

CON L'ADESIONE
DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

E CON IL PATROCINIO DI



Presidenza del Consiglio dei Ministri



Ministero dello Sviluppo Economico



*Ministero delle Politiche Agricole
Alimentari e Forestali*



*Ministero dell'Ambiente
e della Tutela del Territorio e del Mare*

ENEA

ENTE PER LE NUOVE TECNOLOGIE,
L'ENERGIA E L'AMBIENTE



FEDERALIMENTARE

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

25°

SOCI AGGREGATI
FEDERALIMENTARE

AGRICONSULTING

Soluzioni per la Conoscenza e lo Sviluppo nelle PMI (Agricoltura, Agricoltori e Aziende)



ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ



ICQ HOLDING SpA

FIERE di PARMA



Istituto Italiano Alimenti Surgelati

Apertamente
L'INDUSTRIA
ALIMENTARE
IN ITALIA
APRE LE PORTE
AL PUBBLICO



GUSTO RESPONSABILE

10-15 novembre 2008

25° ANNIVERSARIO DI FEDERALIMENTARE APERTAMENTE "GUSTO RESPONSABILE"

RELAZIONE DEL PRESIDENTE GIAN DOMENICO AURICCHIO

ROMA, 5 NOVEMBRE 2008

Gentili Signore e Signori, Autorità, Colleghi ed Amici,

dal 10 al 15 novembre cento stabilimenti alimentari italiani apriranno le porte al pubblico, dando vita alla terza edizione di “Apertamente”, in concomitanza con la celebrazione dei primi 25 anni di vita della nostra Federazione.

Abbiamo deciso di celebrare i 25 anni raccontando ai consumatori quanta responsabilità c'è nel “gusto” dei prodotti che si consumano ogni giorno sulle nostre tavole. Responsabilità intesa come attenzione alla sicurezza dei prodotti, alla trasparenza nei processi produttivi, alla ricerca costante della qualità, ad un'informazione al consumatore chiara e dettagliata e al rispetto dell'ambiente. Elementi indipendenti tra loro, ma tutti riconducibili ad una comune matrice di responsabilità d'impresa.

Federalimentare ha sempre voluto evidenziare questi elementi, centrali nelle politiche produttive delle nostre aziende. Del resto, in questo ultimo quarto di secolo si sono compiuti passi importantissimi sulla strada di un atteggiamento sempre più consapevole nei confronti del consumatore, della salute e dell'ambiente. Ricostruirli significa raccontare un nodo cruciale della storia dell'Industria alimentare italiana e chiarire meglio le nostre strategie rispetto al futuro.

COME ERAVAMO

Federalimentare è nata nel 1983, grazie a una visione imprenditoriale lungimirante (alcuni protagonisti di quel periodo sono qui presenti, come Lorenzo Vallarino Gancia e Demetrio Corno). L'Italia è cresciuta in questo periodo, e l'ha fatto in modo marcato, ma anche discontinuo, tra sfide vinte, ritardi, e anche scelte di politica economica di cui il Paese soffre le conseguenze come, ad esempio, l'accumulo di un debito pubblico esorbitante.

Federalimentare è orgogliosa di rappresentare un settore industriale che ha dato una forte spinta all'ammodernamento e alla crescita del Paese. Il fatturato del settore è passato da 50 a 120 miliardi di euro. Le imprese sono salite da 5.800 a 6.500 e hanno raggiunto i 400.000 addetti. La produzione alimentare ha camminato con un passo decisamente più rapido e stabile di quella del comparto manifatturiero nel suo insieme, mostrando solide doti anticicliche. L'*export* è cresciuto da 7 a 20 miliardi di euro, mettendo a segno, anch'esso, *trend* di crescita superiori a quelli del Paese nel suo complesso.

L'Industria alimentare è stata protagonista del cambiamento dei costumi e degli stili di vita degli italiani. Nel 1983 la spesa delle famiglie italiane per consumi alimentari domestici mostrava un'incidenza sul totale dei consumi delle famiglie superiore al 26%. Nel 2008 tale incidenza è scesa a meno del 18%.

Questa evoluzione, tipica di tutte le società avanzate, risiede in un processo di ampliamento dei consumi connesso alla crescita del sistema, ma si collega anche al positivo effetto calmieratore che i prezzi alimentari hanno avuto in questo ciclo economico.

Nell'ultimo quarto di secolo i prezzi alimentari al consumo sono aumentati del 147%, contro il 163% dell'inflazione e il 233% dei servizi. E questo, mentre i prezzi alla produzione dell'Industria alimentare hanno fatto ancora meglio, segnando tassi ancora più bassi di quelli al consumo (+116%).

Dal 1983 al 2007, secondo le serie di contabilità nazionale fornite dall'Istat, risultano i seguenti cambiamenti nella composizione in valori costanti della spesa alimentare:

- aumentano il “pane e i cereali”, dal 10,7% al 18,8%; il comparto “acque minerali, bevande gassate e succhi”, dall'1,3% al 5,6%; la voce “zucchero, marmellata, sciroppi, cioccolata e pasticceria”, dal 4,3% al 6,6%; il “pesce”, dal 3,2% al 6,1%;
- restano stazionari “latte, formaggi e uova” ed in leggero calo la “carne” e le “bevande alcoliche”.

Va aggiunto che 25 anni fa l'84% della spesa alimentare era riservata ai consumi casalinghi. Solo il 16% era appannaggio di quelli extradomestici. Oggi questi ultimi sono raddoppiati e coprono un terzo dell'intera spesa alimentare. E' aumentato il *catering*, il canale *horeca*, mentre gli italiani hanno scoperto sempre più il piacere di uscire a cena al ristorante. E' nata un'eccellente ristorazione “*gourmet*”, guidata da grandi *chef* che sono saliti alla ribalta dei media.

Nel frattempo la spesa alimentare si è modificata anche a livello di canali distributivi. Mentre nel 1983 le vendite dei prodotti alimentari passavano per i piccoli esercizi oggi, dopo una crescita imponente, prevalgono di gran lunga la Grande Distribuzione e la Distribuzione Organizzata: la loro presenza, attraverso ipermercati, supermercati, *superettes*, *hard discount*, veicola ormai oltre il 73% dei prodotti alimentari del Paese.

Rispetto a 25 anni fa ci troviamo dunque di fronte a uno scenario alimentare profondamente diverso. L'Industria alimentare ha saputo interpretare le molteplici esigenze dei consumatori moderni. Ad esempio, alla crescita delle famiglie mononucleari e dei *single* l'Industria ha risposto con le confezioni monodose, alla riduzione del tempo dedicato alla cucina ha offerto la soluzione "cibi pronti" ad elevato contenuto di servizio.

E' evidente la preferenza dei consumatori italiani per prodotti per i quali la componente di servizio - da parte dell'Industria o della Distribuzione - è molto elevata. Tanto che circa un quarto (il 24%) del fatturato totale dell'Industria alimentare italiana fa riferimento ormai ai cosiddetti prodotti del "tradizionale evoluto" (sughi pronti, oli aromatizzati, condimenti freschi, surgelati, prodotti e piatti pronti, verdure in busta, ecc...) o a veri e propri "nuovi prodotti" (bevande energetiche, barrette dietetiche, yogurt probiotici). Mentre il 66% è relativo al cosiddetto alimentare "classico" o "tradizionale" e un altro 10% è assicurato da prodotti tipici e dal biologico.

Eppure, un quarto di secolo fa la situazione era ben diversa, con l'alimentare tradizionale e il "tipico" che coprivano l'85% del totale e il "tradizionale evoluto" e i "nuovi prodotti" che, con un 15%, cominciavano ad affacciarsi nei consumi degli italiani.

Indici significativi delle nuove abitudini degli italiani sono alcuni “carrelli-tipo” della spesa. Essi riassumono le tendenze emergenti relative all’andamento dei consumi alimentari odierni. Il carrello “Pronto” (sughi e piatti pronti, surgelati di carne e di pesce elaborati, sostituitivi del pane, ecc..) ha mostrato negli ultimi 5 anni una crescita del 47%. In parallelo, il carrello “Etnico” e quello “Salute” hanno fatto ancora meglio. Dal 2003 ad oggi l’“Etnico” ha aumentato le quantità vendute del 60%, mentre il paniere dei prodotti per la “Salute” (prodotti dietetici, salutistici e integratori alimentari) è cresciuto del 59%. Un’ulteriore tendenza delle nuove abitudini è riassunta dal carrello “Lusso”, che in un quinquennio è cresciuto di oltre il 40%, e che risulta composto da prodotti specifici e di alta qualità, come caviale e salmone, prosciutti e spumanti, aperitivi monodose e tanti altri, tra i quali i prodotti a indicazione geografica protetta (DOP, IGP, DOCG).

Nonostante alcune crisi che arrivano dall’estero e i *rumors* che, ciclicamente, portano sulle pagine dei giornali un susseguirsi di sospetti, veri e presunti, che toccano la sicurezza di alcuni prodotti alimentari, la fiducia del consumatore nei confronti del cibo resiste. Importanti, in questo senso, le parole con le quali Umberto Veronesi ha cercato di ristabilire il giusto equilibrio, tra eccezione e regola (“la scienza può e deve spiegare alla gente che il cibo nel mondo sviluppato non è mai stato sicuro come ora...”).

COME SIAMO

In questo contesto Federalimentare, in occasione di “Apertamente”, ha commissionato un nuovo Monitor Doxa dal titolo “Gusto responsabile”. Oltre 1000 interviste dirette a un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta di 15 anni dalle quali sono emersi risultati significativi.

Gli italiani si fidano del cibo che mangiano e di chi lo produce: il 73% si dichiara soddisfatto di ciò che mangia (con punte dell’80% negli abitanti del Centro Italia con livello d’istruzione superiore). Viene confermato di fatto il risultato (75%) di un’analoga indagine del 2004 e migliorato il valore (68%) registrato nell’autunno 2001.

Coerentemente, il 71% del campione dichiara di avere fiducia nei confronti della qualità dei prodotti alimentari e il 62% nei confronti dei controlli sulla qualità fatti dai produttori (anche qui il valore è invariato rispetto a 4 anni fa, ma in crescita rispetto al 2001).

All’Industria viene riconosciuto un primato, in fatto di sicurezza, che può apparire logico ma niente affatto scontato: il 51% degli italiani ritiene più sicuri, infatti, i prodotti offerti dall’Industria di marca rispetto a quelli acquistati dal contadino o in azienda agricola (preferiti solo dal 41% del campione).

Ma i consumatori cosa chiedono all’Industria, in fatto di qualità e sicurezza del prodotto? Più controlli sulle materie prime (51%, contro il 43% del 2004), più controlli nei punti vendita sulla scadenza e freschezza (dal 35% al 42%) e più controlli in tutte le fasi di

produzione (dal 19% al 23%). Insomma, il consumatore chiede di non abbassare la guardia e di continuare a presidiare quei concetti di sicurezza e qualità che sono al centro del “patto” tra chi compra e chi produce.

Inaspettatamente, non sembrano essere una priorità le maggiori informazioni contenute in etichetta, indicate ieri dal 30% e oggi solo dal 22% del campione. Invece, l’etichetta sembra interessare molto quando serve a orientarsi in tema di alimentazione e benessere: il 66% degli italiani ritiene infatti adeguate le informazioni che trova in etichetta per scegliere cibi coerenti con il proprio stile di vita.

Il rapporto industria-consumatore si è dunque molto evoluto e si è decisamente rafforzato nel tempo.

Intanto, i consuntivi di produzione e di *export* 2008 dovrebbero chiudersi su *trend* positivi, rispettivamente +5% e +10% in valuta, anche se più deboli di quelli emersi nella prima metà dell’anno. Mentre le previsioni 2009 del settore devono inevitabilmente confrontarsi con le insoddisfacenti prospettive di sviluppo del Paese e dell’economia globale.

Se, sul fronte dei prezzi alla produzione e al consumo continuerà a ridursi la “bolla” del 2008, su quello delle vendite alimentari non sono ipotizzabili rimbalzi significativi, dopo le flessioni dell’ultimo biennio. I possibili, parziali rientri dei prezzi alimentari al consumo non saranno sufficienti a ridare significativi impulsi espansivi alle vendite.

Non è prefigurabile, d'altronde, a compensazione del mercato interno, il sostegno di un forte *trend* espansivo dell'*export*, come avvenuto nella prima parte del 2008. Se la rivalutazione del dollaro aiuterà certamente la penetrazione su alcuni mercati importanti, la debolezza generalizzata della congiuntura mondiale non consentirà di contare su profili soddisfacenti e dinamici della domanda.

Oggi è necessario operare affinché vengano ridisegnati gli scenari di fondo e, in parte, le stesse regole del gioco, a livello mondiale e nazionale. I controlli finanziari internazionali devono essere resi più stringenti, ad evitare nuove cadute e rischi di impatto sull'economia reale. Il commercio mondiale deve finalizzare, dopo un negoziato durato otto anni, la riforma del WTO. Durante la scorsa estate si era arrivati a un passo dalla conclusione. Ora, pur di portare a casa qualche risultato, si sta pensando a intese plurilaterali, ma non multilaterali, abbandonando l'idea dell'accordo unico e integrale da parte di tutti i 153 membri dell'Organizzazione. L'esperienza insegna che è il commercio la locomotiva dello sviluppo. I tassi di crescita del commercio mondiale sono sempre stati superiori, spesso doppi, di quelli del PIL globale, esercitando su di esso una essenziale funzione di traino.

L'Europa ha già definito una serie di compromessi e di concessioni sul fronte agricolo e dei prodotti industriali. Manca uno sforzo finale da parte di alcuni importanti *player*, come gli USA e alcuni grandi Paesi emergenti. E manca il riconoscimento di procedure che assicurino protezione adeguata dal fenomeno della contraffazione ai nostri marchi e ai grandi prodotti di eccellenza del patrimonio produttivo alimentare: a cominciare da quello italiano e di alcuni Paesi europei, che hanno fatto della qualità scelta strategica e segno di riconoscimento. Anche l'*Health Check* della PAC dovrebbe ridare competitività alle filiere

europee, ed in tal senso il “Manifesto di Firenze”, firmato dalle 11 organizzazioni agroalimentari e sindacali, costituisce una tappa significativa della ritrovata convergenza del settore su obiettivi condivisi.

Ma quello che manca, sulla scorta dell’esperienza sempre più sofferta degli ultimi anni, è anche un quadro di riferimento più equilibrato sul fronte del commercio interno. Negli ultimi 25 anni la Distribuzione si è concentrata e ha incrementato la propria produttività e il proprio peso contrattuale attraverso la presenza crescente della GDO, che ormai veicola, come prima citato, oltre il 73% dell’alimentare: una percentuale quadruplicata rispetto a quello che rappresentava solo 25 anni fa.

Non è un caso se, nella catena del valore, il peso della distribuzione, dei trasporti e dei servizi è salito di quasi dieci punti nell’ultimo decennio, sfiorando il 60% del valore del prodotto finale. Questo spostamento è stato ottenuto a scapito della redditività dei primi due anelli della catena: quello agricolo e quello della trasformazione industriale. Ora, questo processo ha bisogno di efficienza e riequilibrio, nell’interesse della salute complessiva delle filiere e delle stesse garanzie offerte al consumatore. Va detto, infatti, che la scarsa redditività può finire col ridurre gli investimenti, la varietà, lo sforzo di innovazione e gli stessi alti livelli qualitativi della produzione nazionale. Le caratteristiche strategiche del *Made in Italy* alimentare non possono sopportare questi rischi, a pena di un grave snaturamento della sua identità e dello stesso rapporto di fiducia con il consumatore.

Federalimentare si sta adoperando perciò a favore della stesura di un protocollo di intesa con la Distribuzione che, sotto l’egida dei Dicasteri competenti e nell’assoluto rispetto della

libertà del mercato e dell'autonomia contrattuale fra le parti, conduca a regole contrattuali più trasparenti ed equilibrate. Lo stesso Parlamento europeo, nonché la Commissione europea, si stanno muovendo in direzione di nuovi provvedimenti diretti ad assicurare trasparenza commerciale, dopo quelli sui ritardi di pagamento e la pratica del sottocosto varati all'inizio di questo decennio, rivedendo la Direttiva 2000/35.

PERCHE' APERTAMENTE

E veniamo alla giornata di oggi e al lancio della terza edizione di "Apertamente", l'iniziativa con cui 100 stabilimenti rappresentativi del *Made in Italy* alimentare di qualità apriranno le porte al pubblico per ribadire l'impegno responsabile dell'Industria alimentare in termini di attenzione alla sicurezza, alla salute ed alla tutela dell'ambiente

LA SICUREZZA COME PRIORITA'. Fin dalla sua nascita la Federazione italiana dell'Industria alimentare, dando voce a un'esigenza espressa dalle 19 Associazioni di categoria e dalle 6.500 aziende di riferimento, ha posto la sicurezza dei prodotti alimentari come "pre-requisito" e punto cardine della sua azione, a conferma della responsabilità assunta nei confronti del consumatore.

La sicurezza infatti è un vero e proprio "pre-requisito" alla base di ogni scelta e strategia dell'Industria alimentare italiana che impegna in attività di analisi e di controllo circa 60.000 addetti, il 15 % del totale, con un investimento di oltre 2 miliardi di euro l'anno. Ogni giorno 2 milioni e 770 mila analisi e controlli giornalieri vengono effettuati dalle circa 6.500 aziende alimentari italiane: una media di oltre 400 analisi giornaliere ad azienda. A

ciò si affiancano gli importanti (e continui) investimenti in attività di Ricerca e Sviluppo. Basti pensare che oggi la spesa annua dell'Industria alimentare a favore dell'innovazione di prodotto e di processo è pari ad oltre 1,8 miliardi di euro (circa l'1,6% del fatturato dell'intero settore). Ma quest'impegno e questi investimenti non possono essere disattesi: l'Industria, a tutela della sua immagine e della salute del consumatore, deve isolare quei soggetti che operano in maniera sleale all'interno della catena alimentare, minando la fiducia del consumatore e gettando discredito su intere categorie. Questi operatori a monte e a valle dell'Industria troveranno il sistema associativo fermo e risoluto, troveranno la vigilanza ed il controllo pubblici allertati, troveranno un consumatore informato ed esigente.

ALIMENTI SEMPRE PIÙ A MISURA DI SALUTE E BENESSERE. Altrettanto alto è l'impegno dell'Industria alimentare nel dare risposte concrete alle nuove sensibilità del consumatore, sia valorizzando la tradizione alimentare mediterranea (es. pane, pasta, formaggi, olio di oliva, pomodoro, vino, ecc.), sia facendo leva sull'innovazione di prodotto per ottenere continui miglioramenti in termini qualitativi, ciò che ha portato all'immissione sul mercato europeo di oltre 4.000 prodotti nuovi o riformulati "a misura di salute", anche con meno grassi, meno colesterolo, meno zuccheri e meno sale.

Un impegno accompagnato ("Guadagnare Salute"), per rendere queste scelte più evidenti e leggibili, anche dall'adozione sempre più frequente dell'etichettatura nutrizionale, che ha contribuito significativamente al miglioramento quali-quantitativo delle abitudini alimentari dei consumatori, favorendo lo sviluppo di un modello alimentare sempre più equilibrato.

Qualche dato ad avvalorare questa evoluzione poco nota al grande pubblico: negli ultimi 30 anni diminuisce di metà il consumo di alcol, raddoppia il consumo di pesce e ancor di più cresce il consumo di verdure di quarta gamma e di alimenti caratterizzati in chiave salutistica.

LA SENSIBILITÀ AMBIENTALE AL CENTRO DELLE SCELTE DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE. L'attenzione per l'ambiente dal quale l'Industria alimentare ricava le materie prime agricole che trasforma è sempre più al centro delle scelte politiche, produttive e sociali.

La tutela degli ecosistemi e il corretto uso delle risorse costituiscono una priorità per le aziende alimentari che vantano il primato nella certificazione dei sistemi di gestione ambientale e sono costantemente impegnate nella riduzione degli impatti della loro attività mediante l'uso dei sottoprodotti, l'innovazione tecnologica, l'ottimizzazione dei processi, la prevenzione, il riciclo e il recupero dei rifiuti, in particolare degli imballaggi e dell'energia.

Basti pensare ai progressi realizzati negli ultimi 10 anni nel miglioramento del *packaging* alimentare in direzione di un minore utilizzo delle materie prime (- 40%), di una razionalizzazione della logistica (- 17% dei costi) e di un incremento del 10% del riciclo, mediante il contributo dell'Industria alimentare al sistema virtuoso del CONAI e dei Consorzi di filiera. Lo stesso dicasi per i programmi colturali, di allevamento e di gestione delle produzioni agricole concordati con gli imprenditori a monte della catena alimentare, oramai incentrati sui temi della sostenibilità e del benessere.

CONCLUSIONI - RICHIESTE AL GOVERNO

Sicurezza e qualità dei prodotti, corretta informazione del consumatore, tutela dell'ambiente, tre aree che dimostrano l'impegno e la crescita delle nostre aziende sia a livello nazionale, che europeo ed internazionale, in un contesto sempre più competitivo, negli ultimi 25 anni.

Infatti l'Industria alimentare tiene fede al suo destino europeo, rappresentato validamente a Bruxelles dalla Confederazione delle Industrie Agroalimentari dell'UE (CIAA), ed è contraria alle tentazioni politiche protezionistiche e localistiche che talvolta affiorano nel dibattito istituzionale o legislativo, temendo fenomeni di regressione difensiva, sia nazionale che addirittura regionale, sui temi del Mercato Unico europeo, ambiente di crescita e sviluppo delle nostre imprese da decenni. Questo vale per le deroghe alla sicurezza alimentare nelle Piccole e Medie Imprese dell'artigianato e del commercio, così come per le imposizioni in materia di etichettatura dell'origine.

La spinta al federalismo non deve compromettere l'esigenza di avere un'unica sicurezza alimentare ed un'unica politica alimentare e nutrizionale per tutti i cittadini, nonché una regia centrale delle attività di promozione all'estero e delle politiche comunitarie.

La responsabilità individuale e la libertà d'impresa devono rimanere principi costanti dell'azione di Governo, soprattutto in un periodo in cui paure ed insicurezze spingono alcune realtà sull'esempio nordeuropeo a legiferare in materia di consumi, di comunicazione commerciale e di comportamenti alimentari: il nostro Paese deve mantenere alta la bandiera

dell'autoregolazione e dell'antiproibizionismo che hanno nel tempo, in particolare nell'alimentare, dimostrato la loro maggiore efficacia.

Prendiamo atto con rammarico che il termine della delega conferita al Governo per il riassetto delle disposizioni vigenti in materia di prodotti alimentari (c.d. Codice Alimentare) è inutilmente scaduto. Ciò rappresenta un'occasione persa, non solo per l'Industria alimentare che, su iniziativa di Federalimentare, con il contributo di un gruppo d'eminenti giuristi e in collaborazione con l'allora Ministero delle Attività Produttive, aveva elaborato un testo condiviso, ma anche e soprattutto per il consumatore italiano, e per la Pubblica Amministrazione, che avrebbero tratto solo benefici dall'applicazione di una normativa semplificata, dalla riduzione degli oneri burocratici – oltre tremila norme da abrogare - e dalla razionalizzazione delle attività di vigilanza e controllo. Auspichiamo pertanto che il Governo porti a compimento le iniziative volte alla semplificazione e alla razionalizzazione normativa in materia alimentare, approvando da subito il necessario percorso derivante dalla legislazione delegata.

Ma razionalizzare significa anche ridurre le inefficienze e ottimizzare le sinergie, agevolando e valorizzando quei soggetti pubblici già titolari di competenze sulla sicurezza alimentare, con particolare riguardo all'Istituto Superiore di Sanità per la valutazione del rischio, costituendone l'interfaccia nazionale all'EFSA.

La nostra esperienza e la nostra collaborazione con il sistema delle Fiere di Parma ci suggerisce di potenziare il coordinamento degli enti fieristici e degli enti preposti alla promozione all'estero dell'agroalimentare italiano, ed in particolare le attività dell'ICE, di

Buonitalia e delle Regioni, unitamente alle sedi diplomatiche. Buonitalia deve continuare ad accompagnare l'ICE e le Regioni evitando di confluire in altri enti altrettanto efficaci ma con finalità ben diverse, soprattutto in vista dello sforzo corale per l'Expo 2015.

All'Esecutivo l'auspicio di seguire con attenzione l'Industria alimentare italiana, secondo settore manifatturiero a livello nazionale. Le nostre imprese hanno bisogno di politiche di sviluppo ad esse specificamente riferite. Il fenomeno cui stiamo assistendo presso l'esecutivo europeo, ove la Commissione Impresa finalmente dedica appositi programmi all'incentivazione della competitività del comparto alimentare (*High Level Group*), deve riprodursi anche a livello governativo italiano. In tal senso chiediamo con forza un rinnovato impegno volto a riaffermare la storica e primaria competenza del Ministero dello Sviluppo Economico, non solo su temi tecnico-commerciali quali etichettatura, presentazione e pubblicità degli alimenti, nonché del Ministero degli Esteri, unitamente al Commercio Estero, per seguire i temi della promozione dei prodotti e delle imprese sui mercati più promettenti e, non ultimo, il Ministero del Welfare, per la sicurezza alimentare, sua esclusiva competenza, non solo da mantenere ma da valorizzare.

Cari colleghi, altri 25 anni per continuare a portare nel mondo il *Made in Italy* alimentare e creare valore alla nostre filiere, patrimonio di questo Paese.