

TAKE AGENZIE STAMPA

ANSA (4)

INDUSTRIA: FEDERALIMENTARE, VOLA EXPORT IN I TRIMESTRE, +12% PRESIDENTE FERRUA, MA FONDI PUBBLICI SOSTEGNO DIMEZZATI IN 2 ANNI

(ANSA) - ROMA, 8 GIU - Il made in Italy alimentare vola sui mercati esteri: nel primo trimestre dell'anno l'industria del settore ha segnato un aumento dell'export dell'11,9%, a 5,88 miliardi di euro di fatturato. Lo rende noto Federalimentare in occasione della sua assemblea annuale. Con questo trend di crescita l'associazione confindustriale stima che l'anno si chiuderà a quota 23,5 mld di fatturato contro i 21 del 2010 quando già si registrò un brillante +10,5%.

Si segnala, in particolare, la ripresa dei mercati di maggior peso per l'export alimentare, dopo la battuta di arresto del 2009: la Germania mette a segno un +6,7% dopo il -3,4% del 2009; la Francia registra un progresso del 7,4% dopo il -2,1% dell'anno precedente. E' boom negli Usa, con +11,8% dopo il -9,1% del 2009. Il quarto mercato, rappresentato dal Regno Unito, recupera con un +6,4% dopo il -6,5% del 2009.

Tra le new entry, si segnala la Cina (+55,9%), il Brasile (+31,7%), l'Arabia Saudita (+31,6%) e la Turchia (+44,4%).
Mercati ancora al di sotto delle loro potenzialità - sottolinea Federalimentare - ma con quote sempre meno simboliche, attestate tra i 100 e i 200 milioni di euro.

"Ma questa vocazione all'export della nostra industria - rileva il presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua - non viene sostenuta a dovere dal Sistema Paese. "Il programma promozionale Ice relativo al 2011 - sottolinea Ferrua - ha infatti subito un taglio di oltre il 40% sul 2010. Sommato al taglio dell'anno precedente, il finanziamento pubblico a sostegno dell'export si è dimezzato, fino a risultare ormai

inferiore dell'87% rispetto a quello della Germania e di circa il 70% rispetto a quelli di Francia e Regno Unito". (ANSA)

UE: FEDERALIMENTARE, NO A PAC SEMPLICISTICA TUTELARE QUALITA' PRODUZIONE ITALIANA

(ANSA) - ROMA, 8 GIU - "Un'agricoltura intensiva e di qualità come quella italiana non può accettare parametri semplicistici di ripartizione delle risorse in base alla superficie come quelle proposte da alcuni paesi dell'Est europeo per la nuova Politica agricola comune post 2013". Lo afferma Federalimentare in occasione dell'assemblea annuale, auspicando che "La Pac torni all'origine, mettendo al primo posto la produzione, sia per quantità che per qualità, l'innovazione tecnologica e la competitività dell'agricoltura europea, al di là dello stesso, importante, impegno ambientalistico".

Anche per l'Industria alimentare - rileva Federalimentare - "la difesa dell'ambiente, il mantenimento degli ecosistemi e l'uso sostenibile delle risorse primarie assumono rilievo e significato di veri e propri presupposti del corretto ed equilibrato funzionamento della filiera. Il primato delle aziende alimentari in termini di certificazioni dei sistemi di gestione ambientale è un evidente indicatore della cultura del settore". "D'altronde - conclude Federalimentare - le materie prime agricole costituiscono il principale input dei processi di trasformazione: il loro approvvigionamento, in quantità e qualità sufficienti a soddisfare la domanda di una popolazione in continua crescita, è la vera sfida globale che ci aspetta nel nuovo millennio". (ANSA)

PREZZI:FEDERALIMENTARE, IN ALTO CON COMMODITY, NO CARICO IVA EVENTUALI RINCARI ALIQUOTE UN COLPO PER CONSUMI E TASCHE

(ANSA) - ROMA, 8 GIU - I prezzi alimentari sono in tensione e ogni ipotesi di aumento dell'Iva sui prodotti della tavola e' da

respingere perché accentuerebbe la discesa già in atto dei consumi interni. Lo afferma Federalimentare, in occasione della sua assemblea annuale. I forti aumenti segnati dalle materie prime alimentari (+45,3% nel 2010 su base annua) - sottolinea Federalimentare - già si ripercuotono sui prezzi agli scaffali e rende ancora più cupo il contesto dei consumi in discesa da quattro anni. Perciò l'associazione confindustriale dice no "ad ogni ipotesi di aumento delle aliquote Iva" nell'ambito della riforma fiscale allo studio del governo "perché aggraverebbe ulteriormente la stagnazione dei consumi, generando inflazione". Secondo le stime dell'associazione confindustriale, il prospettato aumento sui beni di largo consumo - dove l'alimentare fa la parte del leone rappresentando l'84% nel paniere degli acquisti in Gdo - avrebbe un impatto negativo sulle tasche degli italiani di 9 miliardi di euro.

L'impennata delle commodity - aggiunge Federalimentare - ha fatto sì che i prezzi alimentari alla produzione siano passati dalle variazioni tendenziali marginalmente negative di metà 2010 al +4,3% di dicembre, per crescere ancora fino al +7,1% del marzo 2011. Ma finiscono col rimbalzare anche sui prezzi al consumo dell'alimentare lavorato, che hanno ormai raggiunto il +2,2%, non lontano dal tasso di inflazione (2,6%), "con la perdita di quell'effetto calmieratore - sottolinea l'associazione confindustriale - che l'industria alimentare ha esercitato nel tempo".

Secondo Federalimentare, i consumi interni stagnanti impongono la ricerca di nuovi equilibri: "Per recuperare le difficoltà del mercato nazionale - dichiara il presidente Filippo Ferrua - è necessario ottimizzare i processi di filiera e trovare equilibri migliori con la Gdo, arginando la compressione dei margini delle aziende alimentari, specie

medio-piccole. E' necessario riavviare un dialogo costruttivo con la Grande Distribuzione per trovare soluzioni condivise".(ANSA)

ALIMENTARE: MARCEGAGLIA, E' LA BANDIERA DEL MADE IN ITALY AIUTARE INTERNAZIONALIZZAZIONE, PUNTARE SU CRESCITA DIMENSIONALE

(ANSA) - ROMA, 8 GIU - "La nostra industria alimentare e' da sempre una bandiera del made in italy nel mondo. I nostri prodotti sono sinonimo di una qualita' da sempre riconosciuta e apprezzata all'estero. I dati sulle esportazioni, infatti, hanno fatto registrare una crescita ininterrotta che non si e' arrestata nemmeno con la crisi". Lo afferma il presidente di Confindustria, Emma Marcegaglia, in un messaggio rivolto a Federalimentare riunita oggi in un'assemblea privata.

"L'export, soprattutto verso i nuovi mercati - sottolinea Marcegaglia -, ha trainato il settore e gli ha consentito di resistere. E' necessario pero' che tutto il sistema Paese supporti l'attitudine all'internazionalizzazione di queste imprese. Abbiamo rimarcato piu' volte l'urgenza di definire una strategia di promozione e sostegno coordinata per accompagnare le aziende italiane sui mercati globali".

"La politica di internazionalizzazione del nostro Paese, in questo senso, non e' ancora sufficiente - prosegue Marcegaglia - Le imprese spesso sono lasciate sole a competere con concorrenti europei che da tempo possono contare su un reale supporto promozionale. Sul versante del mercato interno, invece, il settore ha subito duramente gli effetti della crisi, a causa del calo dei consumi e dell'aumento delle materie prime. Se vogliamo recuperare margini, e' indispensabile ripensare i processi di filiera e la questione dimensionale. E' necessario, ora più che mai, fare rete e avviare processi di aggregazione che consentano alle aziende di essere maggiormente concorrenziali".

"Come ultima riflessione, ma non meno importante - conclude Marcegaglia -, non possiamo dimenticare il fondamentale ruolo dell'Europa. Le scelte fatte a Bruxelles hanno ricadute importanti sulle aziende di tutta la filiera alimentare. Per questo chiediamo all'Europa di compiere valutazioni che mettano al primo posto la qualita' della produzione, l'innovazione tecnologica e di considerare le specificita' dei singoli Paesi. Ringrazio il presidente Filippo Ferrua e Federalimentare per il prezioso lavoro che stanno portando avanti".

AGI (2)

INDUSTRIA ALIMENTARE: FERRUA, VOLA EXPORT (+11,9% 1* TRIM. 2011)

(AGI) - Roma, 8 giu. - La performance dell'export ha trainato anche la ripresa della produzione alimentare, che nel 2010 registra un consuntivo a +1,8% rispetto al 2009. Mentre nel decennio 2000-2010, segna un +12,1%, con oltre 27 punti di differenza rispetto al -15,4% segnato in parallelo dall'industria nazionale nel suo complesso. "E' probabile - commenta il Presidente Ferrua - che il trend della produzione alimentare 2011 si avvicini al tasso di espansione registrato nel 2010. Mentre l'export continuera' a dare soddisfazioni grazie alla tenuta dei principali mercati esteri. Un trend che fissa il rientro dalla crisi per l'Italia al biennio 2014 - 2015, mentre per i nostri partner occidentali arrivera' gia' nel 2012".

Secondo gli indici calcolati da Confindustria, nei 12 mesi intercorrenti tra dicembre 2009 e dicembre 2010, le materie prime alimentari sono cresciute del +45,3%, contro il +31,9% delle materie prime non alimentari e il +35,6% dei combustibili. Un'accelerazione che si e' rinforzata all'inizio di quest'anno, fino a portare le materie prime alimentari su un tendenziale del +50,3% nell'aprile scorso. Questa impennata si sta gia' riflettendo sui prezzi alimentari alla produzione, passati da variazioni tendenziali marginalmente negative di meta' 2010 al +4,3% di dicembre, per crescere ancora sensibilmente fino al +7,1% del marzo 2011. Ma finiscono col rimbalzare anche sui prezzi al consumo dell'alimentare lavorato, che, secondo i dati piu' recenti, hanno ormai raggiunto il +2,2%, non lontano dal tasso di inflazione (2,6%), con la perdita di quell'effetto calmieratore che hanno esercitato nel tempo, al di fuori delle fasi di tensione delle commodity. "La crisi del potere di acquisto del Paese non e' affatto "orizzontale", ma sta colpendo in modo selettivo le fasce di consumo piu' deboli, modificando gli stessi modelli di consumo", ha spiegato il Presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua. "Per recuperare le difficolta' del mercato nazionale - dichiara Ferrua - e' necessario ottimizzare i processi di filiera e trovare equilibri migliori con la GDO, arginando la compressione dei margini delle aziende alimentari, specie medio-piccole. L'indagine conoscitiva dell'Autorita' Antitrust avviata nell'ottobre scorso puo' costituire un'occasione per verificare l'esistenza e la rilevanza delle problematiche sollevate dai fornitori. E' necessario riavviare un dialogo costruttivo con la Grande Distribuzione per trovare soluzioni condivise". (AGI) Bru

ALIMENTARE: MARCEGAGLIA, BANDIERA MADE IN ITALY; PUNTARE SU EXPORT

(AGI) - Roma, 8 giu. - L'alimentare e' la bandiera del made in Italy ed e' necessario puntare su export e internazionalizzazione e sulla crescita dimensionale. Lo afferma la presidente di Confindustria Emma Marcegaglia in un messaggio all'assemblea privata di Federalimentare "La nostra industria alimentare - dice la leder degli industriali - e' da sempre una bandiera del made in Italy nel mondo. I nostri prodotti sono sinonimo di una qualita' da sempre riconosciuta e apprezzata all'estero. I dati sulle esportazioni, infatti, hanno fatto registrare una crescita ininterrotta e che non si e' arrestata nemmeno con la crisi. L'export, soprattutto verso i nuovi mercati, ha trainato il settore e gli ha consentito di resistere. E' necessario pero' che tutto il sistema paese supporti l'attitudine all'internazionalizzazione di queste imprese". Confindustria ha rimarcato "piu' volte l'urgenza di definire una strategia di promozione e sostegno coordinata per accompagnare le aziende italiane sui mercati globali. La politica di internazionalizzazione del nostro paese, in questo senso, non e' ancora sufficiente. Le imprese spesso sono lasciate sole a competere con concorrenti europei che da tempo possono contare su un reale supporto promozionale". Sul versante del

mercato interno, invece, prosegue Marcegaglia, "il settore ha subito duramente gli effetti della crisi, a causa del calo dei consumi e dell'aumento delle materie prime. Se vogliamo recuperare margini, e' indispensabile ripensare i processi di filiera e la questione dimensionale. E' necessario, ora piu' che mai, fare rete e avviare processi di aggregazione che consentano alle aziende di essere maggiormente concorrenziali". Come ultima riflessione, ma non meno importante, "non possiamo dimenticare il fondamentale ruolo dell'Europa. Le scelte fatte a Bruxelles hanno ricadute importanti sulle aziende di tutta la filiera alimentare. Per questo chiediamo all'Europa di compiere valutazioni che mettano al primo posto la qualita' della produzione, l'innovazione tecnologica e di considerare le specificita' dei singoli paesi. Ringrazio - conclude - il presidente Filippo Ferrua e Federalimentare per il prezioso lavoro che stanno portando avanti".

ASCA

08-06-11

ALIMENTARE: MARCEGAGLIA, PUNTARE A CRESCITA DIMENSIONALE IMPRESE

(ASCA) - Roma, 8 giu - Puntare sull'export e la crescita dimensionale delle imprese ma e' urgente una strategia di promozione a sostegno del settore alimentare italiano. E' in sintesi il messaggio inviato dal presidente di Confindustria, Emma Marcegaglia, all'assemblea privata di federalimentare.

"La nostra industria alimentare - afferma il presidente di Confindustria - e' da sempre una bandiera del made in Italy nel mondo. I nostri prodotti sono sinonimo di una qualita' da sempre riconosciuta e apprezzata all'estero. I dati sulle esportazioni, infatti, hanno fatto registrare una crescita ininterrotta e che non si e' arrestata nemmeno con la crisi".

L'export, soprattutto verso i nuovi mercati, ha trainato il settore e gli ha consentito di resistere. "E' necessario pero' che tutto il sistema paese - continua la Marcegaglia - supporti l'attitudine all'internazionalizzazione di queste imprese. Abbiamo rimarcato piu' volte l'urgenza di definire una strategia di promozione e sostegno coordinata per accompagnare le aziende italiane sui mercati globali. La politica di internazionalizzazione del nostro paese, in questo senso, non e' ancora sufficiente. Le imprese spesso sono lasciate sole a competere con concorrenti europei che da tempo possono contare su un reale supporto promozionale".

Sul versante del mercato interno, invece, il settore ha subito duramente gli effetti della crisi, a causa del calo dei consumi e dell'aumento delle materie prime. "Se vogliamo recuperare margini, e' indispensabile ripensare i processi di filiera e la questione dimensionale. E' necessario, ora piu' che mai, fare rete e avviare processi di aggregazione che consentano alle aziende di essere maggiormente concorrenziali. Come ultima riflessione, ma non meno importante, non possiamo dimenticare il fondamentale ruolo dell'Europa. Le scelte fatte a Bruxelles hanno ricadute importanti sulle aziende di tutta la filiera alimentare. Per questo chiediamo all'Europa di compiere valutazioni che mettano al primo posto la qualita' della produzione, l'innovazione tecnologica e di considerare le specificita' dei singoli paesi".

TM NEWS (3)

Federalimentare/ Export vola +12%, ma sostegno pubblico dimezzato

Ferrua: ridimensionato piano promozione Ice, imprese penalizzate

Roma, 8 giu. (TMNews) - Vola l'export alimentare italiano, con un +11,9% nel primo trimestre, ma in due anni i finanziamenti pubblici per la promozione si sono dimezzati. Lo ha affermato il presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua, nella relazione all'assemblea privata 2011 dell'organizzazione aderente a Confindustria. Nel 2010, ha detto, "l'export dell'industria alimentare ha sfiorato i 21 miliardi di euro, con una crescita del +10,5% sull'anno precedente. Un dato ancora più promettente se si considera che il primo trimestre 2011 ha segnato un +11,9%".

Un'attitudine export-oriented, secondo Ferrua, che però non viene sostenuta a dovere dal sistema paese. "Il programma promozionale Ice 2011 - ha sottolineato - ha subito un taglio di oltre il 40%

sul 2010. Sommato al taglio dell'anno precedente, il finanziamento pubblico a sostegno dell'export si è dimezzato, dal 2008 a oggi, fino a risultare ormai inferiore dell'87% rispetto a quello della Germania e di circa il 70% rispetto a quelli di Francia e Regno Unito".

Il food and drink italiano "viene così penalizzato proprio in quell'area di realistica espansione su cui invece occorrerebbe potenziare gli sforzi promozionali. Sforzi che, in assenza dei supporti di politica economica - ha concluso il numero uno di Federalimentare - ricadono esclusivamente sull'iniziativa degli imprenditori e sulla loro capacità di presidio e innovazione".

Fisco/ Federalimentare: No aumento Iva su cibo, colpisce consumi

Roma, 8 giu. (TMNews) - Le aliquote Iva sugli alimentari non devono essere aumentate, perchè una mossa di questo tipo rischia di generare inflazione e aggravare ulteriormente la stagnazione dei consumi. Lo ha sottolineato il presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua, parlando della riforma fiscale nella relazione all'assemblea privata 2011 dell'organizzazione aderente a Confindustria.

La forte stagnazione dei consumi, ha spiegato Ferrua, è "un fenomeno che viene da lontano, culminato con la perdita di quasi 10 punti percentuali nell'ultimo quinquennio. Le famiglie stanno attingendo al risparmio per mantenere i consumi degli anni precedenti e, allo stesso scopo, fanno ricorso crescente al debito. La crisi del potere d'acquisto - ha aggiunto - non è affatto 'orizzontale', ma sta colpendo in modo selettivo le fasce di consumo più deboli, modificando gli stessi modelli di consumo".

"Per recuperare le difficoltà del mercato nazionale - ha aggiunto il numero uno di Federalimentare - è necessario ottimizzare i processi di filiera e trovare equilibri migliori con la grande distribuzione organizzata (Gdo), arginando la compressione dei margini delle aziende alimentari, specie medio-piccole. È necessario riavviare un dialogo costruttivo con la Gdo per trovare soluzioni condivise".

Federalimentare/ Marcegaglia: Alimentare bandiera Made in Italy

Puntare su maggiore export e su crescita dimensionale

Roma, 8 giu. (TMNews) - Le imprese spesso sono lasciate sole a competere con concorrenti europei che da tempo possono contare su un reale supporto promozionale. Lo ha detto la presidente di Confindustria Emma Marcegaglia in un messaggio inviato all'assemblea annuale della Federalimentare.

"La nostra industria alimentare è da sempre una bandiera del made in Italy nel mondo. I nostri prodotti sono sinonimo di una qualità da sempre riconosciuta e apprezzata all'estero. I dati sulle esportazioni, infatti, hanno fatto registrare una crescita ininterrotta e che non si è arrestata nemmeno con la crisi. L'export, soprattutto verso i nuovi mercati, ha trainato il settore e gli ha consentito di resistere", ha osservato Marcegaglia aggiungendo che "è necessario però che tutto il sistema paese supporti l'attitudine all'internazionalizzazione di queste imprese. Abbiamo rimarcato più volte l'urgenza di definire una strategia di promozione e sostegno coordinata per accompagnare le aziende italiane sui mercati globali. La politica di internazionalizzazione del nostro paese, in questo senso, non è ancora sufficiente. Le imprese spesso sono lasciate sole a competere con concorrenti europei che da tempo possono contare su un reale supporto promozionale".

Sul versante del mercato interno, invece, il settore "ha subito duramente gli effetti della crisi, a causa del calo dei consumi e dell'aumento delle materie prime. Se vogliamo recuperare margini, è indispensabile ripensare i processi di filiera e la questione dimensionale. E' necessario, ora più che

mai, fare rete e avviare processi di aggregazione che consentano alle aziende di essere maggiormente concorrenziali".

Come ultima riflessione, "ma non meno importante, non possiamo dimenticare il fondamentale ruolo dell'Europa. Le scelte fatte a Bruxelles hanno ricadute importanti sulle aziende di tutta la filiera alimentare. Per questo - ha concluso - chiediamo all'Europa di compiere valutazioni che mettano al primo posto la qualità della produzione, l'innovazione tecnologica e di considerare le specificità dei singoli paesi. Ringrazio il Presidente Filippo Ferrua e Federalimentare per il prezioso lavoro che stanno portando avanti".

IL VELINO (2)

ECO - Made in Italy, Federalimentare: Vola export, ma promozione diminuisce

Roma, 8 giu (Il Velino) - Dopo il calo del 2009, l'export del Made in Italy alimentare "riconquista" i suoi presidi storici - Usa, Germania, Francia e Regno Unito - e guarda con interesse a mercati emergenti come Cina e Br...

Anche per l'Industria alimentare, la difesa dell'ambiente, il mantenimento degli ecosistemi e l'uso sostenibile delle risorse primarie assumono rilievo e significato di veri e propri presupposti de...

Infatti, la prevista facoltà per gli Stati membri di introdurre su scala nazionale informazioni obbligatorie ulteriori rispetto al sistema di regole comuni comporterebbe il rischio di doversi confr...

Un maggiore sostegno del Governo Italiano all'export alimentare, ad oggi vera area strategica per l'espansione del comparto. E, sul fronte interno, una necessaria ottimizzazione dei processi di fil...

Primo elemento d'interesse, il fatto che il Made in Italy si identifichi sempre più con i prodotti dell'industria alimentare nazionale. Nel decennio intercorrente tra il 2000 e il 2010, le esportaz...

Tra le new entry, si segnala la ricettività di "mercati del futuro" come la Cina (+55,9%), il Brasile (+31,7%), l'Arabia Saudita (+31,6%) e la Turchia (+44,4%): ancora al di sotto delle loro potenz...

Il food and drink italiano viene così penalizzato proprio in quell'area di realistica espansione su cui invece occorrerebbe potenziare gli sforzi promozionali. Sforzi che, in assenza dei supporti d...

A fare da contraltare ai risultati delle esportazioni, sono, infatti, le incognite di un quadro generale particolarmente complesso sul mercato interno, i cui equilibri hanno risentito delle tension...

La forte stagnazione dei consumi interni risulta essere un fenomeno che viene da lontano, culminato con la perdita di quasi dieci punti percentuali nell'ultimo quinquennio. I dati mostrano che le f...

Nei dieci anni intercorrenti tra il 2000 e il 2010, il valore aggiunto dell'industria alimentare italiana è calato in termini reali del -3,8%, senza riuscire a raggiungere, in nessuno degli anni su...

Senza margini adeguati per i produttori è difficile proteggere il valore aggiunto, i target qualitativi, gli investimenti e l'innovazione. E sulla qualità, sul patrimonio produttivo e d'immagine de...

ECO - Alimentare, Marcegaglia: bandiera made in Italy, puntare su export

Roma, 8 giu (Il Velino) - "La nostra industria alimentare è da sempre una bandiera del made in Italy nel mondo. I nostri prodotti sono sinonimo di una qualità da sempre riconosciuta e apprezzata all'estero. I dati sulle esportazioni, infatti, hanno fatto registrare una crescita ininterrotta e che non si è arrestata nemmeno con la crisi. L'export, soprattutto verso i nuovi mercati, ha trainato il settore e gli ha consentito di resistere. È necessario però che tutto il sistema paese supporti l'attitudine all'internazionalizzazione di queste imprese". Questo il messaggio del presidente di Confindustria Emma Marcegaglia all'assemblea privata di Federalimentare. "Abbiamo rimarcato più volte l'urgenza di definire una strategia di promozione e sostegno coordinata per accompagnare le aziende italiane sui mercati globali. La politica di

internazionalizzazione del nostro paese, in questo senso, non è ancora sufficiente. Le imprese spesso sono lasciate sole a competere con concorrenti europei che da tempo possono contare su un reale supporto promozionale”.

“Sul versante del mercato interno, invece, il settore ha subito duramente gli effetti della crisi, a causa del calo dei consumi e dell'aumento delle materie prime. Se vogliamo recuperare margini – ha aggiunto la leader degli industriali – è indispensabile ripensare i processi di filiera e la questione dimensionale. È necessario, ora più che mai, fare rete e avviare processi di aggregazione che consentano alle aziende di essere maggiormente concorrenziali. Come ultima riflessione, ma non meno importante, non possiamo dimenticare il fondamentale ruolo dell'Europa. Le scelte fatte a Bruxelles hanno ricadute importanti sulle aziende di tutta la filiera alimentare. Per questo chiediamo all'Europa di compiere valutazioni che mettano al primo posto la qualità della produzione, l'innovazione tecnologica e di considerare le specificità dei singoli paesi. Ringrazio il presidente Filippo Ferrua e Federalimentare per il prezioso lavoro che stanno portando avanti”.

RADIOCOR IL SOLE 24 ORE (2)

Federalimentare: in primo trimestre export +11,9%, no aumento Iva

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - **Roma**, 08 giu - Vola l'export dell'industria alimentare, cresciuto nel primo trimestre dell'11,9% e del 66,9% tra il 2000 e il 2010. E' la fotografia scattata da Federalimentare. "Nel 2010 - ha spiegato il presidente **Filippo Ferrua** in occasione dell'assemblea privata dell'associazione - l'export dell'industria alimentare ha sfiorato i 21 miliardi di euro, con una crescita del 10,5% sull'anno precedente". Il **made in Italy** alimentare lo scorso anno, dopo il calo del 2009, ha riconquistato presidi storici come Usa, Germania, Francia e **Regno Unito** suscitando anche l'interesse di **mercati emergenti** come Cina e Brasile. Secondo Federalimentare, l'export non viene sostenuto a dovere dal **sistema Paese**. "Il **programma promozionale** Ice 2011 - ha detto Ferrua - ha subito un taglio di oltre il 40% sul 2010". Il **mercato interno** registra un ristagno dei consumi, penalizzati anche dall'impennata della quotazioni delle commodity agricole, cresciute del 50% in aprile, e dei combustibili che rimbalza sui prezzi alimentari, aumentati del 2,2%. E per questo il presidente di Federalimentare dice "no all'aumento delle aliquote Iva sui **prodotti alimentari** che generano inflazione, penalizzando ulteriormente i consumi. Si' al recupero di un dialogo costruttivo con la grande distribuzione" che a fine 2010 ha visto crescere dello 0,4% in valuta corrente le vendite alimentari contro di un -1,4% registrato dalle vendite dei piccoli esercizi. Tri (RADIOCOR) 08-06-11 11:12:36 (0133) 5 NNNN

Federalimentare: Marcegaglia, sistema Paese supporti export

Ripensare anche filiera e puntare su crescita dimensionale (Il Sole 24 Ore Radiocor) - **Roma**, 08 giu - L'industria alimentare "e' da sempre una bandiera del **made in Italy** nel mondo" e l'export ha resistito alla crisi, segnando "una crescita ininterrotta. E' necessario pero' che tutto il **sistema Paese** supporti l'attitudine all'internazionalizzazione di queste imprese". Così' la **presidente di Confindustria, Emma Marcegaglia**, in un messaggio inviato all'assemblea privata di Federlimentare. "Abbiamo rimarcato piu' volte - sottolinea - l'urgenza di definire una strategia di promozione e sostegno coordinata per accompagnare le aziende italiane sui mercati globali. La politica di internazionalizzazione del **nostro Paese**, in questo senso, non e' ancora sufficiente. Le imprese spesso sono lasciate sole a competere con concorrenti europei che da tempo possono contare su un reale supporto promozionale". Il settore alimentare ha, invece, perso colpi sul **mercato interno** dove "ha subito duramente gli effetti della crisi, a causa del calo dei consumi e dell'aumento delle **materie prime**. Se vogliamo recuperare margini, e' indispensabile ripensare i processi di filiera e la questione dimensionale. E' necessario, ora piu' che mai, fare rete - sottolinea Marcegaglia - e avviare processi di aggregazione che consentano alle aziende di essere maggiormente concorrenziali. Come ultima riflessione, ma non meno importante, non possiamo dimenticare - conclude la presidente di Confindustria - il fondamentale ruolo dell'Europa. Le scelte fatte a **Bruxelles** hanno ricadute importanti sulle aziende di tutta la filiera alimentare. Per questo chiediamo all'Europa di compiere valutazioni che mettano al primo posto la qualita' della produzione, l'innovazione tecnologica e di considerare le specificita' dei singoli paesi". Com-Tri (RADIOCOR) 08-06-11 11:46:41 (0156) 5 NNNN