



FEDERALIMENTARE

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

SINTESI PER LA STAMPA

Roma, 13 febbraio 2007

Industria Alimentare 2006 - L'export cresce con un tasso a due cifre - Risale l'alimentare all'interno della spesa degli italiani

La **produzione** 2006 ha mantenuto un trend prossimo a quello dell'anno precedente. La crescita dell'indice grezzo si ferma al +0,4%. Tuttavia, corretto a parità di giornate lavorative (+0,8%) e depurato dal pesante effetto distorsivo legato alla caduta della produzione saccarifera 2006 (-60,6%) imposta dalla nuova OCM di settore, il trend dovrebbe attestarsi sul **+1,5 %**, dopo il **+1,7%** dell'anno precedente.

Il **fatturato** ha raggiunto quota **110 miliardi** di euro, con un incremento del **+2,9%** sull'anno precedente, legato in gran parte alla lievitazione dei prezzi alimentari.

Ma le novità più significative offerte dai consuntivi 2006 dell'industria alimentare italiana riguardano tre temi: export, prezzi e consumi interni.

L'**export** ha incrementato, infatti, in modo marcato il proprio trend espansivo. In chiusura d'anno, esso ha accelerato superando le stesse proiezioni disponibili nell'autunno scorso. Dopo il +2,7% del 2005, l'export di settore dovrebbe raggiungere così la quota di **16,8 miliardi di euro, con un tasso di crescita a due cifre (+10,8%), che costituisce l'aumento più alto registrato dal settore nell'ultimo decennio.** Tale incremento, innescato dalla ripresa dei mercati internazionali, si è collegato anche a una crescita parallela del +3% del valore unitario dei prodotti esportati. In definitiva, è stato proprio l'aumento dell'export che ha consentito alla produzione 2006 di mantenere un tasso espansivo, in presenza dell'erosione dei consumi interni.

I **consumi** 2006 sono stati, ancora una volta, del tutto stagnanti, ma hanno evidenziato, all'interno di tale stabilità, fenomeni significativi. La variazione media 2006 degli acquisti alimentari domestici, secondo le stime Ismea-Ac

Nielsen degli acquisti domestici delle famiglie, indicano una **diminuzione in volume (-0,9%)** e uno speculare **aumento in valore (+0,9%)**. Il segno “meno” in volume si lega alla perdurante scarsa capacità di acquisto delle famiglie, che impone ancora di selezionare gli acquisti e rimodulare priorità e scelte. Il segno “più” in valore si lega invece, com'è intuibile, al recupero dei prezzi al consumo.

A monte, anche i “**prezzi alla produzione**” hanno mostrato una dinamica accentuata, con un aumento, nel periodo dicembre 2006/2005, del **+3,1%**. E' un tasso quasi doppio rispetto all'inflazione del periodo (+1,7%). Esso sta mostrando, tuttavia, segni di progressivo appiattimento e rientro. La media delle variazioni dell'ultimo triennio dei prezzi alimentari alla produzione, comunque, rimane su un tasso medio annuo estremamente contenuto (+0,6%), molto inferiore a quello dei prezzi industriali nel loro complesso.

Ma i consumi evidenziano un altro fenomeno significativo: la crescita dell'alimentare nel nuovo “paniere della spesa” diffuso recentemente dall'Istat. Dopo anni di flessioni e di oscillazioni marginali, **il peso dell'alimentare sulla spesa degli italiani è risalito nel 2006 a quota 17,3%**, con un guadagno di 1,1 punti rispetto al 16,2% del 2005. La risalita del peso dell'alimentare all'interno della spesa complessiva è un segnale eloquente, legato solo marginalmente alla crescita dei prezzi registrata negli ultimi mesi dell'anno. Esso conferma la fatica sostanziale del consumatore italiano nel quadrare i bilanci. L'alimentare trasformato, in particolare, ha raggiunto un peso del 14,3%, dopo il 13,3% del 2005.

Nel Paese rimangono perciò zone d'ombra e segnali importanti di malessere, benché il 2006 possa definirsi **il primo anno di uscita faticosa del sistema dalla lunga crisi che l'ha attanagliato nel quadriennio 2002-2005**, con una produzione industriale complessiva che ha chiuso sul +2,0%, e un PIL atteso sul +1,7%.

In questo scenario, l'impegno del **Banco Alimentare** si inserisce con rinnovato vigore e con valenze di accresciuta attualità, stanti i segnali appena menzionati della spesa delle famiglie. Ad essi si aggiungono valori di fondo, etici e solidali, condivisi dalla nuova Presidenza Federalimentare. Essa intende farsi carico anche di questo impegno, accanto a quelli diretti a superare i gap strutturali dell'industria alimentare nazionale, sul fronte dell'innovazione, della ricerca, dell'aggregazione di imprese, della promozione, della lotta alla contraffazione.