



FEDERALIMENTARE

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

ROSSI DI MONTELERA: "ECCO IL NOSTRO PIANO PER RILANCIARE LA COMPETITIVITA' DEL SETTORE ALIMENTARE"

Il 2005 è stato un anno difficile ma positivo per l'industria alimentare.

Lo dimostrano i dati economici, presentati a Parma in occasione dell'Assemblea annuale di Federalimentare a Cibus: crescono fatturato, produzione e consumi. Ma tre fattori critici possono condizionare il futuro del settore: la perdita di competitività, l'export che rallenta, la preoccupazione crescente dei consumatori per la sicurezza alimentare. Le richieste di Federalimentare per i primi 100 giorni del nuovo Governo: istituzione degli Stati generali di filiera, abolizione dell'Irap, riduzione del cuneo fiscale. E per favorire il Made in Italy alimentare all'estero, l'istituzione di una cabina unica di regia unica per promuovere l'Italian style, puntando anche su un'alleanza forte tra food e turismo. L'obiettivo per i prossimi 10 anni? Intercettare, prima che lo facciano altri Paesi concorrenti, una fetta dei 500 milioni di nuovi consumatori benestanti nel mondo.

Parma, 4 maggio. Il 2005? Un anno difficile, ma che alla fine può essere archiviato con risultati positivi. Emergenze alimentari e congiuntura economica: queste le due grandi sfide che le imprese hanno dovuto affrontare l'anno scorso. Ma l'industria alimentare italiana è riuscita a raggiungere un traguardo importante: **il fatturato ha toccato quota 107 miliardi di euro**, registrando un aumento dell'1,9%. **E si conferma perciò la seconda industria manifatturiera nazionale**, con 36 mila aziende e 400 mila addetti, dei quali 260.000 dipendenti.

"La fotografia che emerge dai dati più recenti - ha spiegato **Luigi Rossi di Montelera, Presidente di Federalimentare**, all'Assemblea annuale dell'Associazione che si è tenuta a Parma in occasione di Cibus 2006 - è ritornata sostanzialmente positiva. Il settore vanta punti di forza importanti. **Il food and drink italiano si articola in un invidiabile ventaglio di offerta di prodotti di alta qualità** che è al top in Europa. I legami della produzione alimentare italiana col territorio e col patrimonio culturale del Paese, i suoi alti target qualitativi sono ampiamente riconosciuti. **Siamo il vero Made in Italy alimentare e continueremo a esserlo anche nei prossimi anni. Quasi l'80% dei nostri prodotti alimentari presente sui mercati del mondo è di origine industriale**, coprendo anche una quota maggioritaria di quelli tipici".

NEL 2005 RIPARTONO I CONSUMI E CRESCE LA PRODUZIONE (+1,7%)

Gli indicatori economici promuovono il 2005 dell'industria alimentare, che dimostra ancora una volta le sue doti anticicliche. **Gli acquisti da parte delle famiglie sono tornati a crescere: 193 miliardi di euro (+2,4%)**. **Così come la produzione (+1,7%)**, realizzando un differenziale rispetto al totale dell'industria, che indietreggiata di oltre 1 punto, di 3 punti percentuali (che diventano 13 nel periodo 2000-2005). **Il settore ha confermato anche il suo ruolo calmieratore**: i prezzi alla produzione si sono contratti con variazioni oscillanti tra il -1,6% di gennaio e il +0,1% di dicembre. La forbice tra andamento dei prezzi alla produzione e al consumo è oscillata tra il -2,7% di gennaio e il -0,7% di dicembre.

Facendo il punto sull'anno passato, il Presidente di Federalimentare Luigi Rossi di Montelera ha voluto ricordare, che "mai l'attenzione nei confronti della sicurezza da parte dell'industria alimentare è stata così alta. **L'investimento per i controlli relativi alla sicurezza e qualità del**

prodotto è stato di oltre 2 miliardi di euro, pari al 2% del nostro fatturato: questa spesa ha reso possibili oltre 1 miliardo di analisi delle aziende e 720 mila ispezioni pubbliche”.

Altro aspetto evidenziato dal Presidente di Federalimentare, **l’attenzione continua a investire in ricerca e sviluppo**, per coniugare sempre nel giusto equilibrio tradizione e innovazione.

“Ogni anno l’industria alimentare italiana destina il 2,6% del proprio fatturato all’innovazione e alla ricerca applicata. I risultati sono sotto gli occhi di tutti. Oggi, a fronte di uno zoccolo duro di prodotti tradizionali che costituiscono l’alimentare classico - dalla pasta alle conserve, dai formaggi al vino, dall’olio ai dolci - che copre circa il 66% del fatturato e accanto a un 10% assicurato dal tipico e dal biologico, ben il 24% del fatturato totale è dato dalla somma del tradizionale evoluto (sughi pronti, surgelati, piatti pronti ecc) e dai nuovi prodotti, i cosiddetti cibi ad alto valore aggiunto e ad elevato contenuto salutistico e di servizio per un valore di 27 miliardi di euro”.

COMPETITIVITA’, EXPORT, EMERGENZE ALIMENTARI: I 3 FATTORI CRITICI EMERGENTI

Un anno sostanzialmente positivo, dunque, per il settore. Ma il Presidente di Federalimentare – Luigi Rossi di Montelera – ha voluto puntare l’attenzione anche su **tre fattori critici emergenti.**

“La competitività dell’industria alimentare – si legge nella relazione del Presidente – **è a rischio”.** I motivi? Primo fra tutti una estrema frammentazione del comparto che vede il 20% delle aziende oltre la soglia dei 9 addetti e le restanti 30.000 unità vincolate a dimensioni piccolissime (3-9 addetti). Senza contare i gap sul fronte dei cosiddetti “costi esterni alla filera” (infrastrutture, logistica, energia, credito, servizi professionali) che – saliti in 10 anni dal 6 all’11% - appesantiscono, come una zavorra, il nostro sistema produttivo.

Non a caso la redditività del settore – ha denunciato Rossi di Montelera – continua a diminuire: “abbiamo stimato che nel 2015 il margine operativo lordo passerà dall’8,7% al 6,2%, mettendo in serio pericolo la vita stessa delle imprese più piccole”.

Anche l’export – fiore all’occhiello del nostro *Made in Italy* alimentare – **presenta una situazione meno rosea di quanto potrebbe apparire ad una prima lettura dei dati.** L’anno scorso le **esportazioni sono cresciute del 2,7%**, superando per la prima volta il tetto dei 15 miliardi di euro. Nel complesso, però, **siamo fermi ormai da molti anni alla quota del 14% sul fatturato totale**, a fronte di una media europea del 18% (con punte anche del 21-22%).

Negli ultimi 5 anni **l’Italia ha perso anche una posizione nella classifica mondiale dei Paesi esportatori** di prodotti agro-alimentari, scendendo dalla settima all’ottava posizione. **E da qui al 2015 – secondo una stima del Centro studi di Federalimentare – le esportazioni dovrebbe aumentare solo del 5,6% nell’intero periodo.**

“Vanno inoltre considerate – ricorda il Presidente di Federalimentare – le quote di mercato sottratte dalla contraffazione e dall’*Italian sounding*. **Il mercato dei prodotti imitativi, rispetto al vero Made in Italy, vale quattro volte tanto: 56 miliardi di euro contro 15.** Secondo una ricerca ICE/Camera di Commercio di Parma, in Nordamerica oltre il 95% dei sughi per pasta, l’85% dei formaggi e dei salumi, il 99% degli affettati in vaschetta, che si rifanno al nostro Paese, sono falsi. I prodotti autentici italiani generano su questo mercato un giro d’affari di 2 miliardi di dollari, mentre quelli imitativi superano 4,2 miliardi di dollari”.

“Infine – ha spiegato Luigi Rossi di Montelera – non va trascurato il fatto che **il consumatore appare oggi più disorientato e allarmato del passato, molto più sensibile nei confronti del livello di sicurezza e qualità del cibo che porta in tavola.** Anche se per fortuna **la fiducia accordata ai prodotti alimentari e dei controlli su di essi effettuati rimane molto alta”.**

Lo studio commissionato da Federalimentare ad Astra Ricerche (vedi scheda a parte) conferma il fatto che, **di fronte alle recenti crisi alimentari, il 55% degli italiani si dichiara preoccupato dalla salubrità di ciò che mangia.** Ma per fortuna **rimane alta la fiducia accordata dalla grande maggioranza (74%) dei consumatori nei confronti dei prodotti alimentari** e – in percentuali

che variano tra il 60% e oltre il 70% - anche **dei controlli effettuati dagli enti pubblici di riferimento e dagli stessi produttori**. Tanto è vero che **solo il 4%** degli italiani (contro il 16% registrato in Europa) **ha cambiato le proprie abitudini**, rinunciano a qualche alimento a seguito delle emergenze che lo hanno toccato.

LE RICHIESTE DI FEDERALIMENTARE PER RILANCIARE L'ITALIAN FOOD

Sulla base di questo scenario, Federalimentare chiede al Governo di mettere al centro dell'agenda del Paese l'economia e l'impresa, realizzando riforme strutturali e iniziative mirate. **Punto di partenza: la convocazione urgente di una sessione straordinaria del Tavolo Agroalimentare**, dando vita a dei **veri e propri Stati generali della filiera**, che costituiscano una sede strategica di confronto tra tutte le componenti del comparto e il Governo stesso.

Nella sua relazione il **Presidente Luigi Rossi di Montelera accantona decisamente l'ipotesi ventilata di un nuovo Ministero dell'Alimentazione**: “Un generico Ministero dell'Alimentazione non sarà e non potrà mai essere la risposta giusta alle sfide strategiche del nostro comparto, che ha bisogno di risorse dedicate e supercompetenze”. **E rilancia la proposta di Confindustria per un Viceministro con delega alle PMI**, per favorire la crescita della dimensione d'impresa, aggregando le piccole realtà all'interno della filiera.

Per affrontare in maniera più efficace i fattori critici prima elencati, Federalimentare spinge per **interventi urgenti da attuare nei primi 100 giorni di vita del nuovo Governo**.

E tra questi avanza l'idea di **un piano per il rilancio della competitività dell'industria alimentare**, che passa dalla riduzione del carico fiscale e alla liberalizzazione della logistica, dei trasporti e degli ordini professionali.

Secondo un studio di Confindustria citato dal Presidente di Federalimentare, se venisse attuata una riforma delle regole in chiave di liberalizzazione, la produttività potrebbe salire, nel nostro Paese, dello 0,7% annuo (pari a 33 miliardi di euro) e l'occupazione crescerebbe di 600 mila posti di lavoro.

Nello specifico Federalimentare chiede **l'abolizione dell'Irap, la riduzione sia del cuneo fiscale (5 punti nel corso del prossimo anno) sia del costo dell'energia (-20% in cinque anni)**. Sviluppando ulteriormente il ruolo della ricerca e dell'innovazione, riconoscendo **un credito d'imposta pari al 50% delle spese per progetti di ricerca dei privati assegnati alle università** e un credito d'imposta del 10% delle spese totali delle imprese per almeno 10 anni.

“Diventa sempre più importante – ricorda Luigi Rossi di Montelera – promuovere il Sistema Paese e valorizzare l'*Italian Style*, per promuovere anche il nostro cibo: la semplice **etichetta di Made in Italy non basta più**. Occorre un diverso approccio **per attrarre i quasi 500 milioni di nuovi consumatori** - di Paesi come Cina, Russia, Brasile e India - che da qui a dieci anni si affermeranno nel panorama mondiale. E nessuna strategia astratta di internazionalizzazione potrà farli diventare consumatori dei nostri prodotti alimentari senza un'esperienza e una conoscenza diretta dello stile italiano, del contesto entro cui cibi e bevande sono inserite: arte e bellezze naturali”.

La soluzione di Federalimentare? Un diverso approccio di sistema **per promuovere l'Italian Style all'estero, riscoprendo gli effetti positivi di un'alleanza forte tra il food, il turismo e la cultura**. Cominciando, riguardo il settore alimentare, dall'adozione di **una cabina di regia unica per gestire la nostra immagine e promozione all'estero**.

“Si tratta – è scritto nella relazione – di un unico organismo che gestisca le risorse disponibili per la promozione del sistema alimentare in una logica di impresa e di tutela dei marchi, non del singolo prodotto, magari di supernicchia, **evitando di disperdere gli oltre 200 milioni di euro l'anno destinati alla promozione dell'alimentare italiano nel mondo tra ben 22 soggetti diversi**, a livello nazionale, regionale, locale”.

Senza dimenticare (“perché l’internazionalizzazione non si fa solo all’estero ma anche in patria”) di consolidare un polo fieristico forte – dato dall’alleanza di Cibus con Vinitaly – riconosciuto anche all’estero, vera e propria capitale e vetrina del sistema agroalimentare italiano e dell’*Italian style* agli occhi dei buyer esteri. E puntando, parallelamente, a **rafforzare i rapporti di filiera**, realizzando anche iniziative di partecipazione al capitale della distribuzione, tutto per rendere più efficienti e equilibrati i rapporti fra produttori e distributori, questi ultimi proiettati sull’estero.

Infine, l’ultima area di interesse e attenzione toccata dal Presidente di Federalimentare. riguarda **la sicurezza alimentare**. Anche in questo caso la richiesta di intervento è molto chiara. L’obiettivo è aumentare ancora la serenità del consumatore e ridurre l’incertezza, frutto spesso della mancanza di una procedura chiaramente codificata o di un’azione tempestiva, anche di valutazione e comunicazione del rischio.

Cosa propone Federalimentare? Rifiutando l’ipotesi dell’ennesimo carrozzone, viene ritenuto necessario attribuire a una **struttura dedicata**, operante **all’interno dell’Istituto Superiore di Sanità**, opportunamente integrata delle necessarie competenze scientifico-istituzionali, **la piena ed esclusiva competenza a operare per la valutazione del rischio**, confermando la **competenza della gestione del rischio e della comunicazione in capo al Dipartimento del Ministero della Salute**.