



Roma, 21 marzo 2007

Elia Fiorillo
Presidente UNASCO

Ambasciatori Palace Hotel



Campagna finanziata con il contributo dell'Unione Europea e dell'Italia

La Distribuzione alimentare

- Il 90% del mercato del confezionato è acquistato nella distribuzione moderna. 5 super centrali GDO e 5 sedi discount rappresentano l' 80% del 90%.



La Distribuzione alimentare

offerta



Che ci piaccia o no il “collo d’imbuto” della GDO e dei Discount è un percorso obbligato per tutti.

E’ indispensabile concentrare l’offerta

L'OBIETTIVO STRATEGICO

Da **FORNITORI DI COMMODITY**
A **PARTNER DI FILIERA**

INTERNALIZZANDO SERVIZI NEL PRODOTTO



Parole chiave per il futuro dell'olivicoltura

- Restituire valore aggiunto al settore primario-internalizzare servizi reali al prodotto: **gestirli all'interno della filiera dalle OP.**
- Definire una disciplina unica della produzione, al fine di determinare gli standard qualitativi per creare sinergia fra gli operatori della produzione: **una sola OC per il settore olivicolo.**
- In un mercato trasparente il Consumatore deve poter riconoscere la qualità: **Sinergia con le istituzioni pubbliche.**





Grazie per l'attenzione

Elia Fiorillo
Presidente UNASCO

