



**FEDERALIMENTARE**  
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

***“L’Industria alimentare italiana e gli alimenti funzionali:  
la tradizione presenta il benessere”.***

**INTERVENTO DEL PRESIDENTE  
GIAN DOMENICO AURICCHIO**

*MILANO, 11 GIUGNO 2009*

Gentili Signore e Signori, Autorità, Colleghi e Amici,

come abbiamo anticipato al Ministro On. Scajola, in occasione della nostra Assemblea annuale a Parma il 4 giugno, l'anno trascorso è stato segnato dall'emergere di una crisi senza precedenti. Una crisi, insieme finanziaria ed economica che, 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.

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. È necessario favorire, in un momento di crisi, una maggiore sintonia con gli altri operatori economici del mondo agricolo, distributivo e finanziario, 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.

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. 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.

La prima parte dello scorso anno 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 prima ancora della crisi finanziaria. L'Industria alimentare ha cercato di assorbire i rilevanti aumenti delle materie prime attraverso la gestione degli *stock* e dei graduali e parziali trasferimenti dei costi a valle.

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%.

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

Un *dossier* - presentato a Parma - 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 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, con particolare attenzione ai prodotti funzionali e a quelli ad elevato contenuto di servizio.

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.

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 vuole 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.

Però siamo contrari all'idea di legittimare mediante regolamento europeo o italiano 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 nutrizionali e salutistiche 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.

Federalimentare e il suo sistema associativo, a questo proposito, hanno avviato negli anni un dialogo costruttivo con il mondo della ricerca, l'Università e le istituzioni competenti, per favorire non solo il trasferimento di conoscenze scientifiche avanzate in tema di alimentazione e salute al sistema delle imprese, ma anche per innovare i processi e i prodotti al fine di rispondere alle mutate esigenze dei nostri consumatori.

L'Expo Milano 2015 costituisce infatti un'occasione preziosa per riflettere sulle strategie di medio e lungo periodo e per cogliere le opportunità offerte dal mercato, soprattutto in questa delicata fase di crisi, sia in Italia che in Europa.

Buon lavoro a tutti!