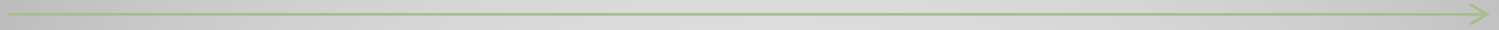
La qualità assoluta del prodotto, l'organizzazione commerciale strutturata e capillare, personale altamente qualificato, la tracciabilità della materia prima faranno sì che l'azienda si possa posizionare come leader nel suo mercato di riferimento per la completezza e la competenza della struttura organizzativa.

Eurofrutta 2001 Srl – L'organizzazione dei fattori produttivi

La società in questi anni di attività ha acquisito un buon merito creditizio fra i maggiori istituti bancari del luogo.

Infatti, il programma di investimento previsto verrà coperto per il 25% da risorse proprie e per la restante parte da ricorso a finanziamento di terzi.

IL MERCATO



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

La società Eurofrutta 2001 opera e opererà nel mercato agroalimentare, precisamente nel settore ortofrutticolo. Il settore ortofrutticolo Italiano con una produzione per il 2009 di oltre 31 milioni di tonnellate e un valore di 11,5 miliardi di euro, si pone al primo posto nella realtà Europea e al sesto nella realtà mondiale. Nonostante le sue buone performance in termini di produzione sia a livello europeo, sia a livello mondiale, il settore ortofrutticolo Italiano da anni è impegnato in una sfida senza precedenti. La globalizzazione costringe le imprese Italiane a doversi confrontare con competitors che sostengono costi più bassi, ma allo stesso tempo rappresenta un'opportunità per l'accesso a nuovi mercati.



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

I fattori critici del mercato sono:

- Difficoltà da parte delle imprese di raggiungimento e mantenimento di più elevati standard qualitativi delle produzioni, anche dal punto di vista organolettico.
- Forte competizione dei Paesi del Bacino del Mediterraneo e delle altre aree in via di sviluppo.
- Difficoltà di aggregazione dell'offerta controllate dai produttori attraverso le OP (Offerte Pubbliche) e di forme organizzative di queste capaci di raggiungere masse critiche adeguate alle esigenze della distribuzione.
- Mancanza di una cultura della logistica e conseguentemente di servizi adeguati ai canali distributivi moderni.
- Elevato grado di non conformità dei prodotti agli standard qualitativi richiesti dal cliente, dovuto anche ad una cattiva gestione della catena del freddo.
- Mancanza di forme associative per la gestione delle produzioni di qualità certificata (Dop, Igp, Bio).

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

I punti di forza del mercato sono:

- Presenza di produzioni che sono riconosciute dal mercato come “eccellenze”, molte delle quali hanno già il riconoscimento IGP o DOP e che possono valorizzare maggiormente la qualità del prodotto italiano anche sui mercati esteri.
- Presenza di produzioni integrate e biologiche in espansione, capacità tecnologica e produttiva, e condizioni pedo-climatiche dell'Italia permettono di ottenere una vastissima gamma di prodotti di buona qualità.
- Elevato grado di diversificazione produttiva (specie e varietà coltivate).
- Buon livello di specializzazione produttiva, sufficientemente diffuso sul territorio.
- Presenza di un'impresitoria giovanile orientata alle innovazioni.
- Potenziale capacità di rispondere alle mutevoli e diversificate richieste dei mercati.

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- Fascia di aziende di maggiori dimensioni su buoni livelli di organizzazione e meccanizzazione, più competitive sul mercato.
- Strutture di trasformazione che per le loro dimensioni, le caratteristiche organizzative e produttive sono in grado di instaurare dei duraturi rapporti con la GDO.
- Esistenza di una fascia consolidata di medie imprese, con buoni livelli di tecnologia, i cui prodotti sono in grado di competere sui mercati esteri.

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

I punti di debolezza del mercato sono:

- Struttura aziendale nazionale molto polverizzata (ridotte dimensioni aziendali).
- Scarsa organizzazione e bassa concentrazione dell'offerta su gran parte del territorio nazionale
- Mancanza di una attività di produzione di serra moderna, specie nelle regioni del centro-sud, che potrebbe rappresentare un motore per l'ulteriore sviluppo di queste filiere.
- Carenza di impianti irrigui e/o tecniche di irrigazione adeguate alle coltivazioni.
- Debole posizione contrattuale dei produttori nei confronti del mercato e dei soggetti a valle.
- Inadeguatezza strutturale dei mercati ortofrutticoli all'ingrosso rispetto alla base produttiva.

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

Le priorità di intervento si possono sintetizzare nei seguenti punti:

- Riduzione dei costi di produzione attraverso l'uso di fonti energetiche alternative e rinnovabili, nuove tecniche colturali.
- Incremento concorrenza attraverso il potenziamento di circuiti brevi strutturati (mercati alla produzione).
- Strategie di marchio per la valorizzazione delle produzioni nazionali.
- Nuovi livelli di efficienza della rete distributiva e sistemi di trasporto intermodale.
- Coesistenza di canali distributivi moderni con quelli tradizionali ed ottimizzazione dei sistemi logistici.
- Moderne piattaforme commerciali polifunzionali tese ad agevolare tutte le attività commerciali.
- Implementazione strategie di marketing.

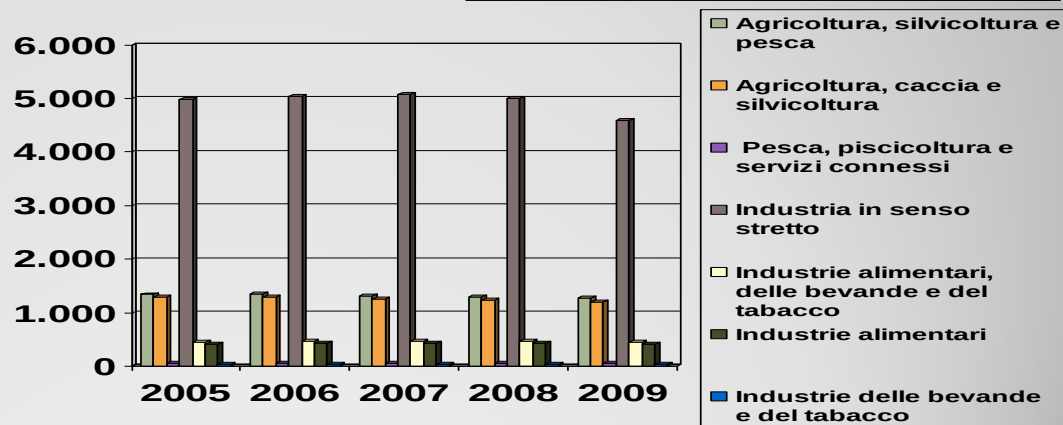
Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

Molto importante è il ruolo che l'intero settore agroalimentare, di cui fa parte il sottosettore ortofrutticolo, svolge riguardo al problema occupazionale. Studi e ricerche effettuati da ossevatori regionali e dall'ISME dimostrano che il settore agroalimentare ha una capacità di "attivare" occupazione all'interno del nostro sistema economico di gran lunga maggiore di quella di altri settori. La tabella nella slide successiva mostra in modo analitico l'impatto occupazionale del settore agroalimentare. Dalla tabella si evince che il settore agroalimentare dal punto di vista occupazionale è abbastanza stabile, infatti se si analizzano i dati occupazionali

nei diversi anni si nota un

Trend occupazionale
Costante nei diversi
sottosettori
agroalimentari.

TREND OCCUPAZIONALE DEL SETTORE

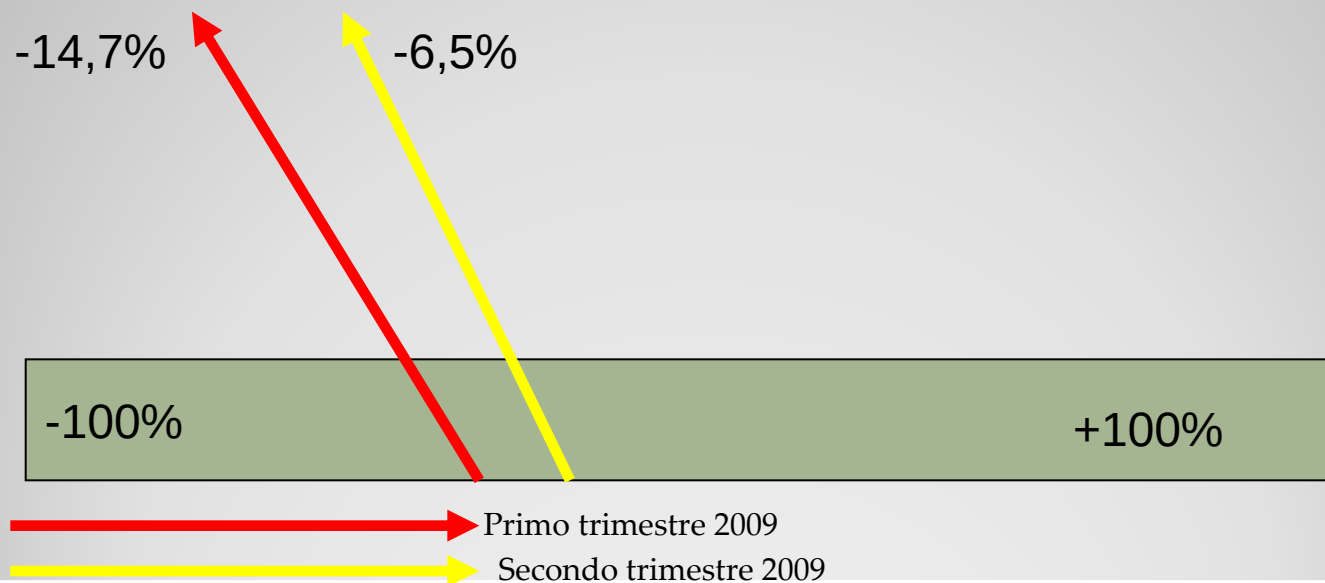


Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

Unità di lavoro Totali	2005	2006	2007	2008	2009
Agricoltura, Silvicoltura e Pesca	1.345.000	1.361.000	1.321.000	1.294.000	1.271.000
Agricoltura, Caccia e Silvicoltura	1.290.000	1.303.000	1.263.000	1.236.000	1.212.000
Pesca, Piscicoltura e Servizi connessi	56.000	58.000	59.000	58.000	59.000
Industria in senso stretto	4.986.000	5.034.000	5.072.000	5.001.000	4.594.000
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	461.000	469.000	475.000	478.000	456.000
Industrie alimentari	422.000	430.000	436.000	439.000	419.000
Industrie delle bevande e del tabacco	39.000	39.000	40.000	39.000	38.000
Totale	24.412.000	24.789.000	25.026.000	24.930.000	24.270.000

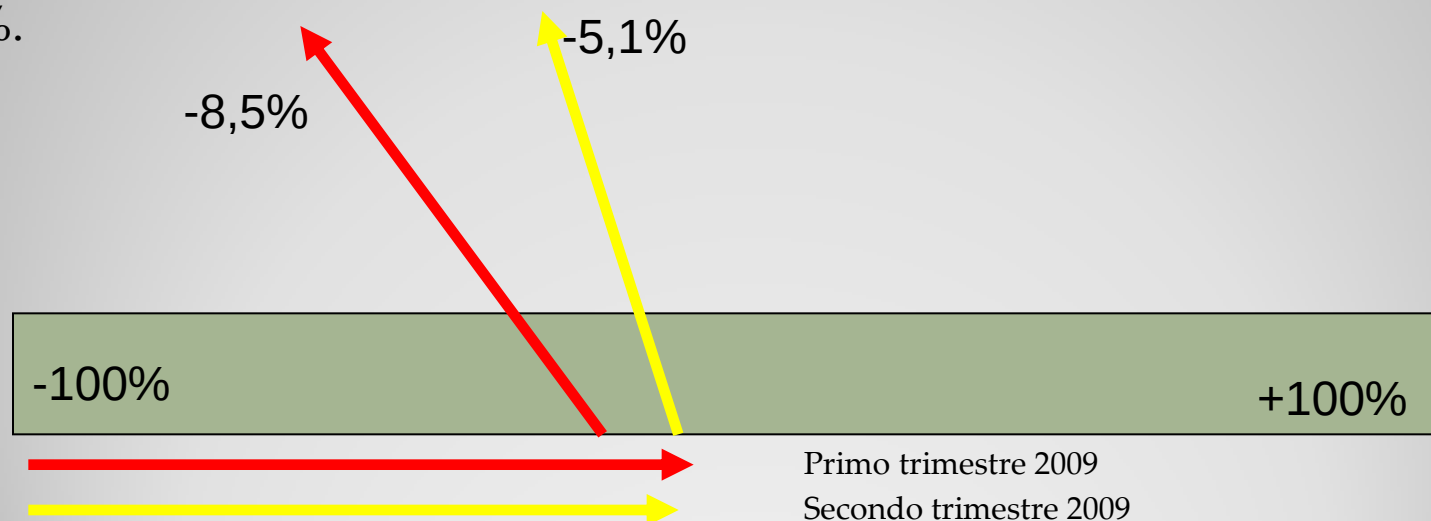
Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

Gli indici di produzione dell'intero settore agroalimentare mostrano segnali di ripresa in un contesto generale di rallentamento del ritmo della crisi. Dall'indagine trimestrale Ismea emerge un quadro complessivamente in netto miglioramento sul clima di fiducia dell'industria agroalimentare italiana. L'indice che misura la confidence degli operatori del settore resta negativo a -6,5, ma guadagna otto punti rispetto al trimestre precedente e riduce a 9 punti lo svantaggio rispetto allo stesso periodo del 2008.



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

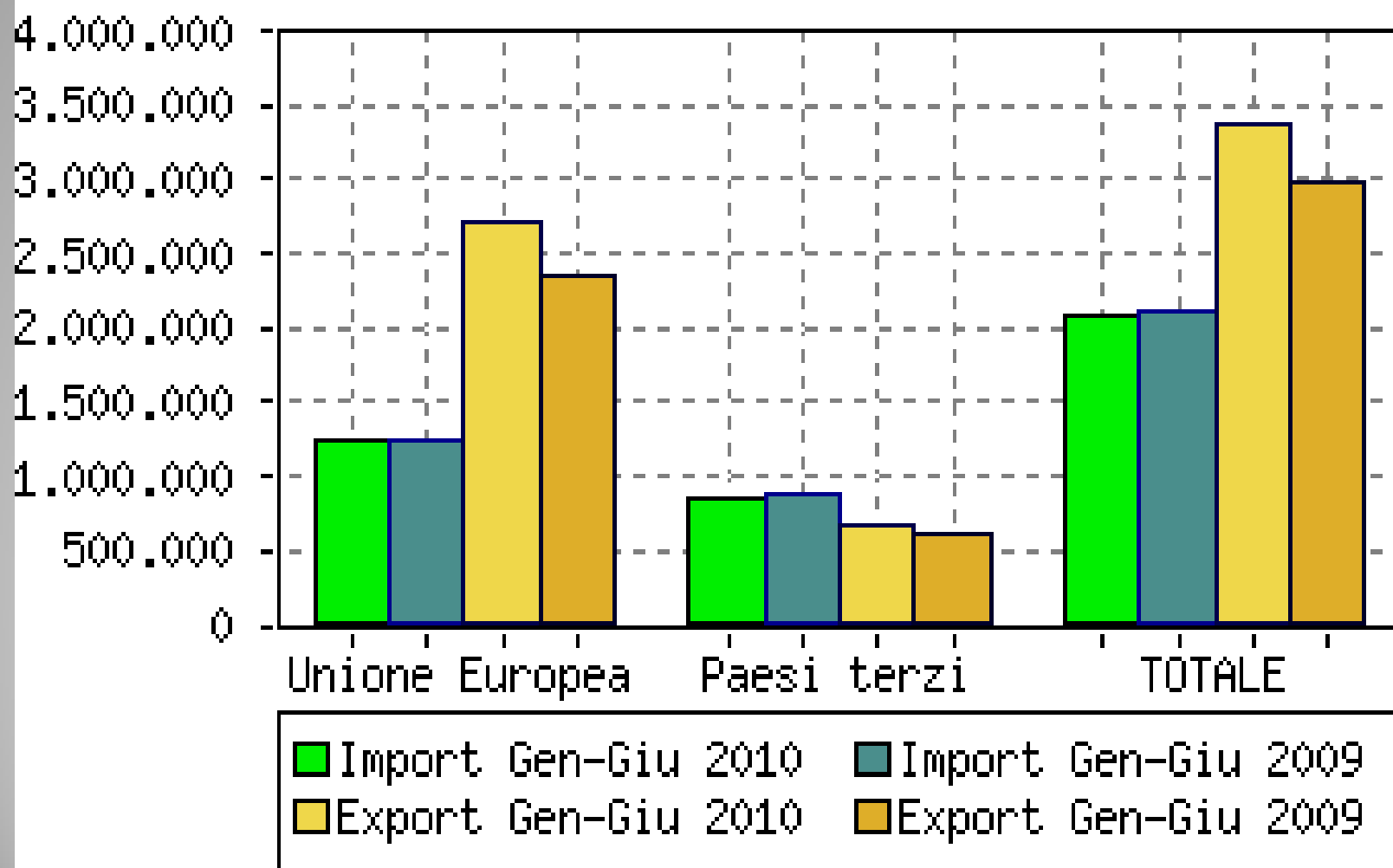
Dagli studi si evince che dopo il trend negativo del 2008 e dei primi tre mesi del 2009, nel secondo trimestre del 2009 si ha un'inversione di tendenza, in termini di andamento degli ordini e delle scorte di magazzino, che si riducono avvicinandosi al livello normale del periodo. A livello settoriale, l'indagine evidenzia che il miglioramento congiunturale della fiducia ha interessato maggiormente le industrie delle acque minerali e delle bevande analcoliche, quelle della pasta e del riso. Tuttavia, anche l'industria della trasformazione ortofrutticola ha registrato un trend positivo infatti il suo indice di confidence pur rimanendo negativo ha registrato un miglioramento passando da -8,5% a -5,1%.



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

In un mercato ormai da anni globalizzato dove le importazioni e le esportazioni giocano un ruolo molto importante sull'accumulo delle riserve nazionali, bisogna evidenziare l'importante contributo che il settore agroalimentare fornisce alla nostra bilancia commerciale. Infatti, nonostante l'ingresso di nuovi competitors nel mercato europeo e mondiale che riescono a commercializzare il loro prodotto a prezzi più bassi a causa dei costi minori, i players nazionali e soprattutto quelli pugliesi sono riusciti ad esportare una quantità di prodotti quasi doppia di quella importata. Un ruolo molto importante è stato svolto dalle piccole-medie imprese pugliesi che secondo fonti Istat hanno aumentato di 38,8% le loro esportazioni nei primi nove mesi del 2010 rispetto allo stesso periodo del 2009. Nel dettaglio: nei primi tre trimestri 2010 il valore in euro dell'interscambio commerciale internazionale dei prodotti agricoli ammonta ad oltre 400 milioni di euro. Nello stesso periodo del 2009, il valore dell'export mondiale ammontava a poco più di 288 milioni.

IMPORT AND EXPORT DEL SETTORE AGROALIMENTARE



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- La tendenza della struttura distributiva alimentare del sud italia ad allinearsi a quella delle regioni settentrionali, procede con modalità e tempi diversi da regione e regione. Nel caso pugliese il processo è ad uno stadio avanzato rispetto alla media delle altre regioni meridionali, soprattutto grazie al dinamismo delle piccole medie imprese che operano sia in maniera autonoma sia tramite associazioni e consorzi. is
- Distretto industriale agroalimentare
- La Puglia è una importante produttrice di ortofrutta e fornitrice della distribuzione moderna italiana ed europea. La solo Puglia produce quasi il 20% dell'ortofrutticoltura italiana tra cui il 75% dell'uva da tavola e circa il 30% dei principali ortaggi e insalate. La Puglia, infatti, è tra le prime regioni italiane produttrici di ortaggi con un'estensione territoriale produttiva di circa 168000 ettari, pari al 17% della superficie ortofrutticola nazionale; l'espansione di tali colture è stata favorita non solo dalla possibilità di collocamento dei prodotti sui mercati nazionali, ma soprattutto da una crescente importanza degli sbocchi esteri.

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- La Puglia, si ricorda, è la prima Regione del Mezzogiorno (la seconda in Italia) ad esportare prodotti agroalimentari in Germania, primo Paese destinatario dell'export agricolo italiano e pugliese fra gli Stati dell'area euro, ed eccellente trampolino di lancio per i mercati vicini dell'Europa centrale ed orientale. Il comparto pugliese rappresenta un quinto dell'ortofrutticoltura nazionale: il 70% dell'uva italiana proviene, infatti dalla Puglia così come un terzo dei pomodori, dei cavolfiori e dei carciofi. Secondo i dati Istat, la media produttiva annua dell'ultimo decennio si attesta intorno alle 42 mila tonnellate di frutta, ortaggi e verdure prodotte nella campagna del Tavoliere, della Murgia, del Sud-Est barese e del Salento

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

Nonostante gli innumerevoli progressi che il settore ortofrutticolo Pugliese ha compiuto negli ultimi 15 anni la rete attualmente esistente non appare comunque sufficiente a fronteggiare il collocamento della produzione disponibile. Infatti ormai da anni le richieste del mercato sono cambiate e le attuali tendenze fanno prevedere un aumento di consumo degli ortaggi variamente conservati.

Studi scientifici, ricerche e discussioni hanno consacrato il prodotto ortofrutticolo pugliese come uno dei più brillanti nei prodotti della IV gamma, che come è ormai noto è un settore alimentare in forte evoluzione, in quanto capace di offrire una serie di servizi incorporati (convenience foods) che rispondono perfettamente alle nuove esigenze del mercato.

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- Ed è proprio in questo contesto che le imprese pugliesi, e soprattutto le piccole-medie imprese che rappresentano la colonna portante della economia regionale, devono ampliare e potenziare le proprie quote di mercato puntando soprattutto ad una strategia di differenziazione dato che il prodotto pugliese è tra quelli più apprezzati a livello europeo e mondiale come hanno potuto benissimo osservare gli studiosi del settore alla fiera mondiale dell'ortofrutta tenutasi a Berlino dal 3 al 5 Febbraio 2011.



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- Il mercato di riferimento della società Eurofrutta 2001 Srl è soprattutto quello brindisino.
- Dal punto di vista dell'offerta:
- Il mercato ortofrutticolo Brindisino rappresenta uno dei punti di forza del mercato ortofrutticolo Pugliese grazie soprattutto al “Carciofo Brindisino(IGP)” e ai vari network che la provincia di Brindisi sta instaurando con varie realtà oltre mare, tra cui i più importanti sono quello con l'Egitto e quello con l'Albania.



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- La città di Brindisi e la sua provincia vantano una gastronomia ricca di sapori freschi e genuini, con prodotti di mare e di terra che tra loro riescono a trovare un giusto ed ideale equilibrio. Erbe spontanee ed ortaggi freschi si trasformano in deliziosi piatti, talvolta abbinati alla pasta fresca di grano duro, oppure vengono trasformati e conservati grazie all'ottimo olio extra vergine di oliva, prodotto in zona. Formaggi, carni e pesce fresco arricchiscono un menù semplice ma intenso nei sapori, dove non manca il buon pane casereccio. Frutta fresca per ogni stagione, appena raccolta, ed i dolci, che vengono preparati per le feste, concludono il pasto della tipica cucina mediterranea, con un bicchiere di buon vino dolce, Aleatico di Puglia o l'ottimo Primitivo dolce.

Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- **Olio di Oliva:** Olio di eccellente qualità, con tradizioni olivicole millenarie, sviluppate da tempo di Greci e Romani. L'olio prodotto nella parte più a Nord della provincia ha ricevuto il riconoscimento DOP- Denominazione d'Origine Protetta – “Collina di Brinidisi” è ottenuto da olive di varietà Ogliarola barese (almeno il 70%), Cellina di Nardo', Coratina, Frantoio, Leccino e altre varietà per la restante parte. L'olio prodotto nella restante zona della provincia, con il riconoscimento DOP “Terra d'Otranto”, si ottiene da olive Cellina, Saracena, e ogliarola leccese o salentina.



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

- **Vino:** Dalla nobile viticoltura di origine antichissime, si ottiene un prodotto simbolo della storia e dell'economia locale. Grazie alle caratteristiche del terreno particolarmente favorevoli, Brindisi ha sempre avuto una ricca tradizione vinicola, tramandata nei secoli, dai Micenei ai Romani, fino ad arrivare alle attuali produzioni di qualità che hanno ottenuto le denominazione d'Origine Controllata e comprendono il “Brindisino Rosso”, “Brindisino Rosso Riserva” e “Brindisino Rosato”.



Eurofrutta 2001 Srl – Il mercato

Dal punto di vista della domanda la società Eurofrutta 2001 S.r.l è riuscita negli ultimi anni ha diversificare il proprio bacino clienti specializzandosi nella fornitura di Ristoranti, Mercati, Supermercati, e Villaggi turistici senza dimenticare i bisogni dei dettaglianti che sempre rappresentano una parte non insignificante dei proprio portafoglio clienti.



EUROFRUTTA 2001 S.r.l.

SEDE LEGALE : Carovigno (BR) Via San Michele Salentino num 10

CAP: 72012

CODICE FISCALE: 0194000746

NUMERO REA: BR 110089