



FEDERALIMENTARE

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

**IL MADE IN ITALY ALIMENTARE ALLA PROVA
DELLA CONCORRENZA**

**RELAZIONE DEL PRESIDENTE
LUIGI ROSSI DI MONTELERA**

**ROMA, 27 SETTEMBRE 2006
Sala Zuccari – Palazzo Giustiniani**

Gentile Signore e Signori, Autorità, Colleghi ed Amici,

Il 4° Rapporto Federalimentare-Ismea reca un messaggio chiaro: l'industria alimentare italiana riscuote un enorme prestigio all'estero e agisce su segmenti di mercato di altissima qualità. Ma cammina a fatica. Viene da dire: è una Ferrari che procede al ritmo di un'utilitaria.

Gli interessi coinvolti dalla trasformazione alimentare sono enormi e non consentono di assistere impunemente a deterioramenti competitivi. Per cui il fenomeno preoccupa. Il settore non è rappresentato solo dal suo perimetro specifico: una galassia di 67mila aziende, comprendendo anche le più minuscole, e 470mila occupati. I suoi legami di filiera coinvolgono una forza occupazionale complessiva molto maggiore.

L'agricoltura, a monte, vanta una base occupazionale prossima ai 900 mila addetti e vende oltre il 70% dei suoi prodotti proprio all'industria. E' perciò legatissima ad essa. A valle, la grande distribuzione con oltre 420 mila addetti, e i negozi di prossimità, specializzati nel largo consumo e nel grocery, con oltre 350 mila addetti, basano la maggior parte del proprio fatturato sui prodotti del food and drink. Insomma, se si guarda la filiera alimentare in modo organico – ben 2.140.000 addetti oltre a quelli dei 130.000 bar e 75.000 ristoranti e trattorie, per un totale superiore ai 2,5 milioni!!! - si capisce che essa costituisce il più importante motore economico e occupazionale del Paese.

Non a caso l'industria alimentare, che, dopo il metalmeccanico, costituisce il secondo settore manifatturiero del Paese, rappresenta il primo settore industriale d'Europa, con cifre imponenti che, nella Comunità a 25, coinvolgono un fatturato di oltre 840 miliardi di euro e 4 milioni di addetti.

Nel nostro Paese, i quasi 16 miliardi di euro dell'industria nazionale diretti sui mercati esteri rappresentano il 14% del suo fatturato e si confrontano con il 18% esportato in media dall'industria alimentare europea. E' una cifra relativamente modesta, che equivale a quanto gli italiani spendono per i regali di Natale o per il lotto, per le consumazioni al bar o al fatturato per i soli prodotti alimentari della catena distributiva Metro in Germania.

Ma alla fine, non è nemmeno l'esiguità della cifra esportata che conta: conta molto di più il gap (quattro punti) tra la proiezione export oriented della nostra industria alimentare e quella dell'industria alimentare europea nel suo complesso, che esporta infatti il 18% del proprio fatturato. E' un gap che stride clamorosamente con la forte

vocazione esportatrice dell'industria alimentare italiana e con l'immagine di cui essa gode nel mondo, frutto di imitazioni e perfino di vistosi fenomeni di contraffazione.

A monte di questa proiezione esportativa insoddisfacente c'è il calo della produttività del settore, ricalcolato, in base a recentissimi dati Istat, in un -3% in dieci anni, a fronte dei segni "più", modesti ma comunque in crescita, messi a segno dal totale industria del Paese (+1% circa) e dal totale economia (quasi il +2%).

Eppure la crescita del costo del lavoro nel settore è stata pari al totale dell'industria manifatturiera del Paese e leggermente inferiore al totale dell'economia (+ 22%). Il settore ha potuto fruire cioè di una crescita del costo del lavoro in linea con gli altri aggregati, ma non si è potuto avvantaggiare di questa dinamica stabile. E ciò, per nodi strutturali profondi, per diseconomie esterne a questo parametro, e anche per ridotta capacità contrattuale di fronte alla grande distribuzione.

Tuttavia, con tutti i suoi problemi, il settore, sul mercato interno, ha fatto bene la sua parte. Negli ultimi dieci anni i prezzi alla produzione dei prodotti alimentari trasformati sono aumentati del +9,9%, contro il +19,1% dei corrispondenti prezzi al consumo e contro il +25,2% dell'inflazione nazionale del periodo. I meriti calmieratori e i sacrifici sopportati dal settore risaltano bene da questi confronti, basati su dati ufficiali. Ma è chiaro che l'alimentare ormai è ai limiti dei margini di ottimizzazione, a parità di struttura produttiva, e ha bisogno di una scossa dei propri parametri di produttività, dimensione ed innovazione, per ampliare i suoi spazi di mercato e i suoi margini di contribuzione.

0 0 0

Lo studio che oggi presentiamo insieme all'Ismea evidenzia come negli ultimi 10 anni il sistema Italia abbia perso in competitività circa 13 punti rispetto agli altri Paesi industrializzati concorrenti. Operare in un paese come l'Italia - che il World Economic Forum situa al 47° posto nella graduatoria mondiale della competitività - non è il massimo per un imprenditore. Il Paese ha galleggiato per troppi anni nel quotidiano, privo di scelte organiche e lungimiranti di politica economica. E ora è duro cambiare rotta e interrompere l'inerzia negativa. Certo, la congiuntura sta migliorando dall'inizio dell'anno, ma in misura meno marcata dei concorrenti e in maniera non stabile. Le proiezioni 2007 indicano un assestamento e forse una riduzione dei trend attuali. Intanto, i nodi strutturali restano e continuano a frenare le potenzialità di sviluppo. Non è un caso se i precedenti studi Federalimentare-Ismea hanno individuato proprio nei costi intermedi ed esterni un fondamentale ostacolo allo sviluppo del settore.

Gli stessi studi dimostrano i minori margini di utile delle piccole aziende e le prospettive meno favorevoli che ad esse riserva il futuro. E' accertato che il peggioramento di redditività delle aziende italiane negli ultimi anni sia stato accelerato per le piccole imprese. E se si considera che l'alimentare è caratterizzato da una frammentazione ancora maggiore della media dell'industria nazionale, ed è caratterizzato altresì per la grande maggioranza da prodotti tradizionali, non suscettibili facilmente di incrementi significativi di valore aggiunto, è facile intuire le difficoltà in cui esso si muove.

Insomma i ceppi che legano il settore sono, in sintesi: dimensione (inadeguata) e servizi (inefficienti), assieme ad una tipologia di prodotti essenzialmente locali e tradizionali, la quale avrebbe bisogno di forti e specifici sforzi di valorizzazione, innovazione, ampliamento di gamma, che sono ostacolati invece dai fattori precedenti.

Certo, la grande frammentazione ha consentito nel tempo di presidiare l'enorme patrimonio eno-gastronomico del Paese, ma ormai reca penalizzazioni competitive crescenti. Lo slogan "piccolo è bello" è tramontato da un pezzo.

La proiezione internazionale dei nostri prodotti non potrà essere pienamente sviluppata, in sostanza, se non si affrontano i nodi profondi che condizionano lo sviluppo della filiera agroalimentare.

Si rendono urgenti perciò misure che, incrementando la dimensione d'impresa, migliorino l'efficienza e la capacità di penetrazione del settore alimentare sui mercati internazionali, adeguandole alle sue potenzialità. Le strategie per rilanciare la competitività devono far leva su una realtà: quasi l'80% del fatturato da export è relativo a prodotti dell'industria e poco più del 20% a produzioni tipiche e di nicchia.

Le nostre aziende devono essere incentivate ad aggregarsi e ad aprirsi verso strutture societarie e finanziarie più forti e partecipate. Occorre puntare ad accordi con imprese nazionali e internazionali. Del resto, la crisi da carenza di peso finanziario del capitalismo italiano emerge regolarmente nel tempo, e anche in modo molto pesante, sulla scorta dei problemi di controllo e di investimento di grandi Gruppi. Ma essa pesa anche in strutture polverizzate come l'alimentare.

Va avviata insomma, una volta per tutte, la compattazione dell'intera filiera agroalimentare nazionale. Senza incentivi in questo senso, senza finanza dei fondi pensione, dei private equity, delle merchant bank, e senza un salto culturale della nostra stessa piccola imprenditoria, i nostri prodotti reggeranno con sempre maggiore fatica la concorrenza estera: soprattutto di quei Paesi che, come dimostra lo studio Federalimentare-Ismea presentato oggi, hanno già innestato una marcia in più.

Qualcuno si muove, per fortuna. Il sistema bancario nazionale sta dando segnali positivi, con aggregazioni e fusioni che cominciano a far profilare aziende con massa critica adeguata a reggere le scommesse internazionali di efficienza, competitività e presidio dei mercati esteri più interessanti.

Le aziende alimentari italiane devono far germogliare al loro interno nuove realtà non solo nazionali. L'approccio societario internazionale non può venire solo da fuori: deve cominciare a partire anche dalle aziende alimentari medie radicate nel Paese, con l'ausilio di nuove alleanze e strumenti societari moderni. Il capitalismo familiare, che ha avuto meriti straordinari nel decollo industriale dell'Italia del dopoguerra, deve evolvere in cultura della separazione fra proprietà e gestione, in cultura manageriale. Del resto, il problema è reso ancora più grave dalla fase di transizione proprietaria che il Paese sta attraversando e alla quale si assisterà con maggiore frequenza nel futuro prossimo. L'età media di chi controlla, attraverso la proprietà, le aziende in Italia è di ben 61 anni (il 22% ne ha addirittura più di 70), dato che diviene ancor più allarmante se riferito al solo settore alimentare dove l'età media dei controllanti raggiunge i 65 anni (quasi il 30% con più di 70 anni).

Insomma, la coincidenza tra la figura dell'imprenditore e del manager diventa spesso un punto di debolezza quando l'impresa affronta la crescita. Occorre quindi accompagnare tale percorso facilitando con misure appropriate il passaggio dal momento imprenditoriale a quello del management. I nuovi modelli proprietari possono essere realizzati attraverso fusioni, network, joint venture, alleanze strategiche e holding. Gli strumenti non mancano. Essi dovranno tendere a mantenere in possesso dell'imprenditore il controllo del capitale azionario, garantendogli funzioni di supervisione, sorveglianza e governance.

Deve essere chiaro, comunque, che le piccole aziende non possono crescere da sole, devono crescere insieme. Il Governo ha il compito di incentivare lo sviluppo di strumenti finanziari moderni. E il sistema creditizio deve fare la sua parte con responsabilità. Altrimenti, rischiamo di vedere le poche aziende alimentari italiane sempre e solo in vendita al miglior acquirente straniero.

Lo stesso strumento delle delocalizzazioni, infine, deve essere visto in modo selettivo. Quelle cosiddette "buone" che affiancano le strutture nazionali, investendo su nuove unità produttive dirette ad aggredire meglio il mercato internazionale, sfruttando filiere corte e costi ridotti oltre frontiera, sono uno strumento importante che varie aziende lungimiranti stanno già utilizzando nei loro principali mercati: Germania, USA, India, Cina, Russia ecc..

Certo, al di là delle specificità del settore, queste problematiche interessano in modo orizzontale l'intero Sistema Italia. Il Documento di Programmazione Economico-Finanziaria 2007-2010 del Governo le mette in evidenza. Ora le possibili strategie di risposta devono riflettersi nella imminente Finanziaria che lo stesso Governo si accinge a varare. Occorre perciò una coerente e concreta assunzione di responsabilità da parte del Governo. Ed essa deve essere massimamente tempestiva nell'attuale quadro internazionale.

Le stesse simulazioni elaborate da Confindustria per ottenere risultati di crescita che si avvicinino a quelli indicati dal Dpef evidenziano la necessità che, sin dalla prossima Finanziaria, siano adottate misure mirate alla competitività delle imprese, che includano le tante volte annunciate sostanziali riduzioni dell'Irap e del cuneo fiscale e contributivo. La riduzione del cuneo fiscale, tuttavia, prevista al 5%, non dovrà essere meramente quantitativa, ma selettiva e mirata a obiettivi specifici di stabilità e sviluppo.

Il DPEF ha rappresentato in modo convincente i nodi strutturali dell'economia italiana: dimensione insufficiente delle imprese, bassa propensione all'innovazione, calo della competitività estera, scarsità degli investimenti da/verso l'estero, calo della crescita potenziale del Pil.

Il Paese ha bisogno di maggiore concorrenza al suo interno, di servizi meno onerosi e più efficienti, di una logistica meno penalizzante e imbarazzante di quella legata alle sue attuali vetero-strutture infrastrutturali. Così, non devono meravigliare le prospettive delineate dalle Autorità spagnole di un imminente sorpasso del reddito pro-capite di quel paese rispetto a quello italiano. Con i differenziali di crescita in atto sono previsioni del tutto attendibili.

Una conferma dei gap del Paese viene anche da un recente studio CIAA (Confederazione delle industrie agroalimentari della UE), che evidenzia il livello inferiore degli investimenti in innovazione e ricerca del "food and drink" italiano, rispetto alle principali industrie concorrenti della Comunità (Francia, Germania, Regno Unito).

Le privatizzazioni e gli incentivi in questo campo necessitano, comunque, di un quadro organico. In Italia, nel 2003, lo Stato ha speso per la ricerca appena 129 euro per abitante, contro i 217 della Francia, i 236 della Germania e i 157 del Regno Unito. In totale, la spesa italiana in ricerca ha raggiunto l'1,14% del PIL: praticamente la metà rispetto al 2,26% della spesa media Ocse.

Non basta. Non solo la spesa pubblica è bassa, ma è storicamente basso lo stesso trasferimento di risorse pubbliche alle imprese per incentivare la ricerca privata. Secondo l'Ocse, tali trasferimenti, in valori costanti e a parità di potere d'acquisto, tra il 1980 e il 2002 sono stati di 24 miliardi di euro in Italia, contro i 62 miliardi della Francia, i 63 della Germania e i 56 del Regno Unito.

Insomma, i risultati dello studio presentato oggi portano a condividere l'attenzione data dal DPEF 2007-2010 alle politiche per la crescita. Soprattutto, perché esse sono centrate su temi fondamentali, e perché appaiono inquadrare secondo una logica di sistema, con riferimento alle imprese ed ai contesti operativi, istituzionali e di mercato.

Lo stesso Dpef riprende alcune proposte avanzate dal sistema industriale, relative alla riforma degli incentivi, anche con utilizzo del credito d'imposta. Come quella relativa al 50% del totale delle spese di ricerca per progetti assegnati dai privati ad università e istituti di ricerca. Oppure

come la promozione della diffusione dell'innovazione digitale, al sostegno dei grandi progetti, e una maggiore destinazione di risorse per il Mezzogiorno ai temi della ricerca e dell'innovazione secondo criteri meritocratici.

Occorre, comunque, un vero e concreto “nuovo modello” di politica industriale, articolato per obiettivi e per modalità di progetto. La prolungata, bassa crescita sperimentata negli ultimi anni dall'Italia è un fenomeno del tutto anomalo e molto allarmante. I problemi riguardanti la struttura produttiva, il settore pubblico e gli assetti istituzionali hanno congiurato, tutti insieme, per insabbiare progressivamente lo sviluppo del Paese.

Misure dirette alla detassazione, in termini significativi, di investimenti effettuati da imprese che si sono accorpate (ad esempio nel biennio precedente all'operazione di investimento) potrebbero costituire perciò uno strumento di incentivazione alla fusione e agli stessi investimenti.

Va ricordato infine (un po' di autocritica non guasta) che la coincidenza tra la figura dell'imprenditore e del manager diventa spesso un punto di debolezza quando l'impresa affronta la crescita. Occorre quindi anche un salto culturale da parte della nostra imprenditoria.

La valutazione delle criticità di comparto, attraverso l'utilizzo di distretti e network, è un percorso già sperimentato positivamente da alcuni settori fuori dell'alimentare, al fine di razionalizzare la produzione. All'interno di singole aree e segmenti produttivi, esso potrebbe essere percorso con la spinta di incentivi finanziari e fiscali di sostegno.

Ci teniamo infine a sottolineare il nostro apprezzamento in merito alle proposte e ai primi atti compiuti dal Governo. Ne diamo atto ai Ministri oggi qui presenti. In particolare, condividiamo le proposte avanzate dal Ministro De Castro per sostenere gli investimenti promozionali e di filiera delle imprese agroalimentari all'estero e per rilanciare BuonItalia. E condividiamo l'affermazione del Ministro Bonino, secondo cui "la politica commerciale rappresenta un fattore importante per sostenere azioni di politica economica finalizzate a recuperare produttività e competitività. L'Italia non può tornare a crescere se non rafforza le proprie capacità di presenza sui mercati internazionali. La sfida della globalizzazione richiede che i prodotti e le imprese italiane, anche quelle medio-piccole, siano protagonisti del mercato mondiale".

Riteniamo che le Linee Diretrici dell'Attività promozionale per il 2007 recentemente approvate vadano nella direzione giusta, individuando precise prospettive strategiche - in piena sintonia con gli sforzi efficaci e spesso non sufficientemente riconosciuti del nostro ICE: mantenere alta l'immagine del Made in Italy; recuperare spazi di mercato nei Paesi dove la nostra quota è inferiore alla media mondiale e ad aprirne di nuovi in Paesi dove non siamo presenti; incentivare l'internazionalizzazione dei settori non basati sulla concorrenza di prezzo; continuare la difesa strenua dei nostri prodotti, marchi e brevetti combattendo la contraffazione sul piano legale, e sui mercati dove essa si manifesta.

Da queste premesse sono state individuati quattro tipi di linee di intervento, anch'esse condivisibili, da attuare insieme all'ICE ed a Buonitalia:

. Vale a dire:

- 1) aumentare la focalizzazione geografica;
- 2) concentrare l'attività di supporto fieristico sulle manifestazioni fondamentali da aggregare nelle diverse aree geografiche, un po' come CIBUS VINITALY a Shanghai il 23 novembre prossimo o CIBUS ROMA ad aprile 2007;
- 3) aumentare gli investimenti ed i crediti d'imposta a supporto dei settori innovativi (tra i quali è espressamente citato quello agroalimentare)
- 4) incrementare le attività in Italia tese a creare sinergie e collaborazione tra le piccole imprese.

Un fatto è certo: il Paese non può attardarsi un giorno di più nel ruolo di fanalino di coda delle economie avanzate. Esso deve essere consapevole dei rischi crescenti che corre e della salita che lo attende. L'impegno è grande, e, come sempre di fronte ai grandi impegni, l'industria alimentare italiana è pronta a fare la propria parte.

**Indagine campionaria Banca d'Italia-Invid (2003):
età dei controllanti**

Totale industria		Industria alimentare	
%	<i>Età</i>	%	
4,8 %	Fino a 40 anni	0,5 %	
14,7 %	41-50	9,2 %	
27,2 %	51-60	24,1 %	
30,9 %	61-70	36,8 %	
22,4 %	71 e oltre	29,4 %	

Età media totale industria: 61 anni

Età media industria alimentare: 65 anni