

Eletto il nuovo presidente

UNAS • Il Gruppo della filiera dei surgelati ha nominato per i prossimi 4 anni Renato Bonaglia della Alcass

L'assemblea dell'Unione Nazionale Alimenti Surgelati (UNAS) di UnionAlimentari-Confapi tenutasi recentemente a Verona ha provveduto alla nomina del nuovo presidente nella persona di Renato Bonaglia, Amministratore Delegato di Alcass, e del nuovo Direttivo.

Particolarmente importante il ruolo svolto dal Presidente uscente Romana Tamburini della Surgital sia nella costituzione del gruppo sia nella guida in questi primi 4 anni per le varie iniziative ed attività svolte in favore del settore del frozen.

Restano chiaramente immutati gli obiettivi di UNAS-UnionAlimentari nella tutela e promozione degli interessi della filiera dei surgelati e di tutti gli attori coinvolti, dalle imprese di trasformazione agli operatori logistici.

L'elezione all'unanimità di Renato Bonaglia per i prossimi 4 anni rappresenta un veloce passaggio del testimone, in quanto comunque la past president Romana Tamburini promotrice del rinnovamento delle cariche, svolgerà comunque un ruolo attivo in qualità di membro del consiglio direttivo, ruolo svolto dallo stesso Bonaglia nel corso del precedente mandato.

Oltre a Bonaglia e Tamburini sono stati nominati a far parte del consiglio direttivo: Giuseppino Marinangeli della CGM, Daniele Pavesi della Lutoso Italia, Vania Gagliardini della Skalo, Nicola Sartor della Surmont, Stefano Tomasi della SVAT,

continua a pag. 8

Numero 2 - 7



a partire da
50 PEZZI

NEED COLD AND BE COOL

FROM STORE TO DOOR

- ideale per il trasporto aereo**
mantenimento dei parametri di temperatura necessari
- sistema di qualità certificato**
ISO 9001, contatto alimentare, energy safe, first touch
- configurazioni flessibili**
personalizzazioni in dimensioni, stampa, etc.

> scopri e prova frozybag.com

Societ a di  ccomando di Andrea Salvetti "Frozybags" 2014

FROZY
YOUR THERMAL BAGS

continua da pag. 7

Luca Dovo della Tonitto 1939. Il neo eletto Presidente Renato Bonaglia nel suo intervento in seguito all'elezione, oltre al doveroso ringraziamento nei confronti del presidente uscente, ha espresso <<viva soddisfazione per la disponibilità manifestate verso le attività di UNAS dagli imprenditori presenti; abbiamo iniziato un percorso impegnativo e virtuoso e sono certo che tuteleremo al meglio l'intera filiera dei surgelati, rappresentata in Italia da molte realtà capaci e talvolta poco conosciute. Mi auguro soprattutto che aumenti negli imprenditori la consapevolezza dell'associazionismo, spesso poco percepita nel nostro Paese. I responsabili delle aziende devono comprendere che le associazioni non sono un'entità astratta, nè uno stereotipo che deve risolvere i loro problemi o, peggio ancora, un luogo comune da richiamare ogni volta come capro espiatorio delle proprie difficoltà o inefficienze. L'associazione è una diversa dimensione di impegno imprenditoriale, difficile ed impegnativa, ma che è ancora l'unica via per avvicinare temi di comparto ove la singola impresa, anche se gran-



Il neo presidente UNAS, Renato Bonaglia

de, da sola è impotente. L'associazione può svolgere importanti compiti per lo sviluppo delle imprese e va capito che raramente questi risultano monetizzabili dagli associati nel breve periodo. Dobbiamo far crescere questa consapevolezza, ed impegnarci a vivere il gruppo in pri-

ma persona per indirizzarne correttamente l'operato e rendere l'associazione più forte. A questo si aggiunge anche la funzione di stimolo grazie a proficue occasioni di confronto e crescita personale. Auspicio quindi che il numero di imprese che decida di unirsi e condividere il nostro

progetto sia sempre maggiore e con ruoli sempre più attivi, visto che spesso impegnati e assorbiti dalla nostra attività imprenditoriale faticiamo a comprendere l'importanza di agire a livello istituzionale, a tutela di un ordinato sviluppo di tutto il nostro settore>>.

Istat: segnali positivi a gennaio

L'Istat certifica la ripresa dei consumi alimentari. Le vendite al dettaglio infatti, nel mese di gennaio, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, sono aumentate del 2,9 %, con un forte e significativo incremento del 5,6 % per i Discount, ma con un buon + 3,6 % anche per Grande Distribuzione ed un non disprezzabile + 0,6 % per i piccoli negozi. Crescita dello 1,1 % anche per il non food, guidata da un + 3,2 % della GD. Segnale dunque incoraggiante, tenuto conto che la spesa alimentare rappresenta per importanza la seconda voce del budget familiare dopo l'abitazione ed ha un effetto trainante per tutta l'economia.

