



FEDERALIMENTARE

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

CONSUMI ALIMENTARI IN TEMPO DI CRISI

LE SCELTE DELL'INDUSTRIA

INVESTIMENTI, QUALITÀ E INNOVAZIONE AL CENTRO DELLA FILIERA

RELAZIONE DEL PRESIDENTE

GIAN DOMENICO AURICCHIO

PARMA, 4 GIUGNO 2009

Gentili Signore e Signori, Autorità, Colleghi e Amici,

un sincero ringraziamento per essere qui, oggi.

Lo scenario globale

L'anno trascorso è stato segnato dall'emergere di una crisi senza precedenti.

Una crisi, insieme finanziaria ed economica.

Nata nel mercato americano dei mutui, si è estesa a tutto il sistema finanziario e all'economia reale intaccando così lo sviluppo economico globale.

Tra l'autunno 2008 e la primavera 2009 ha investito simultaneamente quasi tutti i settori industriali e terziari e, di conseguenza, le imprese di ogni dimensione e Paese.

Il quadro sembra ora in via di stabilizzazione. Ma non illudiamoci, la ripresa sarà difficile e richiederà tempo.

La prevista diminuzione del PIL nazionale (-4% nel 2009, che si somma al -1% già scontato nel 2008) pone il sistema economico di fronte a una difficile e faticosa ripresa, ipotizzata non prima della seconda metà del 2010.

È quindi necessario che l'Europa, e l'Italia in particolare, trovino la forza di reagire, per cercare di affrontare e risolvere i nodi strutturali che condizionano la competitività e lo sviluppo.

L'Italia ha le forze vitali per vincere questa sfida. Il nostro Paese può tornare ad essere protagonista degli scenari che la comunità internazionale ha davanti a sé.

Serve un nuovo slancio e un'iniezione di fiducia in tutta la classe dirigente, sia politica che imprenditoriale. E l'Industria alimentare è pronta a fare la sua parte e dare il suo contributo.

L'invito rivolto al Ministro dello Sviluppo Economico, On. Claudio Scajola, a partecipare all'Assemblea odierna attesta non solo la nostra determinazione ad affrontare questa crisi, ma anche la convinzione della necessità di operare in piena sintonia con le Autorità pubbliche. Per questo ringraziamo il Ministro di aver accolto il nostro invito.

E voglio rivolgergli subito un primo messaggio.

Il nostro settore ha da sempre un tessuto imprenditoriale particolarmente ricco e frammentato: 6.500 imprese presenti in tutte le province italiane per oltre 400.000 dipendenti, oltre all'indotto. In un momento di flessione così accentuata dei mercati, è indispensabile garantire che i canali del credito restino aperti e aiutino gli imprenditori ad investire. È necessario favorire una maggiore sintonia con gli altri operatori economici del mondo agricolo e distributivo, evitando non solo le rigidità nel credito ma anche le strozzature nei servizi e nelle infrastrutture, pena l'indebolimento di un settore di fondamentale importanza per l'economia del Paese.

Produzione alimentare ed export

Nonostante le difficoltà dovute alla congiuntura internazionale, l'Industria alimentare si conferma secondo settore produttivo del Paese con un fatturato pari a 120 miliardi di euro dei quali l'*export*, a quota 20 miliardi di euro, rappresenta il 16,7%, con una crescita in valore di quasi il 10 % sul 2007.

Vale dunque la pena di sottolineare la solidità della nostra espansione commerciale: i tassi di crescita nell'ultimo decennio sono oscillati costantemente, in valuta, tra il +6% e il +8%. Così, sull'arco 2000-2008, le esportazioni del settore alimentare sono

aumentate complessivamente del +60% in valuta, contro il +41% dell'*export* totale nazionale.

L'*import* di settore 2008 ha raggiunto la quota di 16 miliardi di euro, con una crescita del +3,5% sul 2007. Una crescita inferiore a quella dell'*export*, poiché maggiormente segnata dai rallentamenti del secondo semestre, che ha favorito quest'anno un saldo commerciale assai positivo, attestatosi alla quota mai raggiunta di 3.7 miliardi, con un progresso del +32% sul 2007.

Nel primo semestre del 2008 la spinta dell'*export* è riuscita a imprimere un'ulteriore accelerazione alla produzione, dopo il +0,7% segnato a consuntivo nel 2007. Essa si è poi indebolita, sia per l'andamento del mercato interno che per i contraccolpi dovuti alla crisi internazionale, chiudendo il 2008 con un bilancio di produzione che ha segnato un -0,6%.

La prima parte dello scorso anno invece è stata influenzata da un fenomeno importante: l'impennata delle *commodity* alimentari avviatasi già nel 2007. Il fenomeno ha messo sotto pressione tutta la filiera. L'Industria alimentare ha cercato di assorbire i rilevanti aumenti delle materie prime attraverso la gestione degli *stock* e dei gradualmente e parzialmente trasferimenti dei costi a valle.

Le vendite alimentari 2008 a prezzi correnti si sono fermate su un +0,7%. È una variazione che incorpora la dinamica dei prezzi e delle quantità. I prezzi al consumo dell'alimentare lavorato, paragonando la media 2008 e quella 2007, hanno raggiunto un picco del +5,8% nel corso del 2008, per poi ribaltarsi in un -4,5% nel confronto semestrale settembre 2008/marzo 2009.

È chiaro che il modesto incremento del fatturato delle vendite non ha coperto l'inflazione, per cui i volumi in molti casi hanno sofferto. Non a caso, i dati Istat sui

consumi alimentari 2008 delle famiglie mostrano, in valori concatenati (vale a dire, depurati dall'inflazione) un calo del -2,4% sull'anno precedente. Anche il valore aggiunto del settore ha sofferto nel 2008, calando di circa due punti rispetto al 2007.

La crisi ha dunque investito anche il nostro settore, seppure con dinamiche meno pesanti rispetto ad altri comparti. Lo confermano anche i dati di produzione nel primo trimestre del 2009.

A fronte di un crollo del settore industriale nel suo complesso (-21%), l'Industria alimentare ha segnato una flessione molto più contenuta del -4%.

I consumi alimentari in tempo di crisi

Ma esiste anche qualche segnale positivo, che fa sperare per il futuro.

Un dossier dal titolo "La spesa in tempo di crisi", realizzato dal nostro Centro Studi, anche in base ai dati elaborati per nostro conto dall'istituto di ricerca GPF, ci fa sapere, come abbiamo visto, che solo 2 italiani su 10 prevedono di ridurre la propria spesa alimentare nel corso del 2009, a fronte di tagli ben più importanti programmati per altre voci del budget familiare. E altrettanti – il 20% degli italiani - pensano invece, addirittura, d'incrementare la propria spesa in cibi e bevande.

Il consumatore, cosa ancora più importante, mantiene inalterata, anzi rafforza, la fiducia nei prodotti di marca, che a fine 2008 hanno registrato, in una fase caratterizzata dal segno meno, un importante +7%. Le garanzie offerte dalle marche rassicurano circa il 70% dei consumatori, valore ai suoi massimi storici.

Insomma, la marca resta un faro importante e riconosciuto che guida il consumatore in questo momento di scelte difficili e di crisi economica. Perché oggi il consumatore "sceglie" e desidera "sapere" molto più che in passato. Non viene tradito il bisogno di qualità ma si opera all'insegna della razionalizzazione.

Un altro segnale incoraggiante è che, anche in un momento di crisi economica come questo, ci sono alcuni settori e prodotti che registrano performance in crescita: in questo ambito, si conferma vincente il binomio servizio e salute che costituisce uno dei punti di forza, accanto ai prodotti tradizionali vanto del nostro *Made in Italy* alimentare, del nostro stile gastronomico.

L'internazionalizzazione

Il *Made in Italy* è infatti un patrimonio del Paese. Va tutelato e promosso perché possa continuare a creare valore per l'economia e la società italiana. Servono risorse per l'internazionalizzazione, mirate a favorire competitività e accesso ai mercati più promettenti. Serve un sistema istituzionale più coordinato ed efficiente e un rinnovato impegno nella lotta alla contraffazione.

Ci fa piacere sottolineare il successo delle ultime missioni organizzate da Confindustria, ICE e ABI con Federalimentare. Iniziative di questa portata, come quella recente in Russia con il Ministro Scajola, guidata dal nostro Consigliere Incaricato, sono preziose e da ripetere.

Ben vengano quindi norme atte a favorire la competitività, la crescita, l'accesso delle imprese ai mercati esteri più promettenti, e i processi di internazionalizzazione, in collaborazione con l'ICE – sempre a nostro fianco - la Sace, Buonitalia e la Simest, con il nostro Vice Presidente. Fra queste norme, particolare attenzione meritano le misure di semplificazione e armonizzazione normativa, il credito d'imposta e la deducibilità delle spese sostenute e soprattutto degli interessi passivi.

In una fase economica come quella attuale, apprezziamo anche la rinnovata attenzione del Governo verso la politica di promozione e difesa del *Made in Italy*. Auspichiamo una più efficace lotta alla contraffazione e alla concorrenza sleale, nuove leggi sulla tutela della proprietà industriale e una spinta

all'internazionalizzazione che assegni maggiori risorse all'*export* e contempra, da un lato la razionalizzazione ed il coordinamento degli Enti esistenti, evitando sprechi e duplicazioni inutili di competenze con grande dispersione di risorse e intenti, e dall'altro l'operatività degli sportelli unici per l'internazionalizzazione.

I rapporti con la Grande Distribuzione

La crisi accelera cambiamenti già in atto. Sposta equilibri consolidati. Incide anche sulle relazioni tra i vari attori del mercato. Richiede dunque capacità di gestire e accompagnare il cambiamento.

Credo che in questa difficile congiuntura sia prioritario rinnovare e rendere più efficienti anche i rapporti di filiera. Soprattutto con la Grande Distribuzione (GDO).

Emerge sempre più chiaramente la necessità di ristabilire gli equilibri all'interno della filiera, che nell'ultimo decennio ha visto lo spostamento di ben 10 punti nella catena del valore, a favore della distribuzione, dei trasporti e dei servizi.

La GDO continua di fatto ad esercitare pressioni sulle condizioni contrattuali poste ai fornitori che si scaricano sulla tenuta dei margini. Queste ultime si riflettono sulla stessa tipologia dei prodotti acquistati dai consumatori e conducono ad una diversa composizione e tipologia delle scelte dei consumatori: tendono a far prevalere i primi prezzi, le marche commerciali, le promozioni e il sottocosto, rischiando di pregiudicare le capacità innovative e competitive delle aziende di marca, vero patrimonio del *Made in Italy*.

In chiusura 2008 e, più di recente, questa primavera, è stato sviluppato un protocollo d'intesa tra Federalimentare, Centromarca, Federdistribuzione, Ancc-Coop e Ancc-Conad, finalizzato ad instaurare un dialogo permanente, regole condivise e una camera di conciliazione.

I tentativi di intesa proseguono e si articolano, oltre che sul piano nazionale, anche in chiave comunitaria, con l'intento di aggiornare la normativa in tema di dilazioni di pagamento e di pratiche non consentite. Il Parlamento e la Commissione europea hanno già espresso posizioni probanti e di utile riferimento per lo sviluppo delle politiche comunitarie sui termini e ritardi di pagamento, nonché sulle “*fair trade conditions*”.

La rappresentanza in Europa

Voglio sottolineare, a questo proposito, che l'Europa e le sue Istituzioni sono per noi il luogo privilegiato dove vanno prese decisioni unitarie e condivise sui grandi temi che riguardano il nostro settore.

Federalimentare segue, a livello comunitario, in stretta collaborazione con la CIAA, la nostra Confederazione a Bruxelles, tutti i *dossier* di interesse dell'Industria alimentare che si collocano nel solco della strategia di Lisbona, volta alla creazione di un contesto normativo in grado di favorire la competitività delle imprese europee, con peculiare attenzione alle PMI.

La nostra Federazione, la cui presenza a Bruxelles risulterà rafforzata a seguito della riorganizzazione della *Governance* della CIAA e grazie agli sforzi del *past President* e della nostra delegazione in Europa, è infatti particolarmente attiva sui principali tavoli incentrati sulla competitività, lo sviluppo sostenibile, l'informazione dei consumatori e la sicurezza alimentare.

Sicurezza alimentare e informazione al consumatore

Parlando di sicurezza alimentare mi preme fare chiarezza: la sicurezza alimentare deve essere garantita in tutte le fasi della filiera. E nessuna crisi può giustificare il benché minimo arretramento nei requisiti igienico - sanitari degli alimenti!

L'Industria continuerà ad essere in prima linea sulla sicurezza con suoi 60.000

addetti dedicati, investimenti per oltre il 2% del fatturato, e 1 miliardo di analisi di autocontrollo ogni anno, in media 400 al giorno in ciascuna delle nostre aziende alimentari. Un autocontrollo aziendale che si affianca ai controlli pubblici ufficiali, che si traducono annualmente in circa 700 mila ispezioni e analisi ad opera delle numerose Amministrazioni e Autorità territoriali coinvolte.

L'Industria alimentare quindi, crisi o non crisi, continua a garantire la sicurezza dei propri prodotti, con il senso di responsabilità che da sempre ne contraddistingue l'operato. Auspichiamo peraltro norme sulle tariffe meno gravose per gli operatori economici e più coerenti con le attività di controllo effettivamente svolte. Siamo inoltre contrari ad ogni iniziativa di esenzione dalle norme HACCP. La dimensione aziendale non può assurgere a criterio esimente.

In tema di tutela del consumatore, siamo favorevoli a rendere sempre più efficace l'informazione al consumatore, ma con un sistema di regole unico, che venga applicato senza variazioni in tutti i 27 Paesi UE. E senza discriminare tra alimenti "buoni" e "cattivi".

Riteniamo che le etichette nutrizionali siano uno strumento utile – se abbinato a idonei programmi di educazione pubblica alla nutrizione e all'attività fisica - a favorire regimi dietetici equilibrati. Per andare ulteriormente incontro alle esigenze dei consumatori abbiamo introdotto un sistema d'informazione sintetica su base volontaria, aggiuntivo rispetto alla tabella nutrizionale: le quantità indicative giornaliere (GDA), che esprimono in termini percentuali l'apporto di ogni porzione di prodotto rispetto ai fabbisogni quotidiani.

Come ho anticipato, siamo però contrari all'idea di legittimare mediante regolamento qualsivoglia discriminazione degli alimenti in "buoni" e "cattivi" sulla base di metodi grossolani. Il consumatore ha bisogno di educazione e di strumenti che gli

consentano di effettuare scelte informate; il Legislatore può favorire l'informazione, ma non deve arrogarsi il potere di scegliere o prescrivere cosa sia giusto o sbagliato per gli italiani.

Rimanendo in tema di informazione al consumatore, seguiamo attentamente l'evoluzione della proposta di regolamento europeo e siamo estremamente preoccupati per la facoltà riservata ai 27 Paesi membri di introdurre nei loro territori legislazioni differenziate, che inevitabilmente darebbero vita a insormontabili ostacoli alla circolazione dei prodotti nel Mercato Unico.

Nutrizione e salute

I consumatori e il loro benessere sono una nostra priorità!

Siamo quindi consapevoli della rilevanza assunta nei Paesi occidentali dal fenomeno dell'obesità, del suo impatto sulla salute, nonché delle sue conseguenze sociali ed economiche. Un fenomeno che negli ultimi anni si va affermando anche nel nostro Paese soprattutto in alcune fasce di popolazione ed in alcune aree territoriali.

Siamo ancora in una posizione di vantaggio rispetto ad altri Paesi, grazie a tradizioni alimentari ben radicate, ma dobbiamo agire in maniera concreta e coordinata affinché questo "patrimonio" non venga vanificato, valorizzando le specificità del nostro modello alimentare.

L'Industria alimentare italiana è consapevole di ricoprire un ruolo da protagonista nella soluzione del problema ed è fortemente determinata ad offrire il suo contributo per promuovere tra i cittadini un'alimentazione equilibrata e un'adeguata attività motoria quali componenti essenziali di uno stile di vita corretto.

Per questo apprezziamo particolarmente l'operato della "Piattaforma nazionale su dieta, attività fisica e salute" che, nel programma di lavoro 2009, ha messo al primo

posto il coordinamento delle posizioni industriali sui temi della promozione di stili di vita salutari, dell'etichettatura nutrizionale, della riformulazione del prodotto e dell'auto-regolazione pubblicitaria.

Sul tema della salute e degli stili di vita, l'Industria alimentare italiana sta facendo da tempo la sua parte, sia collaborando con le Istituzioni e le organizzazioni non governative attive su questi temi, sia assumendo volontariamente impegni concreti e stringenti riguardo al miglioramento dei prodotti alimentari, all'informazione nutrizionale in etichetta, alla diffusione e applicazione dei codici di autoregolamentazione.

L'origine e la qualità dei prodotti alimentari

Prodotti alimentari dunque sempre migliori, sicuri, rispondenti alle esigenze di un consumatore evoluto che vuole essere informato e rassicurato su quello che mangia. E che continuano, anche in tempo di crisi, ad incontrare il gusto e il favore dei consumatori italiani e di tutto il mondo. Tutto questo è il successo dell'Industria alimentare italiana.

Ma occorre ricordare che ciò che contraddistingue la qualità alimentare italiana è in sostanza la ricetta, il processo di trasformazione, la sapiente e accurata selezione delle materie prime - nazionali o all'occorrenza estere - e la loro lavorazione, non certo la provenienza delle materie prime utilizzate. Una vera e propria cultura della trasformazione alimentare connota il *Made in Italy* nella straordinaria varietà di prodotti, tradizionali ma anche "tradizionali evoluti" e innovativi.

Non sussiste a parer nostro alcun bisogno di alterare il quadro delle norme europee in tema d'origine, le quali sono in linea con il *Codex Alimentarius* e gli accordi internazionali WTO e garantiscono appropriate informazioni ai consumatori senza penalizzare le esigenze di produzione.

La proposta di introdurre su scala generale ulteriori requisiti, se mai trovasse seguito, avrebbe un sicuro effetto negativo in termini di incremento dei costi: in relazione alla segregazione e stoccaggio delle diverse materie, all'interruzione dei cicli produttivi ogni qualvolta si utilizzino diversi approvvigionamenti, alla moltiplicazione delle etichette. Il tutto condurrebbe quindi a una inevitabile quanto ingiustificata limitazione della autonomia imprenditoriale e ad un aumento dei prezzi al consumo, cui l'Industria alimentare italiana non ambisce certo, senza produrre vantaggi per il consumatore finale.

Condividiamo quindi l'indicazione dell'origine delle materie prime per i prodotti DOP, IGP, STG, mentre riteniamo che l'indicazione in etichetta dell'origine degli ingredienti per la generalità dei prodotti debba rimanere affidata alla libera scelta degli operatori.

La sostenibilità ambientale e le materie prime

La qualità dei nostri alimenti è anche legata all'ambiente in cui le materie prime agricole vengono prodotte. Valorizzazione del territorio e tutela dell'ambiente sono nel nostro DNA. Agricoltura sostenibile, certificazioni ambientali, prevenzione, recupero e riciclo degli imballaggi sono i tre assi della nostra strategia ambientale.

L'Industria Alimentare italiana condivide il rinnovato impegno ambientale dell'Europa, che si è tradotto nelle norme sulla prevenzione e la riduzione integrata dell'inquinamento e negli obiettivi di riduzione delle emissioni industriali di CO₂. L'attenzione all'ambiente dell'Industria alimentare trova conferma anche nel pieno raggiungimento degli obiettivi europei di recupero e riciclo degli imballaggi da parte del sistema CONAI, al quale partecipiamo attivamente anche esprimendone la Presidenza per il triennio 2008-2010.

Occorre infine sostenere un accordo multilaterale WTO ed evitare lo smantellamento della PAC, ri-orientando il sistema europeo di sostegno all'agricoltura verso il

mantenimento e l'incremento della produttività e della competitività delle filiere agroalimentari. Il disaccoppiamento non ha certamente aiutato la produzione italiana (previsioni ISMEA 2009: - 27 % della produzione cerealicola!).

La comunicazione

E veniamo alle politiche di comunicazione: come testimonia l'attenzione riservata dai media al tema dell'etichettatura e all'origine delle materie prime, nonché all'aumento dei prezzi e ad alcuni fenomeni di sofisticazione alimentare provenienti dall'estero, il 2008 ha visto più volte l'Industria alimentare italiana sul banco degli imputati.

Per rispondere all'esigenza, manifestata unanimemente dalle nostre Associazioni, di adottare una nuova strategia per comunicare, Federalimentare ha varato, con il nostro Vice Presidente, un piano strategico per definire l'attività di Comunicazione 2009-2010.

Il nuovo corso di fatto è stato avviato a novembre 2008 con "Apertamente - L'Industria alimentare apre le porte al pubblico", manifestazione che ha coinvolto oltre 100 stabilimenti di aziende alimentari rappresentative dei diversi comparti e territori della nostra Industria alimentare.

Anche la consueta Conferenza Stampa di presentazione del bilancio annuale tenutasi a marzo in Confindustria ha riscosso grande interesse, ed in vista dell'evento odierno, il più importante dell'anno per la nostra Federazione, abbiamo intensificato le relazioni con i media ed elaborato dei dossier da divulgare periodicamente.

Il rinnovo del contratto e la formazione

In questa difficile congiuntura stiamo affrontando, come sistema associativo, alcuni importanti confronti su aree strategiche. Lo stiamo facendo consapevoli dell'esigenza di un dialogo costruttivo con tutti i nostri interlocutori, dalle rappresentanze datoriali e

sindacali al mondo della ricerca, ai media.

Ho parlato prima delle politiche di comunicazione e voglio introdurre ora l'argomento delle relazioni industriali e in particolare del lavoro che stiamo portando avanti sul rinnovo del Contratto collettivo nazionale dei dipendenti dell'Industria alimentare, scaduto il 31 maggio 2009.

Si tratta di un rinnovo triennale complesso, di carattere normativo ed economico, le cui difficoltà sono date anche dal contesto generale in cui si colloca: da un lato siamo il primo importante comparto manifatturiero a rinnovare con le nuove regole interconfederali in materia di contrattazione collettiva, sottoscritte il 15 aprile scorso dalla nostra Confederazione; dall'altro, il difficile momento congiunturale ed economico, rischia di vanificare gli sforzi compiuti dalle imprese per porre rimedio alla crescente perdita di competitività e redditività, sul versante interno e internazionale.

In questo quadro, la piattaforma presentata unitariamente dai nostri Sindacati di categoria – e questo è certamente un dato positivo, che conferma la qualità delle relazioni industriali del settore – desta forti preoccupazioni alle nostre Aziende delle Associazioni dell'Industria alimentare, sia per le numerose richieste di carattere normativo, che per la rivendicazione economica (173 euro medi mensili).

Il sistema associativo di Federalimentare, in accordo con le parti sociali, ha promosso e coordinato anche la realizzazione di piani formativi settoriali, presentati a Fondimpresa, ottenendo l'approvazione ed il finanziamento di 3 diversi progetti di formazione settoriale, ai quali si aggiungono altri due, in fase di valutazione (13.000 ore di formazione per oltre 200 aziende, da affiancare alla formazione di tipo istituzionale sul territorio, presso le Confindustria locali, per altre 1500 aziende).

Ricerca e innovazione

Un cenno merita l'impegno della Federazione sui temi della ricerca e dell'innovazione.

Federalimentare ha avviato negli anni un dialogo costruttivo con il mondo della ricerca, l'Università e le istituzioni competenti, che si è concretizzato nello sviluppo e nel potenziamento della Piattaforma tecnologica nazionale "*Italian Food for Life*", importante strumento di programmazione economica della ricerca nel settore alimentare, che abbiamo fondato e condividiamo con l'ENEA, l'INRAN, l'Università di Bologna ed i principali Istituti ed Accademie nazionali per coordinare progetti di ricerca europei e nazionali, con particolare riferimento al Programma "Industria 2015 – Nuove tecnologie per il *Made in Italy*" del Ministero dello Sviluppo Economico. Da questo impegno ci aspettiamo, in questo biennio, importanti e concreti risultati per le nostre imprese.

I rapporti con le Istituzioni

È molto importante per l'Industria alimentare salvaguardare le competenze attribuite in particolar modo al Ministero dello Sviluppo Economico, dove l'Industria è di casa e dove la condivisione degli obiettivi e degli intenti è fisiologica quasi venisse a coincidere l'interesse pubblico con quello del sistema economico del Paese.

Di pari passo i rapporti della Federazione si vanno intensificando anche con le altre Amministrazioni centrali competenti ed in particolare con i Ministeri del *Welfare* e della Salute, dell'Ambiente e delle Politiche Agricole, e con le Amministrazioni Regionali.

Diversa è invece la questione della legislazione concorrente e dell'impatto del Federalismo.

Sul tema del federalismo, in particolare quello fiscale, Federalimentare è in linea con le posizioni di Confindustria: abbiamo apprezzato il costruttivo comportamento bipartisan che si è avuto con il varo della legge 42. Tuttavia, in attesa dell'emanazione dei decreti attuativi, desideriamo sottolineare che il decentramento fiscale è certamente un passaggio necessario, ma di per sé non sufficiente per giungere alla realizzazione di uno Stato delle autonomie funzionante e bene organizzato, obiettivo che non può prescindere dalla realizzazione delle necessarie riforme costituzionali sostenute da una reale e, auspichiamo, condivisa volontà politica, senza duplicazione della pressione fiscale e confusione delle competenze, e possibilmente ri-centrandone alcune di tipo strategico, come la sicurezza alimentare o le politiche di promozione e di internazionalizzazione.

Dialogo con il sistema fieristico

Questo vale in particolare per lo sviluppo di un sistema fieristico competitivo, attrattivo ed efficiente.

Anche in qualità di Presidente del Comitato Fiere-Industria (CFI) ho a cuore l'attenuazione della conflittualità fra Enti, la razionalizzazione delle risorse, il posizionamento strategico dell'offerta italiana nel contesto europeo e mondiale. Molti passi sono stati fatti in questo ultimo periodo, una maggiore sinergia fra gli Enti si è andata consolidando, perfino alcune realtà regionali hanno individuato prospettive di sviluppo congiunte.

E' il caso dell'alimentare, ed in particolare del rapporto fra Parma e Milano, per il quale siamo in attesa di un accordo pronto per essere firmato con il consenso della Federazione che contempli anche l'EXPO 2015, che sarà vero e proprio volano della internazionalizzazione del nostro *Made in Italy*, sotto la guida di Confindustria e del nostro Consigliere Incaricato.

Vi è ancora molto da fare per consentire a nuovi soggetti, sia finanziari che industriali, di entrare nell'organizzazione e gestione delle manifestazioni, di separare la proprietà dei quartieri fieristici dalla gestione, di competere con le manifestazioni più importanti in Europa ed all'estero.

Mi fa piacere ricordare in questa sede che la Federazione, a dicembre, ha rinnovato l'accordo con Fiere Parma al 2016 ed auspica che le manifestazioni a marchio Cibus possano svilupparsi non solo qui, a Parma, ma anche all'estero portando le imprese italiane sui mercati più promettenti.

Revisione modello organizzativo

Prima di salutarvi e lasciare la parola al Ministro intendo mettervi al corrente della riflessione sul nuovo ruolo della rappresentanza associativa; abbiamo percorso un cammino insieme alle Associazioni di verifica profonda degli obiettivi della Federazione – rapporto con le imprese, rappresentanza, *lobby* e comunicazione in Italia ed in Europa – e stiamo definendo un nuovo modello organizzativo che risponda più efficacemente alle sfide che ci pongono le nostre aziende ed il contesto economico e sociale.

Vi è l'auspicio di snellire i processi decisionali, di favorire una maggiore reattività del sistema, di gestire i rapporti istituzionali, ed i rapporti con i media, con maggiore determinazione, presenza ed autorevolezza. Entro l'estate le proposte di revisione del modello organizzativo troveranno una condensazione statutaria e deliberativa, in maniera tale da rinnovare il nostro modo di operare già entro la fine di quest'anno.

Cari colleghi,

sono convinto che l'Industria alimentare italiana ed i suoi imprenditori abbiano tutte le intelligenze e le volontà per rimettere al centro delle attenzioni pubbliche la filiera agroalimentare, colonna portante del nostro Paese, e ridare slancio ed orgoglio all'Industria alimentare che ho il privilegio di rappresentare.

Abbiamo anche tutte le intelligenze e la volontà di reagire a questa difficile fase dell'economia e di cogliere le opportunità che i momenti di cambiamento possono offrirci.

Non ci manca la determinazione, la creatività, la passione per i nostri prodotti e il nostro lavoro, la capacità di innovare, di investire.

Di guardare con fiducia al futuro, delle nostre imprese e del nostro Paese.

Ci impegneremo come sempre!