

Apertamente

L'INDUSTRIA
ALIMENTARE
IN ITALIA
APRE LE PORTE
AL PUBBLICO



GUSTO CHIARO
8-13 novembre 2004

LA QUALITÀ È TRASPARENTE.

VIAGGIO ALLA SCOPERTA
DEI "SEGRETI"
CHE RENDONO
UNICO E INIMITABILE
IL CIBO MADE IN ITALY.



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Apertamente

L'INDUSTRIA
ALIMENTARE
IN ITALIA
APRE LE PORTE
AL PUBBLICO



GUSTO CHIARO
8-13 novembre 2004

LA QUALITÀ È TRASPARENTE.

VIAGGIO ALLA SCOPERTA
DEI "SEGRETI"
CHE RENDONO
UNICO E INIMITABILE
IL CIBO MADE IN ITALY.

La manifestazione "Apertamente. L'industria alimentare in Italia apre le porte al pubblico" è una iniziativa promossa da Federalimentare e dalle Associazioni di categoria ad essa aderenti.

Quest'anno - per la seconda volta dopo l'edizione del 2002 - un centinaio di stabilimenti produttivi posti in ogni angolo del nostro Paese ospiteranno in particolare i giovani delle scuole, per spiegare come vengono prodotti i cibi che arrivano sulla nostra tavola.

Aver coinvolto decine di aziende su tutto il territorio nazionale, rappresentative di produzioni alimentari differenti, sia per settore che per tipologia di prodotto, è la dimostrazione di una tradizione e dei valori che rendono i prodotti dell'industria alimentare italiana, unici e famosi in tutto il mondo: sicurezza, qualità, informazione e trasparenza. Nel 2003 il nostro settore, con 103 miliardi di Euro di fatturato, 7 mila imprese e 270 mila addetti, si è confermato al secondo posto fra i grandi settori manifatturieri nazionali, rivelandosi una delle industrie più importanti del nostro Paese e un comparto trainante dell'economia italiana.

La scelta del tema di questa edizione, "Gusto chiaro", vuole far conoscere l'impegno, la serietà e la competenza di tutti gli operatori del settore che contribuiscono ogni giorno all'ottenimento di questi risultati e rendere noti i processi e le professionalità capaci di esaltare la qualità dei prodotti alimentari italiani e i piccoli e grandi "segreti" - fatti di eccellenza nella scelta delle materie prime e di una loro sapiente miscela grazie a ricette e tecniche originali - che rendono inimitabile il gusto dei nostri prodotti alimentari. Anche se poi i tentativi d'imitazione e di contraffazione, in ogni angolo del mondo, sono purtroppo all'ordine del giorno.

Nelle pagine che seguono proveremo a raccontare la qualità del nostro cibo attraverso l'individuazione di 10 fattori chiave che spiegano l'eccellenza di un comparto al quale è legata la migliore immagine del nostro Paese all'estero.

Luigi Rossi di Montelera
Presidente Federalimentare

LA SICUREZZA COME PREREQUISITO E LA RINTRACCIABILITÀ COME ULTERIORE GARANZIA

La sicurezza è un prerequisito, un obiettivo che tutte le imprese alimentari devono obbligatoriamente - senza alcuna deroga possibile - perseguire. Una responsabilità, quindi, prima ancora che una scelta obbligata.

Per questo l'industria alimentare investe imponenti risorse in ricerca, tecnologia, controlli di materie prime e prodotto finito, applicando una legislazione fra le più stringenti in Europa e favorendo i controlli delle pubbliche autorità con piena responsabilità e correttezza.

Nell'ambito dell'attività di autocontrollo della nostra industria alimentare sono effettuate oltre 1 miliardo di analisi l'anno, relative alla sicurezza e qualità del prodotto. L'onere derivante da queste attività è valutata in circa 1.650 milioni di euro: una somma pari all'1,6% del fatturato totale del settore. Ai controlli interni, di routine, ogni anno si aggiungono anche 720 mila visite ispettive pubbliche, con costi stimati in 302 milioni di euro (0,3% del fatturato), senza contare le attività di verifica permanenti da parte di veterinari pubblici, istituti zooprofilattici, guardia di finanza e dogane.

Nel complesso, quindi, circa il 2% del fatturato del settore industriale alimentare - una cifra che sfiora i 2.000 milioni di euro - è impegnato solo per garantire la sicurezza alimentare e gli standard di qualità dei nostri prodotti.

Per considerare davvero sicuro il cibo che portiamo in tavola, è necessario però prendere in esame l'intera catena della produzione, responsabilizzando tutti i soggetti della filiera: agricoltori, produttori di alimenti zootecnici e sementi, allevatori, industria di trasformazione, trasportatori e distributori, commercianti all'ingrosso e al dettaglio, fino al consumatore.

Il cosiddetto principio della rintracciabilità di filiera, o "documentale", è applicato dall'industria alimentare già da diversi anni, anche se sarà reso obbligatorio per tutti solo dal 1 gennaio del 2005. Consente di seguire una "traccia" che documenta, dal campo alla tavola, la vita del prodotto che abbiamo acquistato, risalendo ai fornitori di materia prima, all'azienda produttrice, allo stabilimento di produzione, fino al lotto e persino al giorno e all'ora di produzione.

In questo modo, in caso di emergenza, è possibile isolare e ritirare la partita non in regola, limitando al massimo i rischi per il consumatore.

LA MARCA E IL PRESTIGIO D'IMMAGINE DEL SETTORE

La storia del nostro settore alimentare è segnata da persone e da famiglie che hanno "firmato" i prodotti e hanno posto il proprio nome a garanzia della qualità offerta ai consumatori, spesso nell'arco di storie aziendali lunghe più di un secolo.

Oggi quasi la metà degli italiani dovendo scegliere un alimento, lo fa privilegiando la marca. Questa rimane di gran lunga il fattore principe che guida e determina il loro acquisto. Dire marca e dire qualità è quasi la stessa cosa.

D'altra parte il prestigio assunto dai grandi marchi del settore alimentare, attraverso i propri prodotti di qualità, ha varcato i confini nazionali. Arricchendo l'immagine del nostro Paese.

Uno studio del Censis realizzato sul finire del 2003 si spinge a dire che la percezione dell'Italia risulta fortemente agganciata al tema della gastronomia e del cibo. Se mancasse questa componente, l'Italia perderebbe un pezzo del suo prestigio.

Dopo le città d'arte, i prodotti alimentari di qualità, messi a disposizione dall'industria italiana, rappresentano il nostro più importante fattore di riconoscibilità presso gli stranieri. In una scala che va da 1 a 10, il "voto" attribuito a Roma, Firenze e Venezia come simbolo d'eccellenza del nostro Paese è 9,1, contro l'8,5 di cibo e gastronomia. E poi via via, in posizioni più arretrate, altri valori forti come la moda, lo sport e le bellezze naturali e paesaggistiche.

L'altra faccia di questo prestigio d'immagine, purtroppo, è data dal fenomeno della contraffazione delle nostre produzioni alimentari sui mercati stranieri. Secondo una stima di Federalimentare, alla fine dell'anno prossimo l'ammontare complessivo del business dell'imitazione potrà raggiungere o superare il fatturato globale, circa 110 miliardi di euro, del comparto industriale alimentare nazionale.

LA SELEZIONE DELLE MIGLIORI MATERIE PRIME E LA LORO SAPIENTE MISCELA

L'Italia è un grande Paese trasformatore, ricco d'imprenditorialità, inventiva, tecnologie di avanguardia, ma non autosufficiente dal punto di vista delle materie prime, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo.

La produzione agricola nazionale copre infatti poco più dei due terzi del fabbisogno produttivo dell'industria alimentare, rendendo quindi indispensabile - in particolare per alcune materie prime - il ricorso all'importazione. In alcuni casi ci si rivolge oltre frontiera per ricercare una qualità migliore oppure più adatta ad una determinata produzione, a prescindere da ragioni di convenienza in termini di costi, che possono anche essere più elevati (per acquisto e per trasporto).

Va detto infatti, sfatando un pregiudizio ricorrente, che la materia prima italiana non sempre offre maggiori garanzie ai fini della sicurezza e qualità di un prodotto. Quali sono le materie prime per le quali l'Italia dipende maggiormente dall'estero? Certamente i cereali per alimentazione umana (per il grano tenero e per il grano duro s'importano rispettivamente il 60% e il 30% del fabbisogno annuo), la farina di soia (3 milioni di tonnellate importate, pari ad oltre il 75% di quella utilizzata nel nostro Paese), il latte e suoi derivati (1,5 milioni di tonnellate arrivano dall'estero), la carne (il 35% del fabbisogno è importato), le olive per produrre l'olio (dipendiamo per il 50% dalle importazioni), i semi oleosi e così via.

È vero poi che alcune materie prime, per motivi ambientali, non vengono coltivate nel nostro Paese, come ad esempio caffè e cacao, eppure il caffè italiano è ben conosciuto e apprezzato nel mondo.

Il vero "segreto" della qualità e del gusto inimitabile del cibo italiano è dunque soprattutto nelle ricette, oltre che nella accurata selezione delle migliori materie prime. Nelle ricette tradizionali - tramandate di generazione in generazione e adatte ai nuovi sviluppi delle tecnologie produttive - e nella sapiente miscela degli ingredienti. Una storia fatta di cultura e gusto, di piacere della tavola e di mille, saporiti, "campanili".

LA RICERCA E L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA, NEL RISPETTO DELLA TRADIZIONE

Da una parte le ricette, dunque, dall'altra le tecnologie e i macchinari che oggi consentono di ottimizzarne la loro realizzazione. Perché una zuppa o un sugo o una torta si possono cucinare in casa, seguendo la ricetta della mamma, per poche persone, oppure preparare, praticamente invariati, in un pentolone da mille litri, appositamente "inventato" per replicare le caratteristiche della pentola di casa. Gli italiani sono sempre stati geniali nell'utilizzare quanto di meglio la tecnologia mette a disposizione, senza mai perdere di vista la ricetta o le esigenze del gusto.

Tutto questo, ovviamente, comporta cospicui investimenti: ogni anno l'industria alimentare destina il 2,6% del proprio fatturato (circa 2.700 milioni di euro) ad attività di ricerca, pura e applicata.

Partendo dalla rivoluzionaria scoperta di Louis Pasteur che ha portato all'applicazione sugli alimenti del principio della "pastorizzazione" (eliminazione dei germi patogeni per riscaldamento), molte sono le invenzioni che hanno reso più stretta l'alleanza fra scienza e industria alimentare moderna. Per citarne alcune: i cibi in scatola grazie agli studi di Nicolas François Appert, la margarina in seguito alle ricerche del chimico francese Hippolyte Mège-Mouriès, la prima macchina per congelare alimenti (1929) sulla base dell'intuizione del biologo e naturalista newyorkese Clarence Birdseye, l'estratto di carne da parte di Justus Von Liebig.

Una collaborazione - questa tra mondo della ricerca e universo della produzione industriale - che gioca a tutto vantaggio dei consumatori. L'utilizzo di macchinari sempre più sofisticati e perfezionati riduce al minimo l'intervento manuale dell'uomo in molte fasi della lavorazione industriale e, quindi, il rischio di contaminazione dell'alimento. La termosigillatura consente d'isolare il prodotto dall'umidità esterna, proteggendolo da potenziali contaminanti ambientali fino al momento del consumo.

Senza contare che il confezionamento ormai avviene in condizioni di completa asetticità, utilizzando a volte anche un'atmosfera protettiva, che consiste nel sostituire l'aria con un gas inerte, come l'anidride carbonica o l'azoto, per prevenire, ad esempio, lo sviluppo di muffe. In questo modo, oltre ad allungare la vita del prodotto, è possibile ridurre l'uso di conservanti ed assicurare il mantenimento delle caratteristiche organolettiche originarie.

IL KNOW HOW SPECIFICO DEGLI ADDETTI E L'AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE CONTINUO

Per un'industria che punta tutto sulla qualità e sulla sicurezza, guardando sempre avanti in fatto di innovazione di sistema e di prodotto, è di capitale importanza disporre di personale specializzato, in molti casi formato ad hoc.

Dietro il gusto inimitabile degli alimenti che sono simbolo dell'Italia gastronomica nel mondo ci sono un'infinità di mestieri, professionalità innovative e di competenze particolari, per un settore che attualmente impiega circa 270 mila addetti, dei quali il 38% con meno di 34 anni.

Il panorama delle specializzazioni operanti all'interno del settore alimentare, in questi ultimi anni, è andato arricchendosi e diversificandosi, anche se non è sempre semplice reperire sul mercato le professionalità delle quali si ha bisogno.

Oltre alle figure con professionalità a prevalente contenuto tecnico che operano nelle aree della produzione vera e propria e della ricerca e sviluppo (tecnici di laboratorio, tecnologi alimentari, responsabili dei sistemi di qualità, cuochi, sommelier, enologi, affinatori di formaggi, assaggiatori, esperti in stagionatura dei salumi, nutrizionisti, esperti in biotecnologie e perfino mastri birrai o cioccolatieri, ed altre ancora), l'industria della trasformazione del cibo in Italia offre interessanti opportunità di occupazione ad esperti di marketing, logistica, comunicazione, pubblicità, relazioni con i media, tutela legale. Solo per ricordarne alcune.

Mestieri e professioni che in alcuni casi si apprendono frequentando corsi e master specializzati, ma più spesso si imparano solo facendo esperienza direttamente sui posti di lavoro.

Come accade in ogni settore tipico del migliore - e più creativo - Made in Italy italiano.

L'ATTENZIONE NEI CONFRONTI DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE

L'informazione è un elemento che parte dalla sicurezza e ha come obiettivo la qualità. Si esprime attraverso l'etichetta, ma non solo. Come è vero che si rivolge al consumatore, ma non solo a lui.

I prodotti alimentari confezionati, secondo la legge vigente, devono obbligatoriamente riportare in etichetta una serie d'informazioni, e precisamente:

- la denominazione di vendita (ovvero di quale prodotto si tratta)
- l'elenco degli ingredienti
- la quantità contenuta nella confezione
- il termine di conservazione
- il nome o la ragione sociale o il marchio depositato e la sede del fabbricante o del confezionatore o di un venditore stabilito nella Comunità Economica Europea
- la sede dello stabilimento di fabbricazione o di confezionamento (per i prodotti fabbricati o confezionati in Italia per la vendita sul territorio nazionale).

Solo per specifici prodotti devono essere anche evidenziate le modalità di conservazione e le istruzioni per l'uso.

La lista degli ingredienti ci dice quali sono le sostanze effettivamente utilizzate nella preparazione del prodotto. L'ordine in cui sono indicate è decrescente, per cui possiamo riconoscere gli ingredienti presenti in quantità maggiori rispetto ad altri utilizzati in quantità minime.

La presenza di ingredienti geneticamente modificati deve essere indicata quando si supera la soglia dello 0,9% sul totale di quell'ingrediente.

L'etichettatura nutrizionale, invece, è oggi obbligatoria solo per i cibi destinati ad alimentazioni particolari, come prodotti dietetici e alimenti per la prima infanzia. Tuttavia già moltissime aziende la riportano a titolo volontario anche in gran parte dei prodotti alimentari di uso comune. Quando è presente, deve indicare obbligatoriamente il valore energetico (in Kcalorie e Kjoule) e i principali nutrienti (proteine, grassi e carboidrati) del prodotto per 100 grammi, eventualmente anche per pezzo o porzione. Minerali e vitamine possono essere segnalati solo se presenti in quantità nutrizionalmente significative, ovvero se superano il 15% del livello giornaliero raccomandato per quella sostanza.

Recentemente è stata resa obbligatoria in Italia (con il decreto legge n. 157 del 24

giugno 2004) l'indicazione del luogo di origine e di provenienza degli ingredienti, non prevista dalla Direttiva 2000/13 CE (ad esclusione del caso in cui "l'omissione di tale indicazione possa indurre in errore il consumatore circa l'origine e la provenienza effettiva del prodotto alimentare"). Il provvedimento è attualmente all'esame della Commissione Europea, a seguito del ricorso di Federalimentare, per verificare l'ipotesi di una sua incompatibilità con il principio della libera circolazione delle merci stabilite nel trattato CE.

L'indicazione del termine di conservazione deve essere letta con attenzione. Infatti, in commercio esistono alimenti facilmente deperibili, cioè con una durata di conservazione limitata (inferiore a 3 mesi), e altri non facilmente deperibili, che hanno una durata di conservazione molto più lunga. Per questi due casi la legge ha previsto due diverse dizioni: "da consumarsi entro il..." (data di scadenza) e "da consumarsi preferibilmente entro il..." (termine minimo di conservazione). La data di scadenza è perentoria, stabilisce cioè la data oltre la quale il prodotto non può essere consumato nonché posto in vendita e si applica a prodotti quali, ad esempio, il latte pastorizzato e lo yogurt, budini e pasta fresca ripiena. Il termine minimo di conservazione indica, invece, la data entro la quale è possibile gustare il prodotto al meglio delle sue caratteristiche qualitative (organolettiche, nutrizionali ecc...).

Oltre alle informazioni che compaiono sulla confezione, esistono altre informazioni "invisibili", che garantiscono il consumatore sulla sicurezza dei prodotti. Le più importanti sono i sistemi di analisi dei rischi e dei punti critici di controllo (HACCP) e la "rintracciabilità", ovvero la possibilità di ricostruire e seguire il percorso di un alimento attraverso tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione, importazione compresa. Attraverso la tracciabilità documentale (che diventerà obbligatoria dal 1 gennaio 2005, sulla base del regolamento UE 178/2002, ma in realtà già adottata da tempo dalle industrie produttrici) è possibile isolare e ritirare le partite di merce non conformi che possono rappresentare un pericolo per la salute dei consumatori. Tutti i documenti, infatti, sono archiviati nei registri aziendali a disposizione delle autorità di controllo.

L'industria alimentare inoltre mette a disposizione del consumatore importanti informazioni attraverso il packaging di servizio, i siti web, i numeri verdi e i sistemi di customer service. Realtà sempre più conosciute, apprezzate e utilizzate dagli italiani. Infine, dai disciplinari di produzione fino alla comunicazione commerciale, l'industria alimentare è costantemente impegnata a diffondere informazioni sui prodotti ad un ampio spettro di interlocutori: istituzioni, enti pubblici e sanitari, associazioni di tutela dei consumatori, trade, media.

LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E DELL'AMBIENTE

Abbiamo visto che oltre i due terzi delle materie prime utilizzate dall'industria agroalimentare italiana provengono dalla produzione agricola nazionale. Questa collaborazione tra produzione agricola e industria della trasformazione produce effetti positivi: salvaguardia dell'equilibrio idrogeologico, mantenimento della biodiversità e del paesaggio rurale, freno allo spopolamento delle campagne, implementazione dell'industria del turismo per fini eno-gastronomici.

Un altro valore oggi in forte sviluppo, che vede protagonista l'industria alimentare, è la valorizzazione dei prodotti tipici, visto che l'Italia può vantare il primato europeo in quanto a produzioni DOP e IGP.

Questi alimenti, che insieme al biologico rappresentano una realtà che copre circa il 10% dei consumi alimentari italiani, vanno considerati a tutti gli effetti parte integrante del sistema di trasformazione industriale del nostro Paese.

Forte l'impegno dell'industria alimentare sul fronte ambientale.

Sempre più numerose sono le aziende che ottengono la certificazione ambientale (ISO 14000), che ne attesta il rispetto dei requisiti legati all'abbattimento dell'impatto ambientale.

Inoltre, essendo la maggior utilizzatrice di imballaggi, l'industria alimentare opera su due fronti: a monte, riducendo il peso dell'imballo dei prodotti; a valle, contribuendo in misura determinante alla messa a regime dei sistemi di recupero e riutilizzo degli imballaggi nell'ambito del sistema di riciclo nazionale.

Basti pensare che il Consorzio Nazionale Imballaggi (CONAI) è sostenuto per il 65% dalle quote pagate dalle industrie alimentari. Guardando ai dati di riciclo dei rifiuti d'imballaggio sull'immesso al consumo scopriamo che, a fronte di una media del 44%, il contributo dell'industria alimentare incide in misura sostanziale: 93% per l'alluminio, 91% per il vetro, 56% per il legno e 51% per la plastica.

L'INNOVAZIONE DI PRODOTTO E I SEMPRE MAGGIORI CONTENUTI DI SERVIZIO

All'inizio degli anni Cinquanta del secolo scorso chi entrava in un negozio di alimentari poteva contare su una scelta che difficilmente superava i 100 generi diversi. Molti dei quali, a fronte di grandinate o altri fenomeni atmosferici avversi, diventavano costosi e introvabili. A conti fatti, a fine mese almeno la metà dello stipendio veniva destinata a bevande e generi alimentari, mentre in America, Francia e Inghilterra ne bastava il 30-35%.

Per preparare un pasto, occorrevano almeno 3 o 4 ore di tempo, senza contare che la spesa, non essendo ancora diffusi i frigoriferi, andava fatta tutti i giorni. Insomma, la donna era davvero impegnata a tempo pieno, solo per riuscire a soddisfare le esigenze alimentari della famiglia. E chi aveva esigenze particolari (intolleranze, diete specifiche anche di origine religiosa, ecc...) molto difficilmente riusciva a soddisfarle con i normali prodotti in commercio.

Oggi, chi entra in un supermercato può scegliere tra circa 1.500/3.000 prodotti diversi, in grado di soddisfare tutte le diverse occasioni di consumo e le esigenze specifiche di una famiglia o dei singles. Tutte le barriere e le limitazioni del passato (distanza, stagionalità, conservabilità) sono state superate. E' disponibile frutta e verdura già lavata e porzionata, vari generi alimentari (crudi e cotti) surgelati, formaggi e insaccati sotto vuoto, il pomodoro pelato e la passata in lattina o in vetro, il tonno in scatola, primi e secondi piatti già pronti, elaborati, trasformati, precotti, monoporzioni, linee dietetiche, merendine, biscotti, prodotti da forno per la prima colazione, salse, confetture, cibi kosher: ce n'è davvero per soddisfare ogni desiderio e rispondere a tutte le esigenze. Senza contare che l'attenzione al contenuto di servizio consente, ad esempio, di risolvere egregiamente il problema di preparare velocemente un buon pasto. E anche la tasca ne ha guadagnato: la quota percentuale del reddito destinata ai consumi alimentari è scesa, in Italia, da oltre la metà a meno del 17%.

L'innovazione, di prodotto e di servizio, consente all'industria alimentare di offrire al consumatore una sempre più vasta gamma di prodotti adeguati nella praticità d'uso, nei contenuti nutrizionali, desiderabili nel gusto e convenienti nel rapporto qualità prezzo, che permettono al consumatore di compiere scelte consapevoli e di seguire una dieta adatta al proprio stile di vita e all'attività fisica svolta.

UN IMPEGNO "ETICO": GARANTIRE CIBI SICURI E DI QUALITÀ PER TUTTI

L'impresa alimentare italiana è consapevole del proprio ruolo etico proprio perché produce beni primari, destinati alla nutrizione, alla salvaguardia della salute e al benessere della popolazione. Il suo primo impegno concreto è quello di portare ogni giorno sulle tavole di tutti gli italiani prodotti sicuri, convenienti e di buona qualità.

Ma è anche attenta alle proprie più generali responsabilità di carattere economico-finanziario, sociale e ambientale. Cominciano a essere numerose le aziende alimentari, grandi e piccole, che percorrono la strada della certificazione etica, adottando un modello di governo dell'impresa basato sull'idea del contratto sociale con i propri interlocutori: i lavoratori, i consumatori, i fornitori e le comunità locali. Nella convinzione che la qualità di un prodotto, oggi più che mai, non possa prescindere dal comportamento socialmente responsabile dell'azienda.

Recentemente Federalimentare, aderendo all'invito dell'ONU, è entrata a far parte del Global Compact, un'iniziativa lanciata dal Segretario Generale delle Nazioni Unite, Kofi Annan, al World Economic Forum di Davos nel 1999.

Un "Patto globale" che unisce imprese, agenzie dell'ONU, organizzazioni del lavoro e della società civile, per promuovere la responsabilità sociale dell'impresa attraverso il rispetto e la promozione di 9 principi fondamentali relativi ai diritti umani, al lavoro e all'ambiente.

All'interno di questo impegno, l'industria alimentare italiana ha da tempo intrapreso anche un'attività di ricerca e di comunicazione nell'ambito dei corretti stili di vita, con particolare attenzione nei confronti dei giovani, e ha siglato accordi con il Ministero dell'Università e della Ricerca, l'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione, il Ministero della Salute, l'Istituto Superiore di Sanità, l'Ente per le Nuove tecnologie, l'Energia e l'Ambiente, il Consiglio Nazionale delle Ricerche e varie associazioni consumeristiche per favorire la diffusione di una adeguata informazione nutrizionale nelle scuole e nelle famiglie italiane.

IL CONSUMATORE PIÙ ESIGENTE E PREPARATO DEL MONDO

Si sa, in fatto di cibo e cucina gli italiani hanno poco da imparare, in giro per il mondo. In famiglia, l'attenzione per la cultura del cibo viene tramandata di generazione in generazione, venendo rigenerata in una dialettica continua di tradizione e innovazione. Ormai tutti assaggiano tutto e sono in grado di giudicare il gusto di un cibo e il sapore di un vino. E perciò diventa sempre più difficile soddisfare le aspettative crescenti dei consumatori.

Questo è senza dubbio uno stimolo importante alla crescita qualitativa del settore alimentare italiano.

La competenza dei consumatori è quindi un vero e proprio plus del nostro Paese. Per fortuna, questa sfida all'insegna della migliore tradizione alimentare del mondo sembra funzionare in maniera eccellente. L'industria si sforza di fare la sua parte e il consumatore sembra ricambiarla, accordandole fiducia.

Se guardiamo l'ultimo Monitor della Doxa - uno strumento attraverso il quale si tiene costantemente sotto controllo il giudizio dei consumatori su qualità e sicurezza dei prodotti alimentari italiani - i risultati ci mostrano un buon livello di fiducia nei controlli fatti sia dai produttori (62%) che dagli enti pubblici (61%) e una conferma significativa del fattore marca (44%). E se 3 consumatori su 4 sono più che soddisfatti dei prodotti alimentari che acquistano, 7 su 10 pensano che i progressi tecnologici applicati all'industria alimentare hanno reso i cibi senz'altro più sicuri.

E 6 su 10 riconoscono a questo settore di operare in maniera più responsabile del passato.

Quando un consumatore esigente esprime giudizi così positivi, allora, da parte dell'industria alimentare, la soddisfazione è legittima.

A cura di
FEDERALIMENTARE SERVIZI S.r.l.
Viale Pasteur, 10 - 00144 Roma
tel.+39 06 5903534 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it
www.federalimentare.it

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

ASSOCIAZIONE ITALIANA INDUSTRIE PRODOTTI ALIMENTARI - AIIPA
Corso di Porta Nuova, 34 - 20121 Milano
Tel. 02654184 - Fax 02654822
E-mail: aiipa@aiipa.it - Sito: www.aiipa.it

ASSOCIAZIONE INDUSTRIE RISIERE ITALIANE - AIRI
Via Bernardino da Feltre, 6 - 27100 PAVIA
Tel. 038235375 - Fax 038235372
E-mail: airi@rice.it

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CONSERVIERI ITTICI E DELLE TONNARE - ANCIT
Segreteria Generale - Corso di Porta Nuova, 34 - 20121 Milano
Tel. 026551938 - Fax 026590977
E-mail: ancit@aiipa.it

ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIALI CONSERVE ALIMENTARI VEGETALI - ANICAV
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

ASSOCIAZIONE NAZIONALE TRA I PRODUTTORI DI ALIMENTI ZOOTECNICI - ASSALZOO
Via Lovanio, 6 - 00198 Roma
Tel. 068541641 - Fax 068541641
E-mail: assalzoo@assalzoo.it - Sito: www.assalzoo.it

ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI DELLE CARNI - ASSICA
Milanofiori Strada 4 - Palazzo Q/8
20089 ROZZANO (MI)
Tel. 028925901 - Fax 0257510607
E-mail: assica@assica.it

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

ASSOCIAZIONE ITALIANA DELL'INDUSTRIA OLEARIA - ASSITOL
Piazza di Campitelli, 3 - 00186 Roma
Tel. 0669940058 - Fax 0669940118
E-mail: assitol.it@iol.it

ASSOCIAZIONE ITALIANA TRA GLI INDUSTRIALI DELLE BEVANDE ANALCOOLICHE - ASSOBIBE
Via dell'Architettura, 8 - 00144 Roma
Tel. 065918891 - Fax 065924751
E-mail: assobibe@iol.it - Sito: www.assobibe.it

ASSOCIAZIONE DEGLI INDUSTRIALI DELLA BIRRA E DEL MALTO - ASSOBIRRA
Viale di Val Fiorita, 90 - 00144 Roma
Tel. 06543932 - Fax. 065912910
E-mail: birra.viva@assobirra.it
Sito: www.assobirra.it

ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIA E COMMERCIO CARNI E BESTIAME - ASSOCARNI
Piazza di Spagna, 35 - 00187 Roma
Tel. 0669190640 - Fax. 0669925101
E-mail: assocarni@assocarni.it
Sito: www.assocarni.it

ASSOCIAZIONE ITALIANA LATTIERO-CASEARIA - ASSOLATTE
Corso di Porta Romana, 2 - 20122 Milano
Tel. 0272021817/67 - Fax 0272021838
E-mail: asslatmi@pelagus.it - Sito: www.assolatte.it

Via Boncompagni, 16 - 00187 Roma
Tel. 0642885648 - Fax 0642814790
E-mail: asltroma@pelagus.it

ASSOCIAZIONE NAZIONALE FRA GLI INDUSTRIALI DELLO ZUCCHERO - ASSOZUCCHERO
P.zza Campitelli, 3 - 00186 Roma
Tel. 066781153 - Fax 066990034
E-mail: assozucchero@assozucchero.it

FEDERAZIONE ITALIANA INDUSTRIALI PRODUTTORI, ESPORTATORI ED IMPORTATORI DI VINI, ACQUAVITI, LIQUORI, SCIROPPI, ACETI ED AFFINI - FEDERVINI
Via Mentana, 2/B - 00185 Roma
Tel. 064469421/4941630 - Fax 064941566
E-mail: federvini@federvini.it

ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI MUGNAI E PASTAI D'ITALIA - ITALMOPA
Via dei Crociferi, 44 - 00187 Roma
Tel. 066785409 - Fax 066783054
E-mail: italmopa@italmopa.it
Sito : www.italmopa.it

FEDERAZIONE ITALIANA DELLE INDUSTRIE DELLE ACQUE MINERALI NATURALI, DELLE ACQUE DI SORGENTE E DELLE BEVANDE ANALCOOLICHE - MINERACQUA
Via delle Tre Madonne, 12 - 00197 Roma
Tel. 068079950/69 - Fax 068079946
E-mail: minacqua@tin.it - Sito : www.mineracqua.it

UNIONE NAZIONALE DELL'AVICOLTURA - UNA
Via Vibio Mariano, 58 - 00189 Roma
Tel. 063325841 - Fax 0633252427
E-mail: una@unionenazionaleavicoltura.it
Sito: www.unionenazionaleavicoltura.it

UNIONE INDUSTRIALI PASTAI ITALIANI - UNIFI
Via Po, 102 - 00198 Roma
Tel. 068416473/8543291 - Fax 068415132
E-mail: unipi@unipi-pasta.it - Sito: www.unipi-pasta.it



FEDERALIMENTARE

Servizi s.r.l.