

**FEDERALIMENTARE E FEDERTURISMO:  
ECCO LA RICETTA IN DIECI PUNTI PER RILANCIARE IL MEZZOGIORNO**

CibusMed, che si svolge a Bari dall'8 al 12 maggio 2003, è occasione propizia per sottolineare il rinnovato impegno proattivo di Federalimentare e Federturismo per il Mezzogiorno.

L'Industria Alimentare e quella del Turismo - che condividono un forte radicamento sul territorio, di natura culturale e produttiva, rappresentano - nella percezione dei turisti e degli operatori economici dei veri e propri cardini dello sviluppo nazionale e dell'immagine italiana nel mondo.

L'agricoltura meridionale rimane caratterizzata da produzioni di grande qualità, veicolate in gran parte verso unità di trasformazione ubicate in altre regioni del Paese per mancanza di equilibrate filiere produttive locali. Il valore aggiunto espresso dall'agricoltura meridionale raggiunge il 40% di quello nazionale, mentre in parallelo il fatturato dell'industria alimentare meridionale supera di poco il 21%. La differenza tra queste due percentuali evidenzia la debolezza della filiera alimentare del sud.

Anche sul fronte dell'export, la proiezione sui mercati esteri dell'industria alimentare meridionale risulta nettamente inferiore, con la sola eccezione della regione Campania, rispetto alla media nazionale.

Il sistema produttivo meridionale rimane caratterizzato da una integrazione modale e logistica insufficiente, che lo penalizza pesantemente e aggiuntivamente rispetto a una situazione-Paese che già soffre, nel suo insieme, di un rapporto degli investimenti in opere pubbliche sul PIL inferiore da anni all'1,5%, contro i rapporti tra il 2,1% e il 3,7% dei principali partners comunitari.

Lo stesso turismo meridionale, benché in crescita, anche grazie ad una rinnovata componente straniera, raggiunge target di presenza ancora insufficienti (solo il 18,7 % degli arrivi italiani e stranieri nelle strutture ricettive del Mezzogiorno a fronte del 29,6% nel Centro, il 34% nel Nord-Est, il 17,5% nel Nord-Ovest) al di là di alcune aree circoscritte, a fare da volano ai diffusi processi di sviluppo socio-economico che potrebbe innescare ove fossero rese disponibili infrastrutture attualmente carenti o mancanti (aeree, nautiche, ferroviarie, autostradali) con i relativi collegamenti intermodali. Esigenze strutturali, che risultano accentuate stagionalmente quando sulle stesse infrastrutture vengono avviati flussi turistici e di logistica aggiuntivi con le stesse destinazioni.

Federalimentare e Federturismo sottolineano perciò la necessità di valorizzare le risorse esistenti, attraverso il seguente decalogo di interventi:

- 1) il rilancio delle tradizioni e del patrimonio storico-naturalistico-alimentare meridionale;
- 2) lo sviluppo integrato delle sinergie dell'Industria Alimentare e Turistica, che più di ogni altra coniugano tradizione e innovazione;
- 3) la promozione di servizi al Turismo anche in chiave culturale e gastronomica ;
- 4) la valorizzazione dei contatti col bacino mediterraneo e con l'area nord-europea, alla ricerca di sinergie e complementarietà;
- 5) la soddisfazione della motivazione enogastronomica vissuta come uno dei veicoli prioritari dei consistenti flussi turistici, anche stranieri, premessa per ulteriori operazioni di promozione dei prodotti necessari per "mangiare italiano" nei paesi di origine dei relativi flussi turistici;
- 6) la realizzazione coordinata d'iniziative di diffusione della conoscenza delle basi culturali della gastronomia italiana e dello stile di vita italiano, a supporto d'iniziative di promozione del Made in Italy alimentare e turistico;
- 7) la progettazione d'iniziative mirate (frutto di una collaborazione integrata di Associazioni d'impresa, Camere di Commercio, Regioni, ENIT, Istituti di cultura italiana ed Amministrazione Centrale) indirizzate ai Paesi dell'allargamento per offrire loro una conoscenza completa del patrimonio culturale italiano, comprensivo degli aspetti turistici e di quelli alimentari, e l'attivazione di consistenti scambi culturali e soggiorni di studio.
- 8) l'orientamento della programmazione negoziata (patti territoriali, contratti d'area, contratti di programma, Sviluppo Italia ecc..) anche verso progetti di complementarietà turistico-alimentare;
- 9) lo sviluppo di strumenti telematici a servizio di una clientela sempre più esigente sul piano della qualità dell'offerta turistico-alimentare;
- 10) integrazione dei POR e della programmazione regionale e locale anche con progetti e linee di incentivazione delle offerte turistico-alimentari in chiave internazionale, a servizio di aggregazioni/consorzi di PMI.

Nello specifico, le due Organizzazioni Federalimentare e Federturismo, appartenenti al sistema di Confindustria, ritengono prioritaria l'attivazione di una complessa strumentazione che deve potersi avvalere di iniziative di "marketing territoriale", di "comarketing", di "formazione specifica mirata sulle esigenze scuola-impresa", di "promozione integrata" del Made in Italy e dello stile di vita italiano, considerandoli strumenti da finalizzare ad uno sviluppo armonico e quindi anche a colmare il "gap" che separa i rispettivi ambiti operativi meridionali dal resto del Paese.

Il Mezzogiorno per le sue caratteristiche geografiche si trova al centro di un'area di espansione economica e sociale, del turismo e delle tradizioni e produzioni alimentari di qualità, oggi ancora marginali, che dovrà saper coniugare - anche grazie alla collaborazione pubblico-privato - per colmare le carenze infrastrutturali esistenti, le oggettive vocazioni culturali e produttive del Mezzogiorno, in un quadro di sviluppo sostenibile e responsabile comune ai 25 Paesi dell'Europa allargata.

Bari, 9 maggio 2003

**IL PRESIDENTE DI FEDERALIMENTARE**

*Luigi Rossi di Montelera*

**IL PRESIDENTE DI FEDERTURISMO**

*Giancarlo Abete*