



Italian Food for Life



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA



# Italian Technology Platform on Food for Life

*sintesi della*

*Vision al 2020 e oltre  
(Un'Agenda Strategica di Ricerca)*

Board, Roma 20 luglio 2007

## **VISION DELLA PIATTAFORMA TECNOLOGICA NAZIONALE «ITALIAN FOOD FOR LIFE»**

**Introduzione di Luigi Rossi di Montelera  
Ex- Presidente di Federalimentare  
Ex vice – Presidente della CIAA**

**e di Silvio Ferrari  
Vice- Presidente di Federalimentare**

### **L'INDUSTRIA ALIMENTARE IN ITALIA: LE PMI E LA SFIDA DELL'INNOVAZIONE**

L'Industria alimentare italiana – che Federalimentare rappresenta attraverso le sue 20 Associazioni di categoria aderenti a Confindustria – è uno dei pilastri dell'economia nazionale: rappresenta il secondo settore manifatturiero del nostro Paese con 113 miliardi di fatturato (di cui 17,81 di export) e 32.300 imprese, delle quali 6.450 con più di 9 dipendenti e 2.600 sopra i 20 dipendenti. Gli addetti sono oltre 390.000.

Insieme ad agricoltura, indotto e distribuzione, l'Industria alimentare è al centro della prima filiera economica del Paese. Inoltre acquista e trasforma il 70% delle materie prime agricole ed è universalmente riconosciuta come ambasciatrice del Made in Italy nel mondo dal momento che quasi l'80% dell'export agroalimentare italiano è rappresentato da prodotti industriali di marca.

Il settore vanta punti di forza importanti e la sua immagine costituisce un patrimonio molto apprezzato in Europa e nel mondo, articolato in un invidiabile ventaglio di offerta di prodotti di alta qualità e su una schiera di prodotti a denominazione di origine protetta o controllata che troviamo al “top” dei mercati internazionali. Un successo dovuto ai legami della produzione alimentare italiana col territorio e col patrimonio culturale del Paese, agli alti standard di sicurezza e qualità, oltre che alla capacità di unire tradizione e innovazione costante di processo e di prodotto. Non è casuale che il settore sia oggetto di vistosi fenomeni di contraffazione e imitazione, soprattutto su mercati ricchi ed esigenti come quello americano e nord-europeo.

Tuttavia, nonostante i dati positivi del 2005, il settore è penalizzato da alcuni gap strutturali che frenano la crescita e la capacità di competere dell'Industria alimentare. Fattore principale di limitazione dello sviluppo dell'Industria alimentare è l'eccessiva frammentazione della struttura produttiva, ancora prima degli altri nodi che stringono tutto il nostro sistema di imprese (carenze infrastrutturali e logistiche, eccessivi costi di produzione a partire dall'energia, scarsa qualità dell'offerta di servizi per le imprese). Il settore è caratterizzato da una estrema frammentazione, che vede solo il 20% delle aziende oltre la soglia dei 9 addetti e le restanti 30.000 unità vincolate a una dimensione così piccola (3-9 addetti) da rendere impensabile qualsiasi forma di competitività con le dinamiche globalizzate adottate dai nostri concorrenti.

Appare evidente che la dimensione è uno dei principali ostacoli alla capacità delle nostre aziende di investire in ricerca e innovazione o di accedere ai processi di trasferimento alle imprese dell'innovazione tecnologica. Mentre un impulso forte al trasferimento delle innovazioni di processo e di prodotto contribuirebbe a migliorare il posizionamento della competitività della nostra Industria alimentare, soprattutto delle Piccole e Medie Imprese.

Basti pensare che circa un quarto (24%) del fatturato dell'agroalimentare è costituito proprio da prodotti per i quali l'innovazione costituisce un fattore essenziale e che incorpora il maggiore valore aggiunto: si tratta della gamma del cosiddetto tradizionale evoluto, sughi pronti, oli aromatizzati, condimenti freschi, surgelati, etc., e dei veri e propri nuovi prodotti, ossia alimenti ad alto contenuto salutistico e di servizio. Se consideriamo le tendenze in atto nei modelli di consumo alimentare, questa componente di prodotti più "evoluta" è destinata ad aumentare il proprio peso rispetto al cosiddetto alimentare classico (pasta, conserve, formaggi, vino, olio), che attualmente costituisce circa due terzi del fatturato totale del settore (66%), mentre il rimanente 10% è rappresentato dai prodotti a marchio di origine e, in misura molto minore, dai prodotti biologici. Se il mercato interno comincia perciò a dimostrare che la ricerca e l'innovazione sono una delle leve del progresso, quello internazionale ci dice che senza capacità d'innovazione il rischio di finire fuori mercato diventa sempre più concreto, soprattutto per le nostre commodities.

È indubbio, quindi, che il successo dei nostri prodotti nasce dalla capacità degli imprenditori di coniugare tradizione e innovazione, dedicando il giusto rilievo alla ricerca applicata. Nel corso degli anni le nostre aziende alimentari hanno, infatti, utilizzato la tecnologia più moderna, adeguandola alle ricette gastronomiche tradizionali, in modo da rendere possibili prodotti facili da preparare, con standard di sicurezza sempre più elevati e un alto livello di qualità. Risultati possibili solo destinando ogni anno risorse alla ricerca: un impegno economico che equivale non solo ad un investimento sul futuro, ma anche ad una immediata risposta alle richieste del consumatore nell'ambito dell'Italian Style.

Il mercato italiano ed internazionale dei prodotti alimentari sarà influenzato sempre di più dalle trasformazioni della società (soprattutto dal suo invecchiamento e dalla sua individualizzazione), dai cambiamenti delle abitudini alimentari e dei ritmi di vita. Proprio per questo l'Industria alimentare italiana è costantemente impegnata ad andare incontro ai consumatori fornendo prodotti adatti alle più diverse necessità nutrizionali, come anche alle differenti occasioni di consumo, e che permettano al consumatore di compiere scelte consapevoli e di seguire una dieta adatta al proprio stile di vita e all'attività fisica svolta. Gli stessi consumatori, soprattutto quelli italiani ed europei, sono sempre più in grado di riconoscere il valore intrinseco di ciò che comprano, dalla scelta delle materie prime, agli aspetti tecnologici, all'attenzione rivolta al corretto utilizzo ambientale delle risorse naturali, alla logistica e al packaging, nell'ottica di un concetto di qualità globale.

Proprio per rispondere a queste esigenze Federalimentare, già impegnata a Bruxelles nel coordinamento della Piattaforma tecnologica europea "Food for Life", ha avviato insieme alla CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane) e in collaborazione con l'Università di Bologna, ENEA Biotec, l'INRAN, Tecnoalimenti e con gli attori più rappresentativi del settore agroalimentare in Italia, la Piattaforma tecnologica nazionale "Italian Food for life". Si tratta di uno strumento nato con l'obiettivo di incentivare la ricerca e l'innovazione tecnologica nel settore agroalimentare a livello nazionale in modo da rafforzare le basi scientifiche e tecnologiche della nostra Industria alimentare, favorendone lo sviluppo e la competitività internazionale, soprattutto a servizio della Piccola e Media Impresa. La Piattaforma tecnologica "Italian Food for life" costituisce un'opportunità unica non solo per promuovere il coordinamento delle attività di ricerca in materie di alimenti e nutrizione, garantendone sia la direzione, sia una massa critica sufficiente, ma anche per assicurare il trasferimento delle conoscenze alle imprese

La promozione della cultura dell'innovazione, della ricerca e della formazione è senza dubbio la chiave di volta per l'affermazione dei nostri prodotti in Italia e all'estero. Stiamo

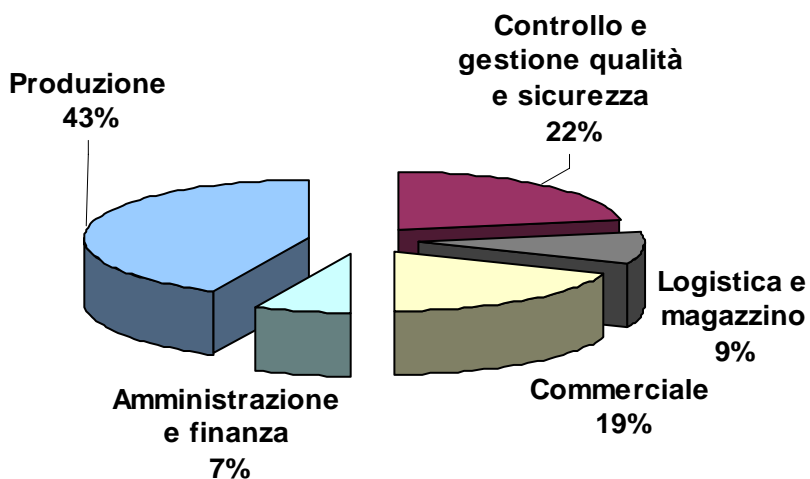
parlando di quello che sarà riconosciuto come il Made in Italy alimentare del futuro, che oggi deve passare attraverso la specializzazione, la ricerca e il progresso tecnologico per affermarsi, domani, come un “nuovo classico” nel quale s’impone la nostra capacità, tutta italiana, di elaborare cultura e conoscenza, innovazione e tradizione.

## L'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA

### Composizione dell'occupazione diretta (stime 2006)

Controllo e gestione qualità e sicurezza	85.800
Logistica e magazzino	35.100
Commerciale	74.100
Amministrazione e finanza	27.300
Produzione	167.700
<b>Total</b>	<b>390.000</b>

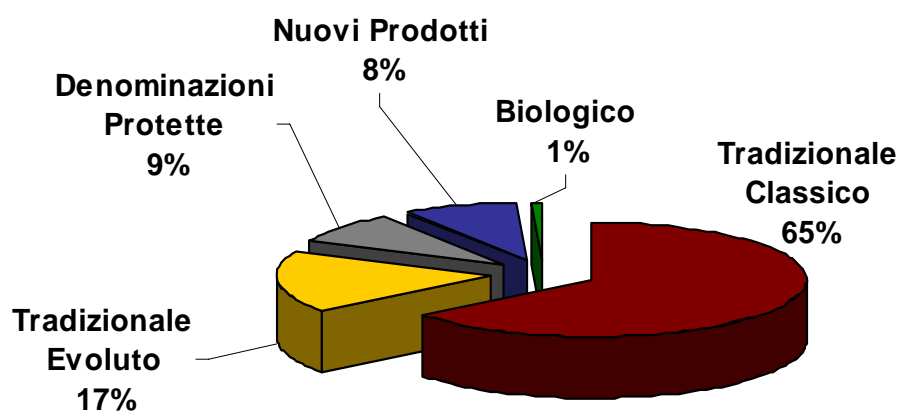
Fonte: Centro Studi Federalimentare 2006



## FATTURATO PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (STIME 2007)

Tradizionale classico	73,5	65%	
Tradizionale evoluto	19,2	17%	
Denominazioni protette	10,2	9%	(di cui 2,9 mld € di export)
Nuovi prodotti	9,1	8%	
Biologico	1	1%	
<b>Totale</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>	(di cui 17 mld di € di export )

Fonte: Centro Studi Federalimentare 2006



**INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA****LE CIFRE DI BASE  
(valori correnti)**

<b>2007 (stime)</b>		<b>2006</b>
113 miliardi € (+2,7%)	<b>Fatturato (valore)</b>	110 miliardi € (+2,8%)
+0,5 %	<b>Produzione (quantità)</b>	+0,4 %
+0,7%	<b>Produzione (quantità) a parità g. lavorative</b>	+0,8%
da 3 addetti in su) di cui 6.450 industriali (con oltre 9 addetti)	<b>Numero imprese</b>	32.400 da 3 addetti in su) di cui 6.500 industriali (con oltre 9 addetti)
390.000 di cui 256.000 dipendenti	<b>Numero addetti</b>	400.000 di cui 260.000 dipendenti
17, 81 miliardi € (+6,0%)	<b>Esportazioni</b>	16,80 miliardi € (+10,8%)
14,45 miliardi € (+5,0%)	<b>Importazioni</b>	13,76 miliardi € (+8,0%)
3,36 miliardi (+10,5%)	<b>Saldo</b>	3,04 miliardi € (+25,6%)
201 miliardi (+2,1%)	<b>Totale consumi</b>	197 miliardi € (+2,6%)
2° posto (12%) dopo settore metalmeccanico	<b>Posizione all'interno dell'industria manifatturiera italiana</b>	2° posto (12%) dopo settore metalmeccanico
lattiero caseario (14,4 miliardi di €)dolciario (11,6 miliardi di €) vinicolo industriale (7,9 miliardi di €)trasformaz. carne (7,8 miliardi di €)	<b>Primi 4 settori dell'industria alimentare italiana</b>	lattiero caseario (14,2 miliardi di €) dolciario (11,4 miliardi di €) vinicolo industriale (7,8 miliardi di €) trasformaz. carne (7,7 miliardi di €)

Fonte: Elaborazioni e stime Federalimentare su dati ISTAT 2006 - 2007

## La Vision 2020

### (L'Agenda Strategica di Ricerca)

#### 1. ALIMENTI E CONSUMATORE

##### *Rendere la scelta sana la più semplice*

**1. Valutare le attitudini alimentari dei consumatori.**

L'attività di ricerca relativa alle attitudini dei consumatori può aumentare la competitività delle PMI fornendo un quadro più chiaro delle loro esigenze, e favorire lo sviluppo del prodotto alimentare con un approccio più pragmatico e meno teorico.

**2. Sviluppare modelli globali inerenti i processi di scelta alimentare dei consumatori.**

L'azione si sviluppa attraverso lo svolgimento di un'analisi interdisciplinare dei determinanti dei modelli alimentari e dei maggiori drivers che condizionano i mutamenti in corso nelle abitudini alimentari degli italiani.

**3. Sviluppare strategie atte a indurre cambiamenti comportamentali diretti a migliorare la salute dei consumatori e ad accrescere la responsabilità sociale (attraverso la scelta di alimenti più salutari).**

Una priorità della politica europea e mondiale è quella di informare i consumatori sui rischi per la salute correlati a scelte alimentari scorrette, al fine di ridurre non solo le malattie (diabete, obesità ecc), ma anche gli alti costi in termini economici che da queste dipendono e che stanno crescendo sensibilmente.

**4. Promuovere un'interazione efficace con le associazioni dei consumatori e con i consumatori direttamente attraverso la comunicazione e la partecipazione pubblica.**

Si rende necessaria un'efficace azione di sviluppo di tutti gli strumenti che permettano al consumatore di recuperare e rafforzare la fiducia nel settore alimentare.

**5. Capire il comportamento del consumatore in relazione alla salute e all'alimentazione.**

Questa priorità è strettamente legata ai punti 2 e 3 e ha lo scopo di valutare la comprensione e la conoscenza da parte del consumatore delle tematiche alimentari e nutrizionali (piramidi alimentari, etichettatura) in modo da sviluppare una strategia di comunicazione efficace.

**6. Capire il comportamento dei consumatori in relazione alla qualità degli alimenti e alla loro produzione.**

Attraverso un'accurata analisi delle aspettative dei consumatori in relazione alla qualità dei prodotti alimentari e dei fattori che influenzano tali aspettative si può giungere a una migliore comprensione del comportamento dei consumatori.

- 7. Capire le preoccupazioni dei consumatori inerenti la sicurezza alimentare.**  
Identificare e sviluppare strumenti che aiutino il consumatore a comunicare in maniera più efficace le proprie preoccupazioni in materia di sicurezza alimentare.
- 8. Capire il comportamento dei consumatori in relazione alla sostenibilità della produzione alimentare.**  
Il tema della sostenibilità è un pilastro della piattaforma “Food For Life” ed è legato alla crescente consapevolezza dei consumatori in merito alla dimensione etica della produzione alimentare. La ricerca deve quindi essere indirizzata verso lo studio delle aspettative, dei comportamenti e della ricettività dei consumatori nei confronti dei prodotti sostenibili.
- 9. Interagire con i consumatori al fine di valutare quanto siano disposti a spendere per i prodotti innovativi e per una catena alimentare che prenda in considerazione la sostenibilità dell’ambiente, l’etica, il commercio equo e la produzione con metodo biologico.**  
La sensibilizzazione dei consumatori nei confronti della produzione e del consumo di prodotti sostenibili, li renderà più consapevoli nelle loro scelte alimentari.
- 10. Individuare e testare nuovi metodi per comunicare i valori nutrizionali/altri a specifici gruppi di consumatori, con particolare attenzione ai cambiamenti nel “kitchen logic”.**  
L’industria alimentare si sta sempre più orientando verso lo studio del ruolo degli elettrodomestici e dell’industria energetica nell’ambito della modernizzazione della qualità dei prodotti alimentari, senza però ridurre il livello di sicurezza e la tradizionale relazione tra gli alimenti e le loro modalità di cottura.

## **2. ALIMENTI E SALUTE**

### ***Ideare e promuovere una dieta salutare***

- 1. Capire gli effetti della dieta sulle funzioni cerebrali.**  
La dieta condiziona lo sviluppo cerebrale e cognitivo del feto, dei neonati e dei bambini. Si rende quindi necessario uno studio approfondito dell’influenza del cibo sui meccanismi molecolari e cellulari dell’individuo, soprattutto al fine di contrastare l’insorgenza dell’obesità sin dalla tenera età.
- 2. Capire gli effetti della dieta sulle funzioni immunitarie e intestinali.**  
Il cibo è un fattore di influenza fondamentale sulle funzioni immunitarie e l’intestino è l’organo chiave del corpo umano per mantenerlo in salute e resistente. Lo studio dell’interazione tra diversi componenti alimentari bioattivi (quali fibre, antiossidanti ecc.) e le reazioni sul sistema immunitario e intestinale permette di determinare i componenti più adatti per una dieta salutare e combattere malattie come il cancro dell’intestino e del colon.
- 3. Capire il legame tra la dieta e le funzioni metaboliche (obesità e disordini metabolici associati).**

Lo scopo è di identificare gli effetti di alimenti e nutrienti specifici, e della loro composizione, struttura e proprietà sul sistema metabolico, di particolare importanza per contrastare l'insorgere delle malattie e dei disturbi metabolici.

**4. Capire la relazione tra la qualità dei prodotti di origine animale e la qualità dei mangimi.**

Migliorando la qualità dei mangimi per gli animali si migliora la qualità finale dei prodotti di origine animale come carne e latte, presenti nella dieta umana, al fine di renderla più salutare.

**5. Valorizzare le proprietà salutari degli alimenti tradizionali e innovativi.**

Utilizzando tecnologie dolci e caratterizzando le proprietà e i componenti nutraceutici nelle materie prime e negli alimenti (composti bioattivi) si valorizzano le proprietà salutari degli alimenti tradizionali e innovativi.

### **3. QUALITÀ E PRODUZIONE DEGLI ALIMENTI**

***Offrire al consumatore cibi di qualità, adatti alle più svariate occasioni di consumo, con un alto valore aggiunto in termini di confezionamento e di servizio.***

**1. Produrre alimenti su misura.**

La sfida per l'Industria alimentare europea nei prossimi decenni è quella di fornire al consumatore alimenti che ne rispecchino le preferenze, i consensi e i bisogni. Per raggiungere questo obiettivo, attraverso lo studio delle più moderne tecnologie si giungerà a prodotti alimentari bilanciati e salutari che soddisfino le richieste dei consumatori in termini sensoriali e di convenienza economica.

**2. Migliorare la progettazione degli imballaggi, il processo produttivo e il suo monitoraggio.**

Le innovazioni nel campo della progettazione degli imballaggi, del processo produttivo e del suo monitoraggio hanno lo scopo di aumentare la competitività dei prodotti alimentari europei e di rispondere alle richieste dei consumatori, sia in termini di rapporto tra convenienza economica e qualità, sia per quanto riguarda la sempre crescente attenzione verso il problema dell'impatto ambientale.

A questo scopo vengono studiate le più moderne tecnologie e i componenti della biotecnologia e degli estratti di piante e animali.

**3. Migliorare la comprensione delle relazioni processo- struttura- proprietà.**

Una migliore comprensione di queste relazioni permetterà la creazione di prodotti alimentari su misura attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie di lavorazione.

## 4. SICUREZZA ALIMENTARE

### *Garantire ai consumatori alimenti sicuri di cui possano fidarsi.*

- 1. Valutazione e monitoraggio dei rischi biologici conosciuti ed emergenti.**  
Lo studio della natura e del comportamento di agenti patogeni e di altri microorganismi indesiderati nella catena alimentare consente di attivare specifiche misure di controllo per fronteggiare la valutazione dei rischi.
- 2. Valutazione e monitoraggio dei rischi chimici conosciuti ed emergenti.**  
Un controllo efficace dei rischi chimici (come per esempio i metalli pesanti, i farmaci veterinari ecc) all'interno degli schemi di sicurezza alimentare, richiede nuove conoscenze riguardo ai pericoli effettivi che essi rappresentano e nuovi strumenti per la loro gestione.
- 3. Valutazione del rischio e valutazione rischi-benefici nella catena alimentare.**  
Il settore alimentare deve riuscire a valutare i rischi e i benefici associati al consumo di determinati alimenti, inclusi quelli tradizionali, e comunicare queste informazioni, in termini di conoscenze e perizia, ai vari stakeholder della catena alimentare.
- 4. Sviluppo di strumenti atti a garantire la sicurezza della catena alimentare.**  
Lo scopo è di migliorare ulteriormente la sicurezza degli alimenti sul mercato attraverso lo sviluppo di strumenti adeguati per la prevenzione, il controllo, la tracciabilità, l'autenticità e la protezione degli alimenti (da adulterazione e bioterrorismo) nei vari punti della catena alimentare. Lo sviluppo di nuove tecnologie per la sicurezza alimentare e protocolli internazionali concorrono a tale scopo.

## 5. SOSTENIBILITA' DELLA PRODUZIONE

### *Raggiungere la sostenibilità della produzione alimentare.*

- 1. Studiare la sostenibilità della produzione alimentare e dei sistemi di approvvigionamento in Italia.**  
La comprensione delle caratteristiche dello scenario in cui deve avvenire la produzione alimentare sostenibile è fondamentale per poter operare in esso e per questo è stata istituita la LCA (Life Cycle Assessment) che si occupa di identificare e quantificare l'impatto ambientale di singoli prodotti e servizi.
- 2. Studiare gli scenari futuri della produzione alimentare e dei sistemi di approvvigionamento in Italia.**  
Lo studio dei diversi scenari dipendenti dai cambiamenti mondiali in termini di ambiente, economia e società e della loro futura evoluzione permette di identificare i fattori rilevanti per la sostenibilità della produzione alimentare nei singoli Paesi.

**3. Promuovere lo sviluppo di processi e imballaggi sostenibili e di una distribuzione sostenibile.**

Gli attuali sistemi di imballaggi e distribuzione non rispondono strettamente ai requisiti di sostenibilità ambientale, mentre è importante utilizzare nuovi strumenti tecnologici che riducano gli sprechi di acqua ed energia e siano meno dannosi per l'ambiente.

**4. Promuovere lo sviluppo e la realizzazione di un modello di produzione primaria sostenibile.**

Si devono individuare i fattori di maggiore pressione ambientale, sociale ed economica che influiscono sulla produzione primaria sostenibile (agricoltura, bestiame e pesca) e analizzarli per giungere a nuovi sistemi di produzione.

**5. Riciclare e valorizzare il surplus dell'Industria alimentare, dei sottoprodotti e dei rifiuti.**

Gli sprechi attuali nell'Industria alimentare riducono significativamente la sostenibilità dei prodotti, mentre le materie grezze, i surplus e i rifiuti possono essere convertiti, tramite adeguati trattamenti, in biomolecole di alto valore ai fini di aumentare la sostenibilità della catena alimentare.

## **6. GESTIONE DELLA FILIERA ALIMENTARE**

**1. Individuare possibili scenari futuri.**

Poiché il settore alimentare e l'ambiente circostante sono in fase di continui e dinamici cambiamenti, è di primaria importanza avere un quadro costantemente aggiornato dei possibili scenari futuri, tenendo conto dei più probabili sviluppi sia positivi che negativi.

**2. Stabilizzare i mercati e le dinamiche di filiera.**

Creare e preservare un rapporto di fiducia sia nelle relazioni business-to-business sia tra la produzione alimentare e i consumatori è la chiave fondamentale per stabilizzare i mercati e creare un ambiente innovativo e dinamico per gli sviluppi della filiera.

**3. Migliorare il potenziale innovativo della catena alimentare.**

Un punto di forza del sistema alimentare europeo è la sua varietà e qualità; la ricerca deve quindi puntare alla promozione dell'innovazione della filiera e del network tenendo conto delle diversità regionali e nazionali.

**4. Sostenere la competitività attraverso l'integrazione.**

Nel mercato alimentare sempre più globale e complesso, l'idea di un'integrazione organizzativa e gestionale è fondamentale per ottenere un alto livello di competitività nei mercati futuri e comprende un'ampia gamma di situazioni (comunicazione, gestione, economia, relazioni commerciali, ecc.) che legano le imprese verticalmente e orizzontalmente nella catena alimentare su scala regionale e globale.

**5. Partecipazione dei piccoli produttori alle innovazioni che interessano la catena alimentare.**

I piccoli produttori devono essere coinvolti nei processi di sviluppo e innovazione della catena alimentare, adeguando la propria produzione agli standard dei mercati occidentali in materia di qualità e sicurezza mantenendo le proprie caratteristiche in termini di efficienza e competitività.

## **7. COMUNICAZIONE, FORMAZIONE E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO**

**1. Comunicazione.**

La comunicazione è un punto di primaria importanza per stabilire un costante ed efficace dialogo con la società e le diverse Piattaforme Nazionali. A questo scopo vengono organizzati regolarmente seminari e incontri che coinvolgono anche i media scientifici.

**2. Formazione e educazione.**

La formazione è fondamentale per diffondere e conservare il patrimonio di conoscenze.

L'attività include il coinvolgimento di organizzazioni professionali che assicurano uno scambio efficace di conoscenze ed esperienze tra il mondo accademico e l'industria.

**3. Trasferimento Tecnologico.**

Il trasferimento tecnologico, inteso come rete di comunicazione tra le Industrie alimentari europee, è considerato la chiave per i futuri successi. A tal fine è fondamentale che il dialogo sia veicolato da Mediatori Tecnico Scientifici (TSM) che utilizzando le migliori procedure creino un ponte tra la scienza e le industrie.

# ORGANIGRAMMA

