



Apertamente

L'INDUSTRIA
ALIMENTARE
IN ITALIA
APRE LE PORTE
AL PUBBLICO



GUSTO RESPONSABILE

10-15 novembre 2008

LA SICUREZZA COME PRIORITÀ
CIBI SEMPRE PIÙ A MISURA DI BENESSERE E SALUTE
L'AMBIENTE COME RISORSA E OPPORTUNITÀ

VIAGGIO ALLA SCOPERTA
DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA:
LA RESPONSABILITÀ
A FAVORE DEL CONSUMATORE



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare



L'INDUSTRIA ALIMENTARE È LA SECONDA INDUSTRIA DEL PAESE:

⇒ **120 MILIARDI DI EURO DI FATTURATO INDUSTRIALE
DI CUI ⇒ 20 MILIARDI DI EURO DI EXPORT**

⇒ **400.000 ADDETTI**

⇒ **6.500 IMPRESE**

⇒ **PRODUCE 60 MILIARDI DI PASTI L'ANNO
PER ⇒ 210 MILIARDI DI EURO DI CONSUMI**



GUSTO RESPONSABILE

10-15 novembre 2008

LA SICUREZZA COME PRIORITÀ

CIBI SEMPRE PIÙ A MISURA DI BENESSERE E SALUTE

L'AMBIENTE COME RISORSA E OPPORTUNITÀ

VIAGGIO ALLA SCOPERTA

DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA:

LA RESPONSABILITÀ

A FAVORE DEL CONSUMATORE



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

25°

QUANDO IL GUSTO DIVENTA RESPONSABILE

UNA SETTIMANA – DAL 10 AL 15 NOVEMBRE – PER RACCONTARE AI CONSUMATORI QUANTA RESPONSABILITÀ C'È NEL “GUSTO” DEI PRODOTTI ALIMENTARI CHE, OGNI GIORNO, ARRIVANO SULLE NOSTRE TAVOLE.

LA MANIFESTAZIONE “APERTAMENTE. L'INDUSTRIA ITALIANA APRE LE PORTE AL PUBBLICO” TORNA QUEST'ANNO ALL'INSEGNA DELLO SLOGAN “GUSTO RESPONSABILE”, CON L'APERTURA AL PUBBLICO DI UN CENTINAIO DI STABILIMENTI PRODUTTIVI POSTI IN OGNI ANGOLO DEL NOSTRO PAESE.

È QUESTO IL MODO SCELTO DA FEDERALIMENTARE PER FESTEggiARE I SUOI PRIMI 25 ANNI DI VITA, ACCENDENDO I RIFLETTORI SULLA RESPONSABILITÀ INTESA COME ATTENZIONE ALLA SICUREZZA DEI PRODOTTI, ALLA TRASPARENZA NEI PROCESSI PRODUTTIVI, ALLA RICERCA COSTANTE DELLA QUALITÀ, DI UNA INFORMAZIONE CHIARA E DETTAGLIATA E DEL RISPETTO DELL'AMBIENTE. ELEMENTI INDIPENDENTI TRA LORO – FRUTTO DI SENSIBILITÀ E STRATEGIE AZIENDALI DIVERSIFICATE - MA TUTTI RICONDUCIBILI A UNA COMUNE MATRICE DI RESPONSABILITÀ SOCIALE.

LA FEDERAZIONE ITALIANA DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE, FIN DALLA SUA FONDAZIONE NEL 1983, HA SEMPRE AVUTO L'OBIETTIVO DI EVIDENZIARE QUESTI FATTORI, DA SEMPRE AL CENTRO DELLE POLITICHE PRODUTTIVE DI AZIENDE PICCOLE E GRANDI. DEL RESTO IN QUESTO ULTIMO QUARTO DI SECOLO SI SONO COMPIUTI PASSI IMPORTANTISSIMI SULLA STRADA DI UN ATTEGGIAMENTO SEMPRE PIÙ RESPONSABILE NEI CONFRONTI DEL CONSUMATORE E DELL'AMBIENTE. RICOSTRUIRLI SIGNIFICA RACCONTARE UNA NODO CRUCIALE DELLA STORIA DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA. E CHIARIRE MEGLIO QUELLE CHE SONO LE NOSTRE STRATEGIE RISPETTO AL FUTURO.

UN COMPARTO IL NOSTRO, CHE NEL 2008 STIMA IN 120 MILIARDI DI EURO IL FATTURATO, CONTA OLTRE 6.500 IMPRESE E 400.000 DIPENDENTI E SI È CONFERMATO AL SECONDO POSTO TRA I SETTORI MANIFATTURIERI IN ITALIA. LA CRESCITA DELL'EXPORT (+10% RISPETTO AL 2007), PUR IN UN CONTESTO DIFFICILE PER LA CONTRAZIONE DEI CONSUMI INTERNI, CONFERMA UNA VOLTA DI PIÙ LA QUALITÀ PERCEPITA E IL VALORE RICONOSCIUTO AI NOSTRI PRODOTTI OLTRE FRONTIERA.

A FRONTE DI UNA CONGIUNTURA SOCIO-ECONOMICA NON CERTO FACILE E DI UN MERCATO CHE RICHIEDE ALLO STESSO TEMPO UN LEGAME FORTE CON LA TRADIZIONE E LA SPINTA CONTINUA VERSO UN'INNOVAZIONE DI PRODOTTO CHE AGGIUNGA SERVIZIO ALLA QUALITÀ, FEDERALIMENTARE HA DECISO DI CONTINUARE A PUNTARE SU QUELLI CHE SONO, DA SEMPRE, I SUOI PUNTI DI FORZA: SICUREZZA, TRASPARENZA, RISPETTO DELL'AMBIENTE, INFORMAZIONE, QUALITÀ.

NELLE PAGINE CHE SEGUONO PROVEREMO DUNQUE A SPIEGARE E RACCONTARE IL DNA “RESPONSABILE” DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA. FOTOGRAFANDO GLI ULTIMI 25 ANNI DELLA NOSTRA STORIA, TRACCIEREMO QUINDI ANCHE LE LINEE DEI NOSTRI PROSSIMI DECENNI D'IMPEGNO RESPONSABILE NEI CONFRONTI DEL CONSUMATORE E DELLA SOCIETÀ.

Gian Domenico Auricchio

Presidente Federalimentare

GUSTO RESPONSABILE: LA SICUREZZA COME PRIORITÀ

La **sicurezza alimentare** – non solo da oggi - occupa il **primo posto tra gli impegni dell'industria alimentare italiana**. È una responsabilità avvertita nei confronti del consumatore e un vero e proprio **“pre-requisito”** che è alla base di ogni sua scelta e strategia.

Il percorso che ha portato la sicurezza a diventare punto di partenza ineludibile dell'industria alimentare è stato comunque complesso e non privo di difficoltà. Nel **secondo dopoguerra**, infatti, l'Italia ha vissuto un periodo caratterizzato dalla **mancanza di una legislazione adeguata riguardo alla possibilità di vendere e trattare gli alimenti**. La sicurezza in un contesto del genere non era certo garantita.

Solo negli anni '60, anche grazie all'istituzione del Ministero della Salute (1958), vennero varate le prime leggi relative alle norme igieniche, tra cui la Legge n. 283/62 che svolge ancora oggi un ruolo fondamentale. Inoltre va ricordata la norma che impose di confezionare alimenti – come pasta, riso, farina, latte, burro etc.. – che fino al 1967 venivano venduti solo “sfusi”. Ma siamo ancora ai primordi. Basti pensare che il Registro degli Esercenti, cioè la legge che disciplina il commercio e i suoi requisiti (fiscali, sanitari, penali e civili) verrà varata, in Italia, solo l'11 giugno del 1971.

Oggi, ad oltre 30 anni di distanza, molte cose sono cambiate. Di questo passaggio e di questa evoluzione, l'industria alimentare italiana è stata protagonista attiva. E in molti casi addirittura propulsore e precursore.

Fin dalla sua nascita, la Federazione italiana dell'Industria alimentare (dando voce a un'esigenza espressa dalle Associazioni di categoria e dalle aziende di riferimento) ha posto sicurezza e qualità come punti cardine della sua azione, a conferma della responsabilità assunta, in maniera dichiarata, nei confronti del consumatore.

L'industria è considerata oggi, giustamente, il principale garante della sicurezza alimentare nel nostro Paese e per questo investe imponenti risorse in ricerca, evoluzione tecnologica, controlli sulle materie prime e sul prodotto finito.

L'industria alimentare, più in generale, ha scommesso con **sempre maggiore determinazione sul concetto di qualità**, raggiungendo standard di sicurezza e di affidabilità impensabili in passato. Basta dire che la formazione di nuove figure professionali, specializzate nell'ottimizzazione della sicurezza e della qualità dei prodotti alimentari, è emersa in questi ultimi anni con sempre maggiore insistenza.

L'applicazione dei requisiti internazionali ISO (Organization for Standardization) 9000-2000, riguardanti i sistemi di gestione della qualità per le imprese, ma soprattutto l'attuazione delle normative comunitarie concernenti l'igiene dei prodotti alimentari sono state le prime tappe significative di questo percorso.

Il **Decreto Legislativo n. 155/97**, ora sostituito dal Reg. 852/2004 e abrogato in Italia con D.lgs.193/2007, che ha introdotto in Italia il sistema **HACCP (Hazard Analysis Critical and**

Control Point) di matrice europea, in particolare, ha rappresentato un vero e proprio spartiacque rispetto al passato.

Con l'utilizzo dell' HACCP, la **legislazione italiana è divenuta una delle più stringenti in Europa**. Tale sistema – da oltre un decennio, importante punto di riferimento della sicurezza alimentare nel nostro paese – consente di seguire in modo razionale, efficace e costante tutta la fase della lavorazione. Un controllo preventivo e costante sul processo produttivo, dunque, che ha comportato, nel tempo, crescenti livelli di responsabilizzazione degli operatori coinvolti nei più delicati processi produttivi.

Mentre **a partire dal 2005** (con il **Reg. 178/2002**), rendendo **obbligatoria la “tracciabilità documentale”** (definita anche “tracciabilità per la sicurezza alimentare”) **per tutte le realtà che costituiscono la filiera alimentare** viene garantito il pieno controllo del prodotto nel suo percorso, dalla materia prima fino a quando arriva sulla nostra tavola. Si è così concretizzato il concetto della sicurezza garantita “dal campo alla tavola”: tutto il ciclo di vita del prodotto viene seguito e controllato – prima, durante e dopo la fase di produzione – secondo il basilare “principio di responsabilità” posto a capo di ciascun operatore della intera filiera.

In questo contesto di attenzione per la sicurezza degli alimenti prodotti, l'industria alimentare è stata **fin da subito favorevole all'istituzione dell'EFSA (Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare - 2002)** e ritiene indispensabile la diffusione di una filosofia della responsabilità condivisa e fatta propria dalle aziende.

Del resto oggi la **“responsabilità”** – oltre che nelle garanzie di sicurezza - **si esplica anche in modi nuovi**. L'alimentazione è considerata a pieno titolo fattore culturale e relativo al benessere delle persone. E nella sua capacità di **essere “di servizio”**, aiutando i consumatori a scegliere in base alle proprie esigenze risparmiando tempo, si gioca **una parte importante della sua funzione sociale**.

L'industria alimentare, attraverso un' **offerta varia ed equilibrata** e grazie all'innovazione tecnologica e ad una capillare azione informativa, **contribuisce a una migliore qualità della vita e alla promozione di uno stile di vita sano**. E la sicurezza del prodotto rimane sempre al centro di questo processo.

La **missione dell'industria alimentare italiana** è infatti quella di **offrire una vasta gamma di alimenti sicuri, di qualità, a prezzi il più possibile contenuti**: accompagnati da un'informazione sempre più dettagliata su ingredienti e valori nutrizionali, facendo in modo che il consumatore diventi il vero e consapevole artefice delle sue scelte.

In un contesto in cui l'offerta è variegata, il compito del consumatore è infatti quello di scegliere bene, in base al proprio stile di vita, utilizzando al meglio le informazioni che vengono messe a sua disposizione.

FAST FACTS

2 MILIARDI DI EURO L'ANNO INVESTITI IN SICUREZZA E AUTOCONTROLLI

Circa **60.000 addetti del settore** alimentare (1/5 del totale) concorrono in modo diretto alla sicurezza. Con un investimento in termini economici, da parte dell'industria alimentare, prossimo ai **2 miliardi di euro l'anno (1,8% del proprio fatturato)**.

Nell'ambito della sola attività di **autocontrollo** vengono infatti effettuate oltre **1 miliardo di analisi l'anno**. L'industria impegna ingenti risorse finanziarie ed umane in questo ambito, a conferma dell'importanza che lo stesso riveste nel contesto di attenzione verso il consumatore. La sicurezza è un tema considerato strategico per il futuro del settore.

MIGLIAIA DI CONTROLLI ESTERNI DA PARTE DEI NAS E DELLE ALTRE AUTORITÀ

Oltre alle attività di autocontrollo interne, **l'industria alimentare collabora e favorisce i controlli delle Pubbliche Autorità** per la certificazione di sicurezza dei prodotti **con piena responsabilità e correttezza**, consapevole che un prodotto sicuro e certificato è il primo passo della responsabilità verso il consumatore. **Migliaia** sono **le visite ispettive** effettuate dai N.A.S. (Nucleo Antisofisticazioni e Sanità), dalle ASL e dalla Repressione Frodi, ma anche dalla Guardia di Finanza. In particolare le ASL sono gli enti che svolgono attività di audit, ispettiva e controllo ufficiale.

In questo contesto Federalimentare ritiene inoltre necessario, sempre a favore di una maggiore chiarezza per il consumatore, **rendere ancora più sicuro il sistema dei controlli mediante un miglior coordinamento degli interventi e delle competenze** delle autorità locali e nazionali. È utile una maggiore comunicazione tra gli organismi coinvolti nonché **l'unicità**, **l'efficacia** e la **trasparenza** delle attività di controllo, senza allarmare i consumatori.

LA SICUREZZA ALIMENTARE: ECCO COME È DIVENTATA UN NUOVO MESTIERE

Gli sforzi messi in atto dal settore alimentare per produrre cibi sempre più sicuri e garantiti ha creato nuove e interessanti opportunità di lavoro.

Basti pensare – solo per fare qualche esempio - a figure come il **tecnologo agroalimentare** (si preoccupa della messa a punto di nuovi prodotti alimentari, migliorandone la qualità nutrizionale), il **safety hygiene environment manager** (responsabile dell'igiene e della salubrità degli ambienti di lavoro), il **risk manager della sicurezza alimentare** (valuta in anticipo, trovando soluzioni ai problemi, i rischi che possono incidere sulla sicurezza delle varie fasi

produttive), **il responsabile della gestione della qualità** (gestisce e pianifica l'adeguamento delle unità di produzione alle norme europee e internazionali) e il **responsabile sanitario degli alimenti** (definisce i campioni ottimali per i controlli e assicura la tracciabilità dei prodotti, seguendo lungo la catena il rispetto delle norme igieniche).

1,8 MILIARDI DI EURO IN RICERCA E SVILUPPO A FAVORE DI SICUREZZA E QUALITÀ

Innovazione tecnologica vuol dire anche alimenti più sicuri. Per questa ragione gli **investimenti dell'industria in questo ambito** possono essere considerate risorse **a favore della sicurezza**. In particolare si stima che l'industria alimentare spenda **oltre 1.800 milioni di euro l'anno in R&D (1,6% del fatturato dell'intero settore)**, a favore dell'innovazione di prodotto e di processo.

LE SCOPERTE SCIENTIFICHE CHE HANNO RESO I CIBI PIÙ SICURI

Se la conservazione degli alimenti è una pratica vecchia quanto il mondo (basta ricordare la salatura e l'affumicatura), è con l'era industriale, la ricerca e l'innovazione che si sono sviluppate le tecnologie per garantire un adeguato livello di sicurezza all'alimento lungo tutto il suo ciclo di vita.

Oggi, grazie all'introduzione di nuove tecnologie, i **cibi** possono **essere preservati più a lungo e in maniera sicura**. Ai **trattamenti termici** – come nel caso della pastorizzazione (ideata da Pasteur nel 1861) - tese a eliminare la carica microbica dei cibi, si sono aggiunte, nel corso del tempo (i primi alimenti surgelati arrivano sul mercato nel 1924) le tecnologie della catena del freddo. Cioè l'uso di **basse temperature**.

In questo caso i naturali tempi di conservazione del cibo vengono notevolmente "allungati": o sequestrando l'acqua libera (**surgelazione**) o rallentando la riproduzione dei microrganismi (**congelamento**). E veniamo alle scoperte più recenti.

L'**atmosfera controllata**, ad esempio, agisce sul metabolismo dell'alimento: attraverso un basso tenore di ossigeno ne viene ridotto l'"invecchiamento" e di conseguenza aumentata la conservabilità. Abbinata all'abbassamento della temperatura, l'atmosfera controllata agisce in profondità sul metabolismo dei vegetali, ne mantiene le qualità organolettiche e si traduce in un'accresciuta durabilità del prodotto.

C'è poi la pratica del **sottovuoto**: rimuovendo quasi totalmente l'aria dall'involucro contenente l'alimento, si ottiene un rallentamento drastico di tutte le attività biologiche ed enzimatiche e si rende possibile un prolungamento notevole della durata del prodotto, senza intaccare la perdita o l'acquisto di umidità dello stesso, fattori che ne possono causare l'alterazione.

GUSTO RESPONSABILE: CIBI SEMPRE PIÙ A MISURA DI BENESSERE E SALUTE

Il concetto di **Mangiar sano** è oggi al centro di dibattiti, incontri e tavole rotonde. Di fronte a nuovi stili di vita che tendono a modificare la modalità di assunzione degli alimenti (pasti consumati sempre più di fretta e fuori casa) medici e specialisti della nutrizione ribadiscono che il rapporto con il cibo deve essere all'insegna del **piacere ma senza eccessi**, introducendo il concetto di **moderazione e di un corretto stile di vita complessivo**, del quale l'alimentazione è parte integrante.

Del resto **obesità e sedentarietà sono problematiche “moderne”** con le quali è necessario confrontarsi in maniera responsabile ed efficace.

L'industria alimentare ha risposto a questi cambiamenti puntando da una parte a **valorizzare la più sana tradizione alimentare mediterranea** (pane, pasta, formaggi, olio di oliva, pomodoro ecc), dall'altra facendo leva **sull'innovazione di prodotto per ottenere continui miglioramenti in termini qualitativi** (riduzione del contenuto in grassi, zuccheri, sale) o **individuando veri e propri “nuovi prodotti”** che hanno saputo interpretare le esigenze salutiste degli italiani. È infatti innegabile che, nella società di oggi, il benessere fisico sia uno degli aspetti che sta più a cuore al consumatore.

Negli **anni 80-90 si assiste infatti all'emergere di un modello alimentare più equilibrato e di impronta salutistica**. In generale, si registra un miglioramento qualitativo delle abitudini alimentari anche grazie al contributo dell'industria alimentare e ai suoi sforzi per diversificare l'offerta. I **primi risultati di questi sforzi cominciano a vedersi**. Rispetto agli anni Settanta l'*intake* calorico medio – pur in una situazione di non perfetto equilibrio tra le varie componenti della dieta – è sceso notevolmente. Con una riduzione, in particolare, di alimenti ricchi di grassi.

Alcuni dati a conferma di questo percorso “virtuoso”: l' **Italia** – a dispetto di quanto potrebbe crederci – **è il secondo paese in Europa per consumo di frutta e verdura. Siamo leader nel consumo di pasta, terzi al mondo per consumo di formaggi, mangiamo molto più pesce del passato e consumiamo molte meno bevande alcoliche** rispetto a 30 anni fa.

Rispetto all'impegno dell'industria alimentare di mettere l'innovazione tecnologica e la ricerca al servizio del miglioramento del prodotto il consumatore assume un atteggiamento positivo.

Una conferma in tal senso è data dalla percentuale significativa **(24%) del fatturato totale dell'industria** derivante dai **prodotti del “tradizionale evoluto” o da “nuovi” prodotti** fino a pochi anni fa non presenti sul mercato.

Tra le molte iniziative recenti, va ricordato l'impegno da parte delle Associazioni aderenti a Federalimentare a **promuovere presso le aziende associate l'adozione**, sulle confezioni dei prodotti destinati ai consumatori finali, **della etichettatura nutrizionale**, riportano almeno 4 elementi (energia, proteine, grassi e carboidrati), con valori espressi per 100 grammi e/o porzione consigliata o per pezzo, in formato tabulare e con caratteri leggibili.

Inoltre **viene sollecitata l'adozione dell'indicazione di informazioni aggiuntive** che favoriscano una modalità facile ed accessibile al consumatore per una scelta alimentare informa-

ta. Le aziende, in questo caso, possono indicare sulla confezione il **contributo che una porzione di prodotto fornisce all'assunzione giornaliera di energia**, espressa in valore assoluto (kcal) e/o in percentuale **rispetto ad una Quantità Giornaliera Indicativa (GDA)**.

Tra le iniziative messe in campo in questi ultimi anni, le aziende produttrici di **dolci**, che aderiscono ad **A.I.D.I. (Associazione Industrie Dolciarie Italiane)** si sono impegnate a **rinunciare alla commercializzazione dei prodotti summenzionati nei distributori automatici presso le scuole elementari e medie**, se non esplicitamente richiesto dalle autorità scolastiche.

Le aziende produttrici di **bevande analcoliche** che aderiscono ad **ASSOBIBE (Associazione tra gli industriali delle bevande analcoliche)**, hanno adottato una serie di impegni contenuti in un Codice di Autoregolamentazione in cui è prevista l'**astensione dal marketing diretto ai bambini sotto i 12 anni**, l'inserimento di **migliori informazioni in etichetta** (tabella nutrizionale e promozione delle c.d. GDA), l'**ampliamento della gamma di offerta** e la **rinuncia alla commercializzazione dei prodotti nella scuola primaria anche a mezzo di distributori automatici**.

Da segnalare anche la campagna d'informazione avviata da **ASSOLATTE** a partire dalla realizzazione del **"Libro Bianco sul latte e i prodotti lattiero caseari: analisi delle conoscenze scientifiche e considerazioni sul valore del consumo di latte e derivati"**, realizzato in collaborazione con l'Istituto superiore di sanità e l'INRAN (Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione) – che ha portato anche alla realizzazione di un sito internet educativo, www.mu-edu.it, – e gli impegni presi da **ASSITOL** in direzione della **riduzione degli acidi grassi trans nelle margarine** da tavola (al di sotto dell'1% del totale della massa grassa) e in quelle per usi artigianali e industriali (al di sotto del 2% del totale della massa grassa). Significativo anche l'impegno delle imprese dolciarie circa la drastica riduzione degli acidi grassi trans nei propri prodotti entro i limiti segnalati dall'OMS (< 1%).

Importante anche lo sforzo messo in campo dalle aziende produttrici di salumi aderenti ad **ASSICA**, che ha portato a una **significativa riduzione dei sali**, in primis cloruro di sodio, e all'adeguamento della composizione dei grassi presenti in questi prodotti nel rispetto delle attuali esigenze nutrizionali: **la percentuale dei preziosi grassi insaturi è passata dal 30% a oltre il 65% dei grassi totali**, generando un miglioramento del profilo nutrizionale di questi prodotti, mentre è **diminuito in maniera sostanziale il loro apporto energetico** (addirittura dimezzato nel caso del prosciutto cotto e della pancetta).

Sempre nell'ambito del sistema associativo di Federalimentare, anche **ASSOBIRRA** ha operato attivamente attraverso la **campagna "Guida tu la vita. Bevi responsabile"** – che si è articolata in due iniziative rivolte la prima alle donne in gravidanza, in collaborazione con i medici della Sigo ("Se aspetti un bambino, l'alcool può attendere"), e la seconda ai giovani (campagna "Diglielo tu", in collaborazione con Radio 105) – mettendo a disposizione dei consumatori un sito internet (www.beviresponsabile.it) sugli effetti dell'alcol e sul bere moderato.

Significativa inoltre la realizzazione, da parte di **FEDERVINI**, di **un video dal titolo "Stile Mediterraneo" a favore del consumo attento e responsabile delle bevande alcoliche**. Distribuito nelle sale cinematografiche nel luglio 2008, il video si conclude con un chiaro e positivo messaggio: "Stile Mediterraneo, consumo responsabile".

FAST FACTS

CONSUMI DI BEVANDE ALCOLICHE DIMEZZATI, PRIMI COSUMATORI AL MONDO DI PASTA

Gli italiani mangiano meglio rispetto agli anni Ottanta. L'industria, attraverso la diversificazione della sua offerta, ha contribuito a questo miglioramento. Qualche dato significativo:

- siamo al **primo posto al mondo** per consumo di **pasta** (28 kg pro capite) e risultiamo leader anche per quanto riguarda il consumo di **cereali** e **derivati** (123 kg pro capite);
- in calo il consumo di **bevande alcoliche** (6,9 litri di alcol pro capite, a fronte dei 16 litri degli anni Settanta).
- il **pesce** è arrivato a toccare livelli di **consumo pro capite mai raggiunti in passato** (21 kg a testa) e questo anche grazie all'introduzione dei prodotti surgelati;
- a fronte di un **ancora troppo basso consumo di latte** (57 litri l'anno contro i 93 della media dei Paesi europei) è cresciuto il consumo delle tipologie **di latte parzialmente/totalmente scremato**, e dei latticini arricchiti e speciali;
- consumo di **frutta e verdura** in Italia: siamo secondi in Europa, ne consumiamo **360 kg pro capite ogni anno** (+30% rispetto alla media europea). Grazie all'industria, si è registrato il **boom nei consumi di verdure surgelate e in confezione di quarta gamma** (quelle già lavate e pronte all'uso);
- gli italiani consumano **prodotti dolciari** in modo decisamente più responsabile del resto degli europei (25,5 kg a testa, meno della metà di quelli consumati in Gran Bretagna), il consumo di **zucchero** è **in calo** rispetto agli anni '80 e '90 e anche per quanto riguarda i **soft drink** i consumi sono inferiori rispetto agli altri Paesi europei (62 litri annui contro i 200 della Gran Bretagna);
- sempre **maggiore familiarità** con lo **yogurt** (che oramai ha raggiunto oltre il 90% delle famiglie italiane) e, in particolare, con lo yogurt e "latticini fermentati salutisti";
- gli italiani sono al terzo posto al mondo per consumo di formaggi (26 kg pro capite). L'inimitabile tradizione casearia italiana (che annovera ben 35 DOP) propone un'elevata varietà di formaggi, adatti alle diverse esigenze nutrizionali.

SALE, COLESTEROLO E GRASSI: DIMINUISCONO NEI CIBI QUOTIDIANI

I cambiamenti nell'alimentazione non sono solo di carattere quantitativo, ma anche qualitativo. **I cibi oggi sono più "salutari" rispetto a 25 anni fa**, soprattutto grazie all'impegno e agli **investimenti in R&D** (Ricerca & Sviluppo) dell'industria alimentare. In altre parole, i cambiamenti relativi alle tecniche di produzione degli alimenti incidono sul loro profilo nutrizionale. I comparti maggiormente vocati all'innovazione risultano essere quelli relativi ai prodotti derivati del latte (yogurt e simili), all'acqua e ai soft drinks, ai surgelati, ai prodotti dolciari, agli snack salati e ai formaggi.

A fronte di una sempre maggiore richiesta del mercato (+17%), sono **in evoluzione** le proposte di **prodotti "funzionali" e "nutraceutici"** (quelli arricchiti con principi che fanno particolarmente bene alla salute). A livello europeo, una ricerca della **CIAA (Confederation of**

the Food and Drink Industries of the EU) ci dice che le aziende alimentari immettono sul mercato numerosi prodotti nuovi o “riformulati”, ossia più “leggeri”. Anche l’Italia negli ultimi anni sta vivendo questi cambiamenti. Ecco alcuni esempi:

- **meno calorie** per 100 grammi di prosciutto cotto (passando da 400 a 200) e **diminuzione del 10-15% della quantità di sale** nel prosciutto crudo;
- nei suini la **quantità di grassi** è passato dal 40% del totale al 20% circa, a tutto vantaggio della **“leggerezza” delle carni fresche e stagionate**;
- le **uova** contengono oggi circa il **30% in meno di colesterolo**, questo grazie alle nuove tecniche di allevamento, a nuovi mangimi ma anche a galline ovaiole selezionate, di età più giovane;
- il **latte** è da tempo disponibile anche nelle versioni parzialmente scremato (-57% di grasso) e totalmente scremato, così come lo yogurt e gli altri prodotti funzionali – primi fra tutti i lattici fermentati probiotici e prebiotici – che hanno **caratteristiche sempre più salutistiche**.
- cresce il consumo di prodotti **“sugar free”**, specialmente per quanto riguarda il settore della confetteria (15% del totale della produzione);
- per quanto riguarda i **prodotti dolciari destinati al consumo quotidiano** (ad es. biscotti, merendine, fette biscottate, etc.) si assiste ad una continua riformulazione degli stessi da parte dell’industria alla **ricerca di un prodotto** che sia **più “leggero”** (meno grassi totali e in particolare acidi grassi trans, colesterolo, zucchero e aumento di fibre, vitamine e minerali);
- è aumentata l’offerta di nuove bibite non alcoliche a ridotto (o nullo) contenuto calorico sviluppate per incontrare le diverse esigenze dei consumatori e i rispettivi stili di vita.

IMPARIAMO A LEGGERE L’ETICHETTA

I prodotti alimentari confezionati, secondo la legge vigente, devono **obbligatoriamente riportare in etichetta** una serie di elementi – tra i quali l’elenco degli ingredienti (in ordine di quantità decrescente), le quantità contenute nella confezione, i termini di conservazione etc... - mentre le **informazioni di tipo nutrizionale** non risultano obbligatorie (se non in alcuni casi specifici), anche se sono sempre di più le aziende di marca che decidono, volontariamente, di fornire queste indicazioni sui loro prodotti.

La composizione nutrizionale di un prodotto esplicita il valore energetico (calorie) e i principali nutrienti contenuti nell’alimento: proteine, carboidrati (zuccheri), grassi, fibre, vitamine e minerali.

Le **quattro informazioni che si trovano più frequentemente** sono quelle relative a **calorie, proteine, carboidrati e grassi** (espressi per 100 grammi di prodotto o per porzione). Ma capita spesso di vedere indicato in etichetta anche il **contributo che una porzione di prodotto fornisce alla dieta**, in valore assoluto e in percentuale rispetto al fabbisogno medio raccomandato (comunque variabile in base al sesso, all’età e al livello dell’attività fisica praticata) di assunzione giornaliera di calorie, circa 2000 Kcal.

GUSTO RESPONSABILE:

L'AMBIENTE COME RISORSA E OPPORTUNITÀ

L'**attenzione per l'ambiente, patrimonio genetico dell'industria alimentare italiana**, che dall'ambiente ricava le sue materie prime e che da sempre si batte per assicurare la miglior qualità delle stesse, sta sempre più diventando parte integrante non solo della vita e delle scelte produttive quotidiane delle nostre imprese alimentari, ma anche di istanze che esse stesse muovono alle istituzioni nazionali e internazionali.

Rispetto dell'ambiente vuol dire attenzione ad ogni fase del ciclo produttivo: dalla materia prima fino al consumatore, passando per le fasi di produzione, trasporto e distribuzione del prodotto.

L'industria, parte integrante di questa catena, negli ultimi anni ha messo in pratica numerose azioni che hanno portato, per fare qualche esempio concreto:

- a un **miglior utilizzo delle risorse e successivo loro recupero e riciclo**,
- a un **incremento nell'uso di risorse rinnovabili**,
- a un **migliore e più efficiente consumo energetico** (ad es. tecnologie a basso utilizzo di carbone),
- alla **riduzione dell'utilizzo delle risorse idriche** nei processi produttivi,
- al **miglioramento degli imballaggi** dei prodotti.

L'attenzione dell'industria alimentare italiana a favore della sostenibilità ambientale si tramuta anche nell'impegno "pionieristico" nell'implementazione del modello **IPPC "Integrated Pollution Prevention and Control"**, nato nel 1996 a livello europeo allo scopo di minimizzare l'inquinamento causato dalle varie sorgenti, tra cui i processi di produzione industriale appunto, e recepita in Italia con il d.l. n° 372 del 4 agosto 1999.

Per quanto riguarda il **miglioramento del packaging del prodotto**, molto è stato fatto in questi ultimi anni. A fronte della modificazione degli stili di vita (si mangia fuori casa, si cercano prodotti che facciano risparmiare tempo e siano di qualità) e della struttura familiare (sempre più famiglie mononucleari, più anziani e più *single*) le imprese alimentari italiane, da un punto di vista di imballaggi, hanno voluto modificare il loro approccio produttivo.

Si acquistano meno confezioni "formato famiglia" e più confezioni "monodose". Il consumatore, oggi, come afferma il CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi), chiede "meno prodotto e più servizio", il che vuol dire tempo e lavoro spesi alla fonte del processo produttivo, e "più ricerca e meno fatica", cioè un prodotto modificato che vada incontro a ciò che il consumatore chiede.

In termini di quantità, i rifiuti crescono non solo in funzione dei consumi delle famiglie (i nuovi stili di vita) ma anche del numero delle stesse. L'industria, in questi ultimi anni, ha accompagnato, adeguandosi, le modifiche nei comportamenti di acquisto e consumo degli italiani.

Se parliamo di **eco-compatibilità degli imballaggi**, l'**industria alimentare italiana** è tra quelle maggiormente coinvolte. Non solo gli **alimentari solidi e liquidi** sono tra i settori merceologici che **contribuiscono in misura finanziariamente maggiore al sostegno del sistema italiano di raccolta, recupero e riciclaggio degli imballaggi facente capo al**

CONAI, ma le imprese del settore sono impegnate, praticamente da sempre, anche nell'obiettivo di rendere l'imballaggio alimentare sempre più "efficiente", non solo nei confronti dell'alimento, ma anche in relazione alla necessità dell'utilizzatore-consumatore e all'impatto ambientale. In questo modo la "conservazione", funzione principale degli imballaggi, si trasforma in "riduzione degli sprechi e ottimizzazione delle risorse naturali". Significativo, in questo senso, l'impegno ad esempio dell'industria dolciaria riguardo alla **food safety degli imballaggi**, impegno che si traduce nel rispetto delle linee guida sulla rintracciabilità dei materiali a contatto con gli alimenti (resa obbligatoria dal Reg. 1935/2004) e sulla dichiarazione di conformità, esempio di approccio integrato per la sicurezza alimentare con i settori a monte degli utilizzatori alimentari.

Per rendere gli imballaggi più compatibili con l'ambiente, l'industria promuove innovazioni a livello di confezionamento, utilizzando materiali più avanzati dal punto di vista tecnologico. Tutte le realtà industriali, quelle grandi ma anche quelle medio-piccole, hanno intrapreso negli ultimi anni un percorso virtuoso, prestando attenzione alle diverse fasi di progettazione, produzione e utilizzo del packaging, fino ad arrivare alla fase del post-consumo.

Come afferma il CONAI *"in questi ultimi 10 anni le aziende hanno intrapreso una politica ambientale a tutto tondo, realizzando sistemi di gestione ambientale, raggiungendo certificazioni ISO e registrazioni EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), pubblicando bilanci ambientali, preoccupandosi delle emissioni di CO₂, rendendo i loro imballaggi sempre più eco-compatibili, ecc."*.

Un **imballaggio "intelligente"**, oltre ad essere più eco-compatibile, diventa anche strumento per un'**informazione più completa e dettagliata verso il consumatore**. Packaging non è solo, dunque, strumento per nuove ed efficaci strategie commerciali: da vincolo per l'industria si trasforma in opportunità e allo stesso tempo comporta una serie di benefici per il consumatore. Tra questi, tra gli altri, vi è la facilitazione del consumo e la riduzione dei pesi.

Da un punto di vista di eco-compatibilità dell'imballaggio, l'industria alimentare - **negli ultimi 10 anni** - ha fatto notevoli passi in avanti. Basta citare tre dati, oltremodo significativi: **40% di risparmio di materia prima, una riduzione del 17% dell'impatto ambientale e dei costi relativi alla logistica e l'incremento del 10% nell' utilizzo di materiale riciclato**.

A conferma di questa evoluzione ci sono anche i dati del Comieco, il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli imballaggi a base cellulosica: nel 2007, infatti, la percentuale di materiale avviato al riciclo è pari al 70% dell'immesso al consumo mentre il dato complessivo di recupero si assesta al 78%, superando così di gran lunga l'obiettivo del 60% di riciclo di materiale fissato dall'Unione Europea.

Oltre al riciclo, **la sfida più importante per l'industria si chiama "prevenzione"**. Questa è infatti la parola d'ordine che guida l'operato dell'industria (alimentare e non solo) relativamente alle questioni della sostenibilità ambientale.

FAST FACTS

GLI IMPEGNI CONCRETI DEL SETTORE, IN UN RAPPORTO DELLA CIAA

L'**industria alimentare** da anni si impegna a favore della **sostenibilità ambientale**. La **CIAA (Confederation of the Food and Drink Industries of the EU)** stessa ricorda che l'obiettivo dell'industria alimentare è quello di **migliorare le performance ambientali dei prodotti e dei processi di produzione**, nell'intento di assecondare le richieste dei consumatori e le esigenze di sicurezza, nutrizione, salute e varietà di scelta.

In che modo l'industria opera concretamente in tal senso?

- Le **risorse utilizzate** nel settore alimentare provengono dall'agricoltura. L'obiettivo dell'industria è **di utilizzare il 100% delle risorse agricole** quando possibile e, in questo modo, di ridurre gli scarti al minimo trasformandoli in una gran varietà di prodotti, tra cui prodotti secondari. Questi sotto-prodotti, tra le altre cose, grazie alla loro natura "rinnovabile", possono fornire un contributo notevole all'obiettivo di ridurre la dipendenza dai combustibili fossili e di raggiungere livelli più bassi di emissioni di gas serra. I **produttori** agiscono inoltre **sempre più** come "**raffinatori biologici**", in quanto le risorse agricole sono separate in differenti componenti, ognuna delle quali trova un'utile applicazione (fertilizzanti, cosmetici, farmaceutici, etc.). Un certo livello di scarti è comunque inevitabile: in questi casi, le aziende mettono in pratica metodi di recupero per rigenerare le risorse e minimizzare gli scarti immessi nell'ambiente. Vengono dunque implementate **nuove azioni di ri-utilizzo, riciclo e recupero degli scarti**. Tra queste, una delle più importanti è quella del miglior trattamento ed utilizzo (oltre che recupero) di acqua (ad es. miglioramento della qualità delle acque di scarico e ottimizzazione dell'efficienza energetica e di risorse).
- **Energia e cambiamenti climatici**: l'1,5% delle emissioni di gas serra in Europa (a 15) deriva dall'industria alimentare. Tali emissioni sono cresciute solo del 13% rispetto al 1990, se confrontate con la netta crescita economica del settore alimentare (+51%), mentre nel 2005, dopo alcuni anni di relativa stasi, sono addirittura diminuite (-3%). L'industria alimentare si impegna nel **miglioramento dell'efficienza energetica** e dimostra performance di rilievo per quanto riguarda l'utilizzo di carbone ed energia. Tra le azioni intraprese in questi ultimi anni ci sono, tra le altre, un **minor uso (volontario) di energia** e dunque una **ridotta emissione di gas serra, l'adozione di best practices** e l'investimento in efficienza energetica e tecnologie a basso utilizzo di carbone, il passaggio dal petrolio a gas naturali e a fonti di energia rinnovabile.
- L'**accesso alle risorse idriche** è di vitale importanza per l'industria alimentare, sia in termini di qualità che quantità. L'acqua pulita è infatti non solo un pre-requisito per la sostenibilità agricola ma anche un prodotto importante in sé, un ingrediente fondamentale e un elemento chiave della catena produttiva. L'impegno del-

l'industria alimentare, a questo proposito, è dunque duplice: da un lato la **diminuzione dei livelli di consumo di acqua nei processi produttivi** (attraverso l'innovazione tecnologica), dall'altro, la **promozione di un uso più responsabile dell'acqua** e il mantenimento di forniture di acqua attraverso tutta la catena del prodotto (a partire dall'agricoltura).

Come visto nel capitolo precedente, l'industria alimentare riconosce l'estrema importanza della **riduzione degli impatti ambientali degli imballaggi lungo tutto il ciclo di vita di un prodotto**. Seppur di fronte ad un utilizzo maggiore di confezioni, gli scarti degli imballaggi sono diminuiti in Europa di più del 20% tra il 1997 e il 2004.

IL CONAI FOTOGRAFA IL RICICLO DEL SETTORE ALIMENTARE

Il **Dossier Prevenzione 2007 del CONAI** (Consorzio Nazionale Imballaggi) - il terzo dopo quelli del 2001 e 2004 - scritto in occasione del 10° anniversario dalla nascita del Consorzio, raccoglie i casi virtuosi proposti dalle aziende consorziate in tema di eco-compatibilità e ri-piloga gli interventi messi in campo in questi anni dalle imprese produttrici di imballaggi considerate.

I criteri per misurare l'eco-compatibilità di un imballaggio sono i seguenti: risparmio di materia prima, riutilizzo dei materiali e del riciclato, ottimizzazione della logistica (meno peso, infatti, è uguale a meno trasporti e meno emissioni), facilitazione delle attività di riciclo, semplificazione del sistema imballo, risparmio di energia/riduzione di CO₂.

Isolando i **dati** relativi al **settore alimentare (solidi e liquidi)** scopriamo che:

- questo settore copre più del **40%** dei casi analizzati nel rapporto;
- fa registrare, sempre nell'arco di un decennio, il **40% circa di risparmio di materia prima, una riduzione del 17% dell'impatto ambientale e dei costi relativi alla logistica e l'incremento del 10% nell' utilizzo di materiale riciclato;**

Per il settore degli **alimentari solidi** le azioni svolte equivalgono ad un **risparmio diretto annuo di circa il 20% di CO₂** riferita agli imballaggi analizzati. Il risparmio complessivo di materia prima registrato attraverso i casi del Dossier equivale alla **non immissione nel mercato di circa 53.000.000 di imballi primari;**

Per il settore degli **alimentari liquidi** le azioni svolte equivalgono ad un **risparmio diretto annuo di circa il 16% di CO₂** riferita agli imballaggi analizzati. Il risparmio complessivo di materia prima registrato attraverso i casi del Dossier equivale alla **non immissione nel mercato di circa 250.000.000 di imballi primari.**

FAST FACTS

MA A COSA SERVE LA CONFEZIONE DEL PRODOTTO?

Il **packaging** è ormai una componente importante del prodotto. Nonostante questa funzione sia stata messa in dubbio da recenti campagne che vorrebbero un ritorno al passato, quando il cibo veniva venduto “sfuso”, il CONAI ci aiuta a riepilogare gli effetti positivi per il consumatore d’imballaggi e confezioni:

- **Protezione e conservazione:** mentre l’imballaggio primario protegge l’integrità del prodotto da un punto di vista meccanico, termico e chimico batteriologico, quello secondario e terziario svolgono prevalentemente una funzione di razionalizzazione degli assemblaggi e protezione meccanica lungo i trasporti. **La funzione di protezione, oltre ad essere il risultato dello sviluppo tecnologico e dell’evoluzione dei materiali, rispetta norme di interesse e salvaguardia della collettività.** Per quanto riguarda il settore alimentare, è innegabile che il caffè sotto vuoto, le bibite in lattina, le scatolette di tonno, i crackers in mini confezione, i cibi precotti e surgelati, abbiano prodotto effetti sociali e cambiamenti significativi nei regimi alimentari di tutto il mondo.
- **Garanzia e sicurezza:** la confezione è ormai da molti punti di vista **la carta d’identità del prodotto acquistato**, descrive le caratteristiche del contenuto e **garantisce che il prodotto non sia a rischio.** In molti casi i compiti specifici di sicurezza sono imposti da norme di legge, in altri sono offerti come prestazione aggiuntiva dell’imballaggio (ad es. l’apertura a strappo delle scatolette di banda stagnata o dei barattoli in alluminio). **Funzione di servizio:** il contenitore del prodotto è diventato, col tempo, **il supporto per un miglior utilizzo del prodotto contenuto.** Con l’industrializzazione del packaging sono state introdotte, soprattutto negli imballaggi alimentari, **prestazioni accessorie mirate:** gli imballaggi-dosatori, gli imballaggi-miscelatori, nei quali prodotti diversi entrano in contatto tra loro solo all’atto dell’apertura valorizzando i sapori e gli aromi; imballaggi termici, sia per il freddo che per il caldo, ecc.
- **Informazione:** la superficie del packaging è quella che riporta il **maggior numero di informazioni utili per il consumatore.** Sia su composizione e valori nutrizionali del prodotto che sull’imballaggio stesso: vengono indicati i materiali costituenti – se vergini o riciclati – e si suggerisce la miglior modalità di gestione una volta trasformati in rifiuti.
- **Autopromozione:** in una società industrializzata, alla confezione è attribuita la funzione di motivare il cliente e di “attirare” il consumatore. Il ruolo della confezione è importante perché rappresenta l’ultimo anello che porta alla scelta finale del consumatore.

**AIDI - ASSOCIAZIONE INDUSTRIE
DOLCIARIE ITALIANE**

Via Rhodesia, 2 - 00144 Roma
Tel. 068091071 - Fax 068073186
E-mail: aidi@aidi-assodolce.it
Sito: www.dolceitalia.net

**AIIPA - ASSOCIAZIONE ITALIANA
INDUSTRIE PRODOTTI ALIMENTARI**

Corso di Porta Nuova, 34 - 20121 Milano
Tel. 02654184 - Fax 02654822
E-mail: aiipa@aiipa.it - Sito: www.aiipa.it

Viale Pasteur, 10 - 00144 Roma
Tel. 065910544 - Fax 065910711

**AIRI - ASSOCIAZIONE INDUSTRIE
RISIERE ITALIANE**

Via Bernardino da Feltre, 6 - 27100 Pavia
Tel. 0382720479 - Fax 0382717504
E-mail: airi@rice.it - Sito: www.rice.it

**ANCIT - ASSOCIAZIONE NAZIONALE
CONSERVIERI ITTICI E DELLE TONNARE**

Segreteria Generale
Corso di Porta Nuova, 34 - 20121 Milano
Tel. 026551938 - Fax 026590977
E-mail: ancit@aiipa.it

Viale Pasteur, 10 - 00144 Roma
Tel. 065910544 - Fax 065910711

**ANICAV - ASSOCIAZIONE NAZIONALE
INDUSTRIALI CONSERVE ALIMENTARI VEGETALI**

Centro Direzionale di Napoli
Viale della Costituzione - Isola F/3 - 80143 Napoli
Tel. 0817347020 - Fax 0817347126
E-mail: info@anicav.it - Sito: www.anicav.it

**ASSALZOO - ASSOCIAZIONE NAZIONALE
TRA I PRODUTTORI DI ALIMENTI ZOOTECNICI**

Via Lovanio, 6 - 00198 Roma
Tel. 068541641 - Fax 068557270
E-mail: assalzo@assalzo.it
Sito: www.assalzo.it

**ASSICA - ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI
DELLE CARNI**

Milanofiori Strada 4 - Palazzo Q/8
20089 ROZZANO (MI)
Tel. 028925901 - Fax 0257510607
E-mail: assica@assica.it - Sito: www.assica.it

Viale Pasteur, 10 - 00144 ROMA
Tel. 065915041 - Fax 065915044
E-mail: assicaroma@assica.it

**ASSITOL - ASSOCIAZIONE ITALIANA
DELL'INDUSTRIA OLEARIA**

Piazza di Campitelli, 3 - 00186 Roma
Tel. 0669940058 - Fax 0669940118
E-mail: assitol@assitol.it
Sito: www.assitol.it

**ASSOBIBE - ASSOCIAZIONE ITALIANA
TRA GLI INDUSTRIALI DELLE BEVANDE
ANALCOOLICHE**

Via Flavio Domiziano, 10 - 00145 Roma
Tel. 065918891 - Fax 065924751
E-mail: assobibe@assobibe.it
Sito: www.assobibe.it

**ASSOBIRRA - ASSOCIAZIONE DEGLI
INDUSTRIALI DELLA BIRRA E DEL MALTO**

Viale di Val Fiorita, 90 - 00144 Roma
Tel. 0654393201 - Fax. 065912910
E-mail: assobirra@assobirra.it
Sito: www.assobirra.it

**ASSOCARNI - ASSOCIAZIONE NAZIONALE
INDUSTRIA E COMMERCIO CARNI
E BESTIAME**

Piazza di Spagna, 35 - 00187 Roma
Tel. 0669190640 - Fax. 0669925101
E-mail: segreteria@assocarni.it
Sito: www.assocarni.it

**ASSODISTIL - ASSOCIAZIONE NAZIONALE
INDUSTRIALI DISTILLATORI DI ALCOLI E
ACQUAVITI**

Piazza del Viminale, 5 - 00184 Roma
Tel. 0648907855 - Fax 064870904
E-mail: assodistil@assodistil.it
Sito: www.assodistil.it

**ASSOLATTE - ASSOCIAZIONE ITALIANA
LATTIERO-CASEARIA**

Via Adige, 20 - 20135 Milano
Tel. 0272021817 - Fax 0272021838
E-mail: assolatte@assolatte.it
Sito: www.assolatte.it

Via Boncompagni, 16 - 00187 Roma
Tel. 0642885648 - Fax 0642814790
E-mail: segreteria.rm@assolatte.it

Place de la Liberté, 12 - 1000 Bruxelles
Tel. +3222231105 - Fax +3222194021
E-mail: assolatte.blx@skynet.be

**FEDERVINI - FEDERAZIONE ITALIANA
INDUSTRIALI PRODUTTORI, ESPORTATORI
ED IMPORTATORI DI VINI, ACQUAVITI,
LIQUORI, SCIROPPI, ACETI ED AFFINI**

Via Mentana, 2/B - 00185 Roma
Tel. 064469421/4941630 - Fax 064941566
E-mail: federvini@federvini.it
Sito: www.federvini.it

**ITALMOPA - ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI
MUGNAI D'ITALIA**

Via Lovanio, 6 - int.16 - 00198 Roma
Tel. 066785409 - Fax 066783054
E-mail: italmopa@italmopa.it
Sito: www.italmopa.it

**MINERACQUA - FEDERAZIONE ITALIANA
DELLE INDUSTRIE DELLE ACQUE MINERALI
NATURALI, DELLE ACQUE DI SORGENTE
E DELLE BEVANDE ANALCOOLICHE**

Via delle Tre Madonne, 12 - 00197 Roma
Tel. 068079950/69 - Fax 068079946
E-mail: mineracqua@mineracqua.it
Sito: www.mineracqua.it

UNA - UNIONE NAZIONALE DELL'AVICOLTURA

Via Vibio Mariano, 58 - 00189 Roma
Tel. 063325841 - Fax 0633252427
E-mail: una@unionenazionaleavicoltura.it /
una@iol.it
Sito: www.unionenazionaleavicoltura.it

**UNIONZUCCHERO - UNIONE NAZIONALE
FRA GLI INDUSTRIALI DELLO ZUCCHERO**

Piazza del Viminale, 5 - 00184 Roma
Tel. 0685357981 - Fax 064870904
E-mail: unionzucchero@unionzucchero.it
Sito: www.unionzucchero.it

UNIFI - UNIONE INDUSTRIALI PASTAI ITALIANI

Via Po, 102 - 00198 Roma
Tel. 068416473/8543291 - Fax 068415132
E-mail: unifi@unifi-pasta.it
Sito: www.unifi-pasta.it

CON IL PATROCINIO DI



CON IL SOSTEGNO DI



SOCI AGGREGATI FEDERALIMENTARE



INIZIATIVA A CURA DI



FEDERALIMENTARE

Servizi s.r.l.

VIALE PASTEUR, 10 - 00144 - ROMA - TEL. +39 06 5903534-380 - FAX +39 06 5903342
SEGRETERIA@FEDERALIMENTARE.IT - WWW.FEDERALIMENTARE.IT