



**FEDERALIMENTARE**

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

**RELAZIONE DEL PRESIDENTE LUIGI ROSSI DI MONTELERA  
ALL'ASSEMBLEA PUBBLICA**

**“INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA  
SICUREZZA, TRADIZIONE, INNOVAZIONE  
I VALORI, LE SFIDE”**

**PARMA, 4 MAGGIO 2006**



# FEDERALIMENTARE

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Gentile Signore e Signori, Autorità, Colleghi ed Amici,

L'Assemblea di quest'anno si svolge in un momento particolare per almeno due ragioni: la prima, evidente, riguarda le recenti elezioni politiche nazionali con le quali è stato formato il nuovo Parlamento e la maggioranza che dovrà governare il nostro Paese. Ma c'è anche un secondo aspetto, interno alla vita della Federazione: l'avvio delle consultazioni per individuare la nuova Presidenza che guiderà la Federazione nei prossimi quattro anni 2007-2010.

Questi due importanti appuntamenti e l'approfondimento strategico da noi avviato con il Forum dello scorso settembre al Senato dedicato agli "Scenari 2015 della filiera agroalimentare" ci spingono inevitabilmente ad analizzare lo **"stato di salute" del nostro comparto produttivo** alla luce di quanto avvenuto in questi ultimi cinque anni in Italia, in Europa e nel mondo e a delineare le possibili strategie che dovranno permettere il consolidamento del settore agroalimentare italiano.

## L'ORGOGGIO: RUOLO, PESO E VALORI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA

- **Nel quinquennio scorso si sono registrate svolte molto importanti nel nostro settore.** Basti pensare: all'**approvazione della Riforma Politica Agricola Comune** in sede europea, che ha poste le basi per un progressivo ed inevitabile abbandono di politiche protezionistiche ed assistite, ma anche purtroppo di alcune produzioni in Italia; all'iter molto faticoso **delle trattative WTO**, che dovrebbero condurre a garantire un fondamentale riferimento organico a livello multilaterale per lo sviluppo del commercio ma che per ora non stanno garantendo l'effettiva tutela dei nostri marchi nazionali; all'**esplosione del fenomeno della contraffazione dei marchi e dell'imitazione dei nostri prodotti alimentari, di cui si è avuta una clamorosa conferma con la ricerca realizzata dall'Ice e dalla Camera di Commercio di Parma sul mercato statunitense**; all'entrata in vigore della **normativa europea sulla tracciabilità**; alle nuove **opportunità offerte dall'allargamento dell'U.E. a 25 Paesi**; allo stesso **progetto di Costituzione europea**; alla **sfida della ricerca ed innovazione** aperta con il VI Programma Quadro U.E.. Per citare solo le vicende principali.
- Non meno significativi sono stati gli eventi a livello nazionale: qui ne vorrei ricordare due particolarmente rilevanti per il nostro settore, a cui Federalimentare ha dato un contributo importante: l'**assegnazione proprio a Parma delle sede dell'Authority europea per la sicurezza alimentare**, riconoscimento importante per il nostro Paese e per l'intera filiera agroalimentare italiana; ed il **recente avvio dei tavoli di filiera**, che possono rappresentare un fondamentale strumento per impostare e affermare una più stretta collaborazione tra i diversi soggetti della filiera agroalimentare.

- A fronte di tante novità ( per non citare le profonde trasformazioni subite dal processo di globalizzazione e dall'irrompere sulla scena mondiale del drammatico fenomeno del terrorismo) **la fotografia dell'industria alimentare italiana che emerge dai più recenti dati 2005 è ritornata sostanzialmente positiva.**
- L'industria alimentare rimane infatti uno dei pilastri dell'economia nazionale. Siamo la **seconda industria manifatturiera nazionale**, subito dopo il settore metalmeccanico, con 36.000 imprese (delle quali 6.600 con più di 10 dipendenti e solo 2.600 sopra i 20 dipendenti). Gli addetti sono oltre 400.000, dei quali 260.000 dipendenti.
- Il fatturato ha toccato quota **107 miliardi di euro**, con un aumento del **+1,9%** sull'anno precedente. Mentre la produzione ha segnato una crescita del **+0,9%**, in accelerazione rispetto al **+0,5%** del 2004. Ma il trend di fondo della **produzione** alimentare, in realtà, è stato ancora migliore. In base agli indici corretti a parità di giornate lavorative (che consentono confronti omogenei con l'anno precedente), la produzione dell'industria alimentare ha raggiunto un aumento sul 2004 superiore, pari al **+1,7%**. E' una crescita significativa, tanto più, se si pensa che lo stesso confronto "corretto" aveva appesantito il bilancio 2004 con una discesa del **-0,5%**.
- Il settore si è riappropriato, in altre parole, delle sue **doti anticicliche**. La spinta che sta dietro il trend produttivo 2005 si spiega, in gran parte, con la recente ripresa dei consumi alimentari interni. I **consumi alimentari** delle famiglie italiane hanno raggiunto infatti quota **193 miliardi di euro**, con un incremento sull'anno precedente del **+2,4%**, in valuta corrente. Tale crescita, tuttavia, rappresenta in parte un rientro, dopo i cali del 2004.

- Va sottolineato che il **differenziale tra i trend di produzione alimentare e del totale industria** è migliore, indipendentemente dagli indici utilizzati, di **3 punti**, nel confronto 2004-2005, mentre **supera i 13 punti, nel confronto 2000-2005**. Sono “forbici” che la dicono lunga, da un lato, sulle capacità anticicliche del settore, e, dall’altro, sulla pesante crisi strutturale attraversata fin qui dall’industria del nostro Paese.
- Tuttavia, i **prezzi alimentari alla produzione hanno continuato a contrarsi**, nel corso del 2005, con variazioni oscillanti tra il  $-1,6\%$  di gennaio e il  $+0,1\%$  di dicembre. Quest’ultima variazione ha visto riaffacciarsi il segno “più” dopo tredici mesi di ininterrotte flessioni. Il fenomeno ha sottolineato più che mai il **ruolo calmieratore del settore**.
- Si è perpetuata, in particolare, la **“forbice” tra andamento dei prezzi alla produzione e al consumo del settore**, tra il  $-2,7\%$  di gennaio e il  $-0,7\%$  di dicembre 2005. Sono rimasti perciò, e in molti casi si sono appesantiti, i problemi di tenuta dei margini dell’industria, soprattutto delle piccole aziende che hanno minore capacità contrattuale di fronte alla distribuzione moderna.
- Eppure, il settore vanta **punti di forza importanti**. La sua immagine costituisce un patrimonio molto apprezzato nel mondo. Il “food and drink” italiano si articola in un invidiabile ventaglio di offerta di prodotti di alta qualità e su una schiera di prodotti a denominazione di origine protetta o controllata che è al “top” in Europa e nel mondo. I legami della produzione alimentare italiana col territorio e col patrimonio culturale del Paese, i suoi alti target qualitativi sono ampiamente riconosciuti. Non è casuale che il settore sia oggetto di vistosi fenomeni di contraffazione e imitazione, soprattutto su mercati ricchi ed esigenti come quello americano e nord-europeo.

- **Noi siamo il vero Made in Italy alimentare e continueremo a esserlo anche nei prossimi anni.** Quasi l'80% dei nostri prodotti alimentari presenti sui mercati esteri è di origine industriale, coprendo anche una quota maggioritaria di quelli "tipici" (Dop, IGP, Doc, Docg ...). La crescita dell'**export**, nel 2005, ha registrato un positivo **+2,7%, superando il tetto dei 15 miliardi di euro**, pari a oltre il 14% del fatturato totale del comparto. Migliora notevolmente il saldo positivo della **bilancia commerciale, che ha raggiunto quota 2,4 miliardi**. Tuttavia, il trend di crescita non risponde appieno alle potenzialità. Esso risulta inferiore all'export dell'industria italiana nel suo complesso (+4,0%) e non è in linea con le performance dei nostri concorrenti.

Nel solco della positiva collaborazione instaurata tra il Centro Studi Federalimentare e l'Ismea, che ha portato già a tre ampie ricerche elaborate congiuntamente, il 4° Rapporto Federalimentare-Ismea, attualmente in fase di ultimazione, dedicato al Made in Italy, mostra che **in un quinquennio abbiamo perso un posto nella graduatoria dei maggiori Paesi esportatori di prodotti agroalimentari**, scendendo dalla settima all'ottava posizione, anche se in termini assoluti il valore dell'export è cresciuto, nello stesso periodo, del 64%. Significa che, se noi non siamo andati male, **qualcuno ha corso, e sta correndo, più di noi**.

Occorre, infatti, andare oltre le apparenze per cercare d'individuare l'effettivo stato di salute del nostro comparto alimentare e la sua effettiva competitività sui mercati internazionali.

Il 4° Rapporto evidenzia che, se guardiamo ai **10 "campioni del Made in Italy alimentare"** (vino, pasta, formaggi, ortaggi in scatola, olio di oliva, pane/dolci, salumi/insaccati, frutta fresca, risi, succhi di frutta, che insieme coprono il 60%

**del totale export), ci accorgiamo che il saldo complessivo delle loro performance, negli ultimi 5 anni, è migliorato del 4% annuo. E soprattutto ha viaggiato in controtendenza con quello generale del settore agricolo ed industriale, che ha registrato un peggioramento complessivo sempre al ritmo, speculare, del -4% annuo.**

**Ma se guardiamo i 10 anni precedenti, lo stesso gruppo di prodotti aveva corso, acquisendo il vantaggio del quale ancora oggi godiamo, con livelli di crescita a due cifre, pari al +14%.**

Paesi come la Francia, la Spagna, l’Australia, lo stesso Belgio e l’Olanda (anche se in questo caso si tratta più di mercati di passaggio, che di Paesi produttori) insidiano sempre più da vicino i nostri primati nel settore alimentare, anche se **lo studio dimostra che lì dove la nostra specializzazione è maggiore, i nostri concorrenti sono meno numerosi e agguerriti.**

**Sono, infatti, proprio i prodotti di marca ad elevato contenuto di qualità e tipicità, anche diversi da Dop e Igp, a mostrare performance migliori** rispetto ai prodotti indifferenziati, posizionati su segmenti medio bassi del mercato, dove la concorrenza a livello di prezzi e di costo della mano d’opera ci vede decisamente perdenti.

Anche **gettando lo sguardo al 2015,** lo studio prevede un **rassicurante rafforzamento dei settori/prodotti di punta** (vino, pasta, dolci, panetteria) il delinarsi di buone performance per l’industria delle bevande e delle acque minerali e qualche segnale di miglioramento per settori come quello delle carni e dell’olio di oliva. In ogni caso, **l’export agroalimentare complessivo dovrebbe aumentare solo del 5-6% nell’intero periodo.** Facendoci ritrovare, ancora una volta, inchiodati

al 15-16% per la quota export sul fatturato totale. Ben distanti, è facile prevederlo, dai nostri diretti concorrenti europei.

- **L'attenzione nei confronti della sicurezza da parte dell'industria alimentare non è mai stata così alta.** Nell'ambito della sola attività di autocontrollo vengono effettuate oltre **1 miliardo di analisi l'anno**, relative alla sicurezza e qualità del prodotto. L'onere derivante da queste attività è valutato in circa **1.700 milioni di euro**: una somma **pari all'1,7%** del fatturato totale del settore. Ai controlli interni, di routine, ogni anno si aggiungono poi oltre **720 mila visite ispettive pubbliche, con costi stimati in 320 milioni di euro (0,3% del fatturato)**, senza contare le attività permanenti di verifica da parte di veterinari pubblici, istituti zooprofilattici, guardia di finanza e dogane. Nel complesso, quindi, **oltre il 2% del fatturato del settore industriale alimentare** - una cifra che supera ampiamente i 2.000 milioni di euro - è impegnato per garantire la sicurezza alimentare e gli standard di qualità così elevati dei nostri prodotti.

Ma tutto ciò non basta. **Sono trascorsi ormai tre anni dall'indagine sui controlli pubblici nell'industria alimentare che Federalimentare ha condotto insieme alle tre associazioni dei consumatori maggiormente impegnate in questo settore.** Con quest'ultime, dopo aver riconosciuto che **“è un dato oggettivo che il sistema dei controlli alimentari in Italia è migliore rispetto agli altri Paesi europei ed è quindi in grado di garantire una maggior sicurezza per i consumatori”**, abbiamo avanzato una richiesta chiara e netta per rendere ancor più sicuro il sistema: **“coordinare meglio gli interventi e le competenze delle diverse autorità locali e nazionali, migliorare l'efficienza nella comunicazione tra i diversi organismi di controllo, garantire l'efficacia, la trasparenza, l'affidabilità e l'indipendenza dei controlli pubblici”**. Dobbiamo prendere atto che si tratta di nodi a tutt'oggi non

ancora risolti e che sono stati alla base anche della confusione e del disorientamento che le recenti “emergenze” alimentari più o meno presunte hanno determinato tra i consumatori.

- Altrettanto alto è l’impegno dell’industria alimentare nel **dare risposte concrete alle nuove sensibilità del consumatore**. Negli ultimi anni, abbiamo iniziato una decisa azione per contribuire ad affrontare le problematiche emergenti relative al diffondersi del sovrappeso e dell’obesità. A tal fine, non solo abbiamo chiesto alle Istituzioni pubbliche di coinvolgere tutti i soggetti interessati a diverso titolo (dal mondo della scuola a quello medico-sportivo, dalle famiglie alla stessa industria alimentare), ma abbiamo anche avviato con il Ministero dell’Istruzione un concreto ed efficace Progetto che ha portato, tra l’altro, alla elaborazione delle prime **“Linee guida per la scuola” dedicate alla diffusione di una corretta alimentazione ed un adeguato movimento fisico**. Nelle prossime settimane presenteremo una proposta concreta su un altro tema che ci ha visto molto impegnati in questi ultimi mesi anche a livello europeo: quello della **etichettatura nutrizionale e salutistica** per fornire al consumatore una informazione sempre più completa e uno strumento ulteriore per favorire le proprie scelte di consumo.
- **L’Industria alimentare si rivolge ad un consumatore sempre più in grado di riconoscere il valore intrinseco di ciò che compra**, dalla scelta delle materie prime, agli aspetti tecnologici, all’attenzione rivolta al corretto utilizzo ambientale delle risorse naturali, alla logistica e al packaging, nell’ottica di un concetto di **qualità globale**. In questo contesto, il nostro impegno è sorretto da un impianto normativo comunitario volto al continuo miglioramento delle performance industriali che, in linea con gli obiettivi europei in materia di sviluppo sostenibile e di politica integrata di prodotto, spinge il mondo della produzione verso soluzioni innovative. Ne è

testimonianza la convinta adesione delle imprese alimentari alla **certificazione qualitativa ed ai sistemi di gestione ambientale**, quali sintesi tra gli aspetti tecnici e tecnologici e i requisiti di igiene e sicurezza che caratterizzano il settore della trasformazione alimentare. Tali strumenti sono emblematici della progressiva diffusione di una nuova cultura d'impresa, capace di mutare le preoccupazioni per i costi ambientali in opportunità di affermazione competitiva, anche in termini di gradimento delle nostre produzioni da parte della grande distribuzione europea e internazionale.

- **Sappiamo coniugare con crescente successo tradizione e innovazione, dedicando il giusto rilievo alla ricerca applicata**, destinando ogni anno il **2,6% del nostro fatturato** a questa forma d'investimento sul futuro, ma anche d'immediata risposta alle richieste del consumatore, come chiaramente indica la Piattaforma tecnologica europea "Food for life", che coordiniamo insieme alla Confederazione Europea Ciaa. Oggi l'alimentare classico (pasta, conserve, formaggi, vino, olio ecc...) copre circa il 66% del fatturato totale mentre un altro 10% è assicurato dai prodotti tipici e dal biologico. Questo significa che un 25% del nostro fatturato – pari a quasi 27 miliardi di euro - è dato dalla somma del "tradizionale evoluto" (sughi pronti, oli aromatizzati, condimenti freschi, surgelati, prodotti e piatti pronti ecc...) e dei veri e propri "nuovi prodotti", cibi ad alto valore aggiunto e ad elevato contenuto salutistico e di servizio, nella creazione dei quali l'innovazione diventa un fattore determinante. Ricerca e innovazione - sia incrementale che radicale - diventano quindi leve importanti per favorire il rilancio della competitività a livello internazionale, quasi quanto la necessità strategica di preservare e tramandare il rispetto delle ricette tradizionali nei prodotti che hanno fatto grande il Made in Italy alimentare all'estero.

- **Il nostro settore mantiene dunque intatte tutte le potenzialità per confermare e rilanciare il suo ruolo nell'economia del nostro Paese** dopo cinque anni che hanno cambiato profondamente il panorama internazionale, europeo e nazionale.
- C'è poi un ulteriore aspetto estremamente positivo che riguarda il nostro settore industriale : **nel mese di luglio del 2003 e nel settembre 2005 le Associazioni – con il coordinamento della Struttura Sindacale della Federazione – hanno rinnovato il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti dell'Industria alimentare.**

Sono stati due negoziati difficili, per motivi attinenti il contesto economico e politico-sindacale.

In particolare - per quanto concerne la trattativa del 2003 - occorre ricordare come la situazione economica dei settori fosse, già all'epoca, tutt'altro che brillante e come le tensioni tra Sindacati, Governo ed Imprese – che hanno preceduto e seguito il Patto per l'Italia del 2002 – si siano trasferite sul tavolo del negoziato, faticosamente concluso qualche mese dopo la firma separata del Contratto dei metalmeccanici.

Queste difficoltà non ci hanno impedito di trovare delle soluzioni salariali ragionevoli e di concordare clausole, in tema di contratti a termine ed orario, volte a valorizzare la flessibilità delle prestazioni lavorative.

Il progressivo peggioramento della situazione economica e congiunturale del Paese e dei settori (basti pensare alle crisi dei comparti avicolo e saccarifero) ha preceduto ed accompagnato la trattativa del 2005, concernente il rinnovo del biennio economico.

**Anche in tale circostanza abbiamo, quindi, cercato in tutti i modi di superare le difficoltà convinti non solo che la coesione sociale sia una premessa essenziale per affrontare le sfide globali che attendono il nostro Paese, ma anche perché abbiamo ritenuto nello specifico che il mantenimento di buoni rapporti sindacali e dell'unitarietà del tavolo di trattativa rappresentassero un valore da non disperdere.**

Nell'occasione, peraltro, le Parti hanno concluso anche un'importante intesa di carattere normativo, concernente la disciplina del part-time e dell'apprendistato professionalizzante, nell'ottica di offrire ad imprese e lavoratori, da un lato, maggiore flessibilità e, dall'altro, un inserimento accompagnato da una adeguata formazione e contemporaneamente incentivi sotto il profilo contributivo e assistenziale.

**Mentre registriamo che i contenuti che hanno caratterizzato i rinnovi contrattuali successivi a quello del settore alimentare ne confermano la validità, riteniamo opportuno in prospettiva futura sottolineare la necessità che a livello di Confederazioni si ricostituisca un clima di concertazione e siano condivise regole idonee a restituire alla contrattazione collettiva la fluidità che ha caratterizzato i primi anni novanta.**

## TRE FATTORI CRITICI EMERGENTI

Se questo è il panorama 2005, tutto sommato abbastanza positivo, esistono elementi critici - veri e propri “warning” – che non possono essere ignorati nel medio-lungo periodo.

1) **La competitività dell’industria alimentare, come del resto quella dell’intero sistema industriale, è a rischio.** Quest’ultimo, rispetto a 10 anni fa, ha perso mediamente 13 punti, sia nei confronti dell’area euro, che dei Paesi industrializzati maggiori concorrenti. Il nostro sistema produttivo risulta appesantito da molti gap sul fronte infrastrutturale e logistico, energetico, creditizio e dei servizi, che si aggiungono a quelli conseguenti il peccato d’origine del comparto: una estrema frammentazione che vede solo **il 20% delle aziende oltre la soglia dei 9 addetti e le restanti 30.000 unità vincolate a una dimensione così piccola (3-9 addetti)** da rendere impensabile qualsiasi forma di competitività con le dinamiche globalizzate adottate dai nostri concorrenti. Senza contare che la redditività del settore è molto inferiore a quella media dell’industria italiana e nei prossimi anni sembra risultare ulteriormente in calo.

- La perdita di competitività del nostro sistema industriale ha perciò caratteri profondi, che vengono da lontano e penalizzano il sistema da molto tempo. D’altra parte, questi gap si sono stratificati al punto da non consentire recuperi a breve. Tanto più, in quanto essi impattano con un periodo di crescita lenta del Paese e con la scarsità di risorse pubbliche, legata ai problemi di riequilibrio del bilancio.

- Il Paese sconta, in sostanza, la **mancaza di respiro strategico** che ha caratterizzato la propria politica economica dal 1990. Per di più, esso è penalizzato dalla natura stessa dell'ordinamento italiano, che risulta tra i più restrittivi e vincolanti e i meno favorevoli all'attività d'impresa.
- Uno studio condotto recentemente da Confindustria sul tema dimostra che una riforma delle regole in chiave di **liberalizzazione** che eliminasse l'enorme distanza tra i Paesi europei e quelli più liberali dell'OCSE (come gli Stati Uniti), determinerebbe un aumento della produttività totale per l'Italia quantificato in un +0,70% annuo. Nel complesso dei Paesi europei ne deriverebbe un incremento, in termini di produzione e valore aggiunto, pari a 33 miliardi di euro. Salirebbero i consumi, il tasso di occupazione crescerebbe di 600.000 posti di lavoro.
- Secondo i nostri scenari, si prospetta al 2015 un marcato ridimensionamento del MOL, che dovrebbe scendere dall'8,7% al 6,2%, e una crescita del BEP dall'88,0% al 97,2%. Sono percentuali ai limiti e oltre i limiti di un corretto equilibrio economico. La **riduzione della redditività** risulta diversa, inoltre, a seconda della dimensione aziendale. Le implicazioni sono importanti: le economie di scala risultano fondamentali per garantire la presenza e la competitività sui mercati nazionali e internazionali. Per cui l'azione di sostegno dovrà essere improntata a ridurre la frammentazione aziendale e a favorire azioni di fusione, aggregazione ed accorpamento d'impres.

2) L'**export cresce troppo timidamente rispetto al passo che tengono i nostri concorrenti**: la quota dei prodotti italiani presenti nei mercati mondiali negli ultimi anni è calata dal 4,8% al 4,3%, mentre siamo scesi dal settimo all'ottavo posto nella graduatoria dei Paesi esportatori di prodotti agroalimentari. La nostra proiezione

esportativa è insufficiente, e i prezzi unitari all'export 2005 del settore sono diminuiti del -0,9%, mentre quelli dell'industria nel suo complesso sono saliti del +4%.

- Vanno anche considerate le **quote di mercato da recuperare, oggi sottratte dalla contraffazione e dall'Italian sounding**. In giro per il mondo il mercato dei prodotti imitativi, rispetto a quello dei veri campioni del Made in Italy alimentare, vale almeno quattro volte tanto (56 miliardi di euro contro 15). Una recentissima ricerca realizzata da Ice e Camera di Commercio di Parma in Nordamerica spiega che la metà circa del caffè, oltre il 95% dei sughi per pasta, il 76% di pomodori in scatola, il 30% delle paste alimentari secche, il 50% dei biscotti e il 40% dei risi, l'85% dei formaggi e delle specialità di salumeria e il 99% degli affettati in vaschetta che si rifanno al nostro Paese e ai suoi simboli risultano falsi e vengono venduti, di fatto, sottraendo fasce di mercato potenziale ai nostri imprenditori. I prodotti autentici italiani su questo mercato generano un giro d'affari di 2 miliardi di dollari, mentre quelli imitativi superano i 4,2 miliardi di dollari.
- La **tutela dei marchi e la difesa e promozione del Made in Italy diventano una priorità strategica per il settore**, senza la quale la conquista di nuovi mercati all'estero risulterà sempre più difficile.

3) **Il consumatore è disorientato e allarmato**. Per la prima volta negli ultimi mesi si è avuta la percezione di una quota crescente di persone che guardano con maggiore preoccupazione agli alimenti che portano sulle proprie tavole; ciò è stato determinato da "crisi" più o meno presunte e soprattutto estremamente diverse tra loro, sia per la dimensione più o meno globale (l'influenza aviaria non ha nulla a che fare con la sicurezza dei nostri prodotti avicoli), sia per l'effettivo pericolo derivante alla salute umana (praticamente mai messa in discussione da questi eventi recenti), sia per il

livello di responsabilità (l'eventuale colpa di un singolo soggetto non può certi riversarsi sull'intera filiera agroalimentare).

- **Per fortuna scopriamo, grazie alla indagine demoscopica dell'Astra Ricerche appena illustrata dal suo Presidente, Dr. Finzi, che rimane estremamente alta la fiducia del consumatore nei prodotti alimentari.**
- **I risultati della ricerca sono chiari:** dopo i tanti allarmi che si sono susseguiti negli ultimi anni, **i nostri connazionali** dai 15 anni in su, **sono ovviamente preoccupati della salubrità dei cibi e delle bevande: ciò avviene nel 55% dei casi**, specie per quel che attiene ai soggetti marginali più poveri e meno informati. **Nel contempo la fiducia nella sicurezza di quel che mangiamo e beviamo è media o alta per il 64% della popolazione adulta che, pur auspicandone l'intensificazione, si fida degli autocontrolli e dei pubblici controlli in materia.**

**Tale fiducia è massima nei confronti degli alimenti prodotti in Italia (per l'80%), anche da imprese internazionali ma espressione delle tradizioni nostrane, della sapienza del 'made in Italy'.** Al secondo posto troviamo il 'pubblico' (NAS, ASL, Stato, Regioni, Comuni, ecc.: indicato dal 72%); i produttori sono al terzo posto (60%); i distributori al quarto (57%), seguiti dai consumeristi (52%).

Solo il 4% degli italiani ha reagito alle recenti turbolenze cambiando radicalmente i propri comportamenti alimentari, il 39% non ha fatto assolutamente nulla, il 67% ha avuto reazioni debolissime e durate per pochissimo tempo.

## **AL GOVERNO CHIEDIAMO UNA STRATEGIA DI SISTEMA NEL LUNGO PERIODO**

Per quanto riguarda il nuovo Governo, in piena sintonia con Confindustria, vogliamo innanzitutto ribadire **l'assoluta necessità di mettere l'economia e l'impresa al centro dell'agenda del Paese e - in un quadro di grande preoccupazione per gli equilibri di finanza pubblica – l'esigenza di riforme strutturali e di interventi mirati per poter cogliere e consolidare i primi, modesti, segnali di ripresa dell'economia europea.**

**A) L'obiettivo di tutti deve essere la modernizzazione del Paese e il miglioramento della competitività del Sistema Italia.**

Si tratta in sostanza di operare sui tre piani strategici più volte indicati da Confindustria:

1. ciò che riguarda direttamente l'operatività delle imprese, dalla tassazione e dal cuneo fiscale alla capacità di innovare e di internazionalizzarsi;
2. tutto quello che riguarda l'ambiente economico, normativo ecc. in cui le imprese operano, in altri termini il modo in cui funzionano le istituzioni dell'economia, dalle istituzioni 'fisiche' (le reti), a quelle immateriali (mercati e concorrenza, sistema finanziario), alle norme che regolano gli spazi di comportamento delle imprese;
3. infine per gestire il cambiamento occorrono istituzioni politiche e sociali efficienti. Per ciò che ci riguarda più da vicino: il sistema delle relazioni tra parti sociali, la nuova articolazione di responsabilità tra Stato, Regioni e altri enti di governo locale, la macchina amministrativa.

Anche il **rilancio della competitività dell'agroindustria nazionale** passa necessariamente attraverso una logica di riduzione del carico fiscale, una strategia di liberalizzazione – che tocchi logistica e trasporti (la cui incidenza dei costi è passata, in 10 anni, dal 6% all'11%), **ordini professionali** (questi ultimi vere e proprie corporazioni che agiscono in un regime di non concorrenza con costi troppo elevati per imprese e consumatori) e una **politica di riduzione del costo dell'energia**. Da questo punto di vista ben vengano le proposte di Confindustria, che noi sottoscriviamo, per **l'abolizione dell'Irap, la riduzione del cuneo fiscale di 5 punti per il primo anno e del costo dell'energia del 20%, nell'arco dei prossimi 5 anni**. Ben venga anche un percorso che aiuti le piccole e medie imprese a risolvere i problemi di accesso al credito conseguenti agli effetti di Basilea 2 e incida su una politica fiscale che di fatto oggi crea barriere ulteriori a quelle già naturalmente poste dalla globalizzazione.

Ed anche per il nostro settore diventa decisivo l'impegno per la **ricerca e l'innovazione**: l'industria alimentare investe già in questa direzione il 2,6% del proprio fatturato, ma non basta. Per questo, pensando soprattutto alle PMI, che hanno più difficoltà a sostenere questi investimenti, appoggiamo le richieste di Confindustria al Governo per riconoscere un credito d'imposta pari al 50% delle spese per progetti di ricerca dei privati assegnati alle università e un credito d'imposta pari al 10% delle spese totali delle imprese per almeno 10 anni.

**Come sempre, valuteremo le azioni del futuro Governo sulle singole scelte.**

**B) Per quanto riguarda poi il nostro specifico settore diventa sempre più fondamentale promuovere il Sistema Paese – valorizzare l'Italian style – per promuovere il nostro cibo.** Fino ad oggi i grandi brand dell'alimentare hanno tirato la volata – insieme a quelli della moda, del design e della meccanica – al sistema

**Paese. Ora, di fronte alle nuove logiche imposte dalla globalizzazione, non ce la facciamo più da soli.**

La sfida dell'internazionalizzazione non si vince più solo con i sistemi tradizionali: spirito d'iniziativa, fiuto, coraggio, profonda conoscenza dei mercati, grandi fiere e mostre d'immagine all'estero.

Tutto questo serve, certamente, ma occorre qualcosa di nuovo che ci aiuti a raggiungere prima che lo faccia qualcun altro, i quasi 500 milioni di “nuovi consumatori” – i cosiddetti “nuovi ricchi” – che da qui a 10 anni si affermeranno nel panorama mondiale.

Ci sono Paesi emergenti come la Cina, la Russia, il Brasile, l'India dove si delineano, accanto ai nuovi “super ricchi” (circa 100.000 superfortunati) e ai ricchi (circa 10 milioni di persone) centinaia di milioni di potenziali consumatori che possono cominciare a permettersi gli stessi prodotti di gamma alta che fanno status symbol in Europa e Nord America.

Il problema è che nessuna astratta strategia d'internazionalizzazione potrà farli diventare consumatori dei prodotti alimentari italiani in assenza di una esperienza e conoscenza diretta dello “stile italiano”, del contesto nel quale anche il prodotto alimentare è inserito (la tradizione, la storia, le ricette...). I tedeschi ed i francesi, gli inglesi e gli stessi giapponesi sono diventati consumatori di prodotti italiani “dopo” essere diventati conoscitori e “consumatori” dell'italian style: cultura, bellezze paesaggistiche e una tradizione gastronomica che di tutto questo risulta essere al tempo stesso ingrediente principale e corollario. Perché oggi i nuovi benestanti russi, indiani e cinesi dovrebbero ripetere lo stesso percorso, senza conoscere da vicino il

nostro Paese e senza sapere che realtà esiste, ad esempio, dietro un vino - il Chianti - che è anche un territorio straordinario?

Occorre infatti **integrare strettamente la promozione del food, quella del turismo e anche quella della nostra cultura, facendo internazionalizzazione non solo all'estero ma anche in patria.**

Oltre a portare il nostro mondo all'estero, come hanno sempre fatto le grandi marche del nostro settore, dobbiamo portare l'estero (le avanguardie sociali, i trendsetter, i buyers) nel nostro contesto di storia, tradizioni e cultura gastronomica: perché solo la conoscenza e l'esperienza può creare cultura, passione e apprezzamento per un prodotto alimentare indissolubilmente legato all'italian style, che è qualcosa di più del semplice Made in Italy.

**La strategia sta quindi nel “vendere il nostro stile di vita” anche ai nuovi consumatori che si stanno affacciando sui mercati globali.** Il tutto investendo tempestivamente su quella fascia di giovani (25-44 anni) neo-ricchi che nei Paesi economicamente emergenti oggi determinano l'evoluzione dei trend di consumo, amano viaggiare e si rivelano “brand oriented”, come dimostrano le prime ricerche che stanno cominciando a prenderli in esame.

Da questo punto di vista **occorre investire anche nel consolidamento di un polo fieristico forte e radicato, come tale riconosciuto all'estero, che si affermi come capitale e vetrina del sistema agroalimentare italiano – e più in generale dell'italian style - agli occhi dei buyers esteri.** La **Fiera di Parma**, con la sua storia, le 2400 aziende italiane coinvolte, gli oltre 90mila operatori professionali attesi da tutto il mondo, le circa 100 tra missioni commerciali e delegazioni ufficiali

europee, statunitensi, canadesi, sudafricane, giapponesi, cinesi e indiane ha le carte in regola per diventarlo. Magari anche attraverso un'alleanza sempre più stretta con il **Vinitaly e la Fiera di Verona**, diventando insieme il punto d'incontro privilegiato fra tradizioni secolari e tecnologia d'avanguardia: i principali ingredienti del crescente successo, nel mondo, della produzione italiana di qualità.

E' necessario perciò **privilegiare gli sforzi promozionali dell'Industria, dell'ICE e Buonitalia, verso i paesi capaci di apprezzare l'Italian Style che è "all'interno" del made in Italy: paesi - come accennato - caratterizzati da elevata capacità di acquisto e da cospicui flussi turistici nel nostro Paese.**

Un secondo elemento che occorre sottolineare riguarda i **rapporti di filiera**. In particolare, il problema delle relazioni con la distribuzione e, più in generale, con gli operatori commerciali rischia di pregiudicare seriamente il futuro dell'industria alimentare nazionale e di tutto l'agroalimentare del Paese.

Molti dei principali competitori internazionali possono contare su un sistema distributivo nazionale solido e con un'importante proiezione internazionale. L'Italia sconta invece, non solo l'assenza di catene distributive internazionalizzate, ma sopporta anche i costi per l'esportazione di una pesante e costosa rete di intermediazione tra industria nazionale ed operatori commerciali esteri.

A monte, d'altra parte, la filiera vede un'agricoltura che si confronta con un quadro generale di riferimento in profonda trasformazione ed è alle prese con la progressiva apertura verso le regole del libero mercato imposte dalla nuova PAC e dai nuovi parametri del commercio internazionale collegati al nuovo WTO.

**Occorrono perciò iniziative di rafforzamento del capitale della distribuzione, per renderla più competitiva ed internazionale. Nel rispetto dei ruoli e delle professionalità occorre in generale che i tre segmenti di filiera ricerchino concrete iniziative comuni.** In questo senso, al fine di superare l'impasse legato a mere enunciazioni di principio che non trovano realizzazioni concrete, è **necessario, che gli operatori varino in prima persona, a breve, un numero limitato ma qualificato di progetti di filiera, circoscritti ad aree e/o prodotti specifici, capaci di avere ricadute positive e di creare un "fall out" positivo per tutto il sistema.**

**Tutta la filiera è affetta in vario modo da nanismo, da margini di contribuzione insoddisfacenti e da rischi di perdita ulteriore di competitività. E' indilazionabile, perciò, il momento in cui essa si misuri concretamente e si "faccia i muscoli" su progetti specifici e sinergici. Devono essere attivati subito tavoli di lavoro, riservati in modo speciale alle forze imprenditoriali più giovani e aperte dei tre segmenti, diretti a individuare tali progetti. Il ruolo delle Organizzazioni imprenditoriali è vitale, in questo senso.**

**In definitiva, in uno scenario complesso come quello esaminato, che mostra segnali diffusi di erosione della posizione competitiva e fa intravedere ulteriori, imminenti aperture dei mercati, le modalità, la tempistica, la determinazione con cui saranno affrontate le debolezze del sistema risulteranno fondamentali per garantire un'accettabile grado di competitività all'alimentare italiano.**

## MA ANCHE 3 INTERVENTI URGENTI PER I PRIMI 100 GIORNI DI GOVERNO

La prima richiesta che rivolgiamo al Governo è soprattutto di “metodo”: Chiediamo di **convocare con urgenza una sessione straordinaria del “Tavolo agroalimentare”** – dei veri e propri **Stati generali di filiera**. Un gruppo di lavoro al quale non venga demandata la pura ratifica di decisioni prese altrove, come troppo spesso è stato fatto in passato, ma che costituisca una **sede strategica di confronto tra tutte le componenti di filiera e il Governo stesso**. Garantendo a tutti pari opportunità e “peso” nel portare il proprio contributo ad un grande piano di ristrutturazione delle logiche interne di filiera, in chiave maggiormente competitiva per l’intero sistema. Di questo infatti siamo certi: **nessun passo in avanti sarà fatto nel comparto agroalimentare se non all’insegna dell’approccio di filiera**, magari mirando a **concentrare sforzi e risorse verso imprese e filiere potenzialmente competitive**, che investono (o sono pronte a investire) in ricerca, formazione, innovazione e promozione estera.

- Vanno perciò **seguiti con attenzione i neoistituiti Tavoli di filiera**: occorre sostenerli con un impianto di regole che ne disciplini il funzionamento e supportarli con una legislazione di sostegno. Lo abbiamo detto lo scorso anno a settembre, in occasione del Forum di Roma. Lo ripetiamo ora: mai come in questo momento le fughe in solitaria finiscono per danneggiare tutti. Nessuno può farcela da solo di fronte alle sfide della globalizzazione. Anche il nuovo Governo dovrà comprendere che il comparto alimentare è un sistema integrato e che non ha alcun senso favorire e assistere la fase agricola a discapito di quella industriale o distributiva se vuole davvero rilanciare la nostra competitività verso i mercati esteri.

- Chiarito questo aspetto fondamentale e strategico, in riferimento all'**ipotesi ventilata di un nuovo Ministero dell'Alimentazione** ci viene da dire che finora non abbiamo incoraggiato quest'ipotesi, che era stata formulata anche nella precedente legislatura. Crediamo infatti che la produzione e l'informazione del consumatore debbano restare al Ministero delle Attività Produttive in linea con l'Europa e che la sicurezza alimentare non possa non essere gestita dalle Amministrazioni Sanitarie, che detengono gli strumenti e le conoscenze per una gestione scientifica della materia, in stretto contatto con l'Agenzia Europea. Il Ministero delle Politiche Agricole ha giustamente competenza sulle materie prime e sulla prima trasformazione.
- L'idea di un generico Ministero dell'Alimentazione non ci può trovare favorevoli, perché non sarà mai e non potrà mai essere la risposta giusta alle sfide strategiche del nostro comparto. Che invece ha bisogno di risorse dedicate e di supercompetenze, vista la complessità dei problemi e delle scommesse da risolvere. Da questo punto di vista **ben venga la proposta di Confindustria per un sottosegretario con delega alle PMI**, una risorsa preziosa per un settore come il nostro sempre più soggetto a un "nanismo" delle proprie imprese, come abbiamo visto, che rende difficile anche solo pensare a una efficace strategia di rilancio della competitività sui mercati internazionali.

Passando invece al merito e ai contenuti delle nostre richieste, **indichiamo tre priorità sulle quali concentrarsi – nella sessione straordinaria del Tavolo agro-alimentare – già nei primi 100 giorni di lavoro del Governo.**

- 1) Va varato un vero e proprio **piano per il rilancio della competitività della industria alimentare sui mercati internazionali, che permetta di porre finalmente le basi per favorire concretamente la crescita della dimensione d'impresa**: su questo punto l'energia di una risorsa dedicata, come quella ipotizzata di un sottosegretario alle PMI, si dimostrerà preziosa. Solo la crescita

delle imprese infatti, magari per aggregazione fra piccole realtà all'interno della filiera di appartenenza, determinerà l'effettiva capacità di presidiare i mercati internazionali. Altrimenti, come ha dimostrato uno studio di medio periodo che abbiamo presentato al nostro Forum di settembre al Senato, ci si renderà conto di quanto poco attuale sia lo slogan "piccolo è bello". Tra 10 anni piccolo sarà a rischio per il 90% delle aziende del nostro settore.

E' al loro sviluppo che bisognerà pensare nell'impostare i lavori del Tavolo Agroalimentare e le strategie di internazionalizzazione del sistema Paese.

Sempre a settembre scorso abbiamo visto che i problemi della nostra filiera sono soprattutto legati ad un aumento esponenziale dei cosiddetti "costi esterni", che oggi incidono sul prezzo finale – e quindi anche sulle tasche del consumatore - per un importo pari al 20%, contro il 16% di poco tempo fa. ma è aumentato anche il costo del packaging, dei sistemi di raccolta recupero e riciclaggio, sono saliti i costi dell'energia, gli oneri della fiscalità e dell'intermediazione finanziaria, ma anche dell'intermediazione professionale (che da sola copre quasi il 5% del valore finale).

- 2) Va definita una **cabina di regia unica per ridare slancio al Made in Italy alimentare e promuovere l'italian style all'estero**, favorendo un vero e proprio "fenomeno Italia" in grado di attrarre l'interesse dei milioni di "nuovi consumatori" che si stanno affacciando sui mercati internazionali. Nei prossimi 10 anni la concorrenza si farà sempre più spietata e in assenza di un diverso approccio alla promozione del nostro settore rischiamo di perdere un vantaggio competitivo costruito in decenni di lavoro. Sappiamo che oggi l'etichetta di "Made in Italy" non basta più: se non riusciamo a spiegare cosa c'è dietro il

nostro prodotto, magari riscoprendo anche gli effetti positivi di un'alleanza con il settore del turismo nazionale, rischiamo di perdere preziose posizioni acquisite. Questo significa creare un unico organismo che gestisca le risorse disponibili per la promozione del "sistema alimentare" in una logica d'impresa e di tutela dei marchi e non di promozione del singolo prodotto, magari di supernicchia, eliminando così la diseconomia di veder gestire gli oltre 200 milioni di euro l'anno destinati alla promozione dell'alimentare italiano nel mondo da ben 22 soggetti diversi, a livello nazionale, regionale e locale.

- 3) In tema di **sicurezza alimentare, chiediamo un intervento urgente che contribuisca a ridare serenità al consumatore e riduca l'incertezza con la quale siamo costretti, tutti, a convivere.** Una condizione che "costa" molto a tutta la società: in termini economici, direttamente alle imprese, che pagano spesso per colpe non loro; in termini psicologici, pesa invece direttamente sul consumatore, che appare disorientato e non sa più a quale istituzione far riferimento per avere indicazioni e risposte concrete in situazioni di crisi. Federalimentare, **rifiutando l'ipotesi dell'ennesimo carrozzone,** ritiene necessario **attribuire a una struttura dedicata, operante all'interno dell'Istituto Superiore di Sanità, opportunamente integrata delle necessarie competenze scientifico-istituzionali, la piena competenza a operare per la valutazione del rischio ed al tempo stesso** confermando la competenza della gestione del rischio e della comunicazione in capo al Dipartimento del Ministero della Salute.

Tale richiesta giunge sulla base di una obiettiva analisi di quanto avviene oggi nel nostro Paese:

- non c'è un filtro logico/operativo che, attraverso una tempestiva ed univoca valutazione del rischio, permetta di distinguere tra “allerta” e “non conformità”: questo comporta che spesso vengono immesse nel sistema di allerta europeo (con conseguente “mobilitazione” mediatica) anche prodotti per i quali manca il presupposto del “grave pericolo” per la salute;
- in teoria ci sono gli organismi per reagire alle potenziali anomalie/emergenze (Comitato Nazionale sulla Sicurezza Alimentare e Centro nazionale per la qualità degli alimenti e per i rischi alimentari), ma la non adeguata tempestività/operatività, unita ad una non ben definita responsabilità, non hanno permesso di svolgere la loro funzione, facendo spesso mancare un interlocutore istituzionale chiaro ed efficiente;
- se da una parte è riconosciuta la centralità del Ministero della Salute, dall'altra le competenze scientifico/istituzionali afferenti agli altri Ministeri coinvolti (Politiche Agricole ed Attività Produttive in primo luogo) e alle Regioni non consentono appieno l'esercizio di questa centralità del Minsalute;
- non è prevista una procedura chiaramente codificata, che pur tenendo conto di tutti gli enti di controllo, possa terminare con una comunicazione formale. Infatti può accadere che nonostante la Commissione Europea (sulla base di un parere dell'Efsa) escluda il rischio derivante dalla presenza di una determinata sostanza, dall'Italia continuino ad essere inviate segnalazioni relative alla stessa sostanza.

**Su questi temi apriremo nelle prossime settimane un ampio confronto non solo con il mondo politico-istituzionale (con tutte le forze politiche e con il nuovo Governo), ma anche con le forze economiche e sociali. I prossimi anni che ci attendono saranno infatti decisivi per l'assetto dell'intero comparto agroalimentare e la convergenza dei diversi attori coinvolti su obiettivi strategici condivisi appare dunque essenziale.**

Al termine di questa relazione vorrei esprimere un vivissimo ringraziamento al Consiglio, al Comitato di Presidenza, al Direttore e alla struttura di Federalimentare. Senza il loro appassionato e competente apporto e impegno non avremmo potuto conseguire quei risultati che, sia pure in un contesto difficile, ci rendono fieri. Fierezza che nasce soprattutto dal successo delle nostre imprese e della loro crescita. Un grazie anche al Presidente di Confindustria e a tutta la sua squadra che non solo per l'amicizia personale, ma anche per condivisione di obiettivi, ci ha supportati sempre con grande slancio.

Vorrei anche qui rivolgere un grande ringraziamento e riconoscimento al Governo uscente, con il quale abbiamo avuto innumerevoli occasioni di incontro, e qualche volta di dialettico confronto: l'attenzione che il Governo e tanti singoli Ministri ci hanno dedicato è stata da un lato gratificante e dall'altro uno stimolo per noi a sentire sempre più il nostro ruolo di difensori e propulsori dei legittimi interessi del secondo settore industriale del Paese, cioè dell'Industria alimentare italiana.

Al nuovo Governo che si accingerà a condurre il Paese in un contesto indubbiamente difficile, oltre ad affidargli le nostre preoccupazioni e proposte, offriamo tutto l'apporto delle nostre esperienze e offriamo e chiediamo un dialogo sempre aperto e costruttivo.