



FEDERALIMENTARE

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

INDUSTRIA ALIMENTARE: VOLA L'EXPORT (+11,9% PRIMO TRIMESTRE 2011) MA IN DUE ANNI FINANZIAMENTI PUBBLICI PER LA PROMOZIONE DIMEZZATI

Il Presidente Ferrua Magliani: "No all'aumento delle aliquote IVA sui prodotti alimentari che generano inflazione, penalizzando ulteriormente i consumi. Sì al recupero di un dialogo costruttivo con la Grande Distribuzione!"

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 Brasile. Ma con i tagli al programma promozionale ICE, il Paese non sostiene adeguatamente gli sforzi delle aziende alimentari italiane: competiamo con l'87% di aiuti in meno della Germania e con il 70% di sostegni in meno rispetto a Francia e Regno Unito.

Sul mercato interno, l'impennata delle quotazioni delle commodity agricole (+50% ad aprile 2011) e dei combustibili rimbalza sui prezzi alimentari al consumo (+2,2%) e mette a dura prova l'effetto calmieratore del settore alimentare in un periodo di stagnazione dei consumi.

Di fronte a uno scenario inedito e complesso, Federalimentare teme che l'aumento delle aliquote IVA sui prodotti alimentari possa generare inflazione e penalizzare ulteriormente i consumi. E sottolinea la necessità di riannodare un dialogo costruttivo con la GDO per creare un nuovo equilibrio nella filiera agro-alimentare e recuperare margine ed efficienza nella formazione del valore. Salvaguardando così la competitività del sistema italiano per continuare ad offrire prodotti di elevata qualità ai consumatori.

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 filiera, per arginare la compressione dei margini delle aziende alimentari, in particolare medio-piccole, a fronte del boom dei prezzi delle materie prime alimentari. Ma anche il rifiuto di ogni ipotesi di aumento delle aliquote IVA dei prodotti alimentari per compensare la riduzione della pressione fiscale sulle persone fisiche e giuridiche, che, al contrario, aggraverebbe ulteriormente la stagnazione dei consumi, generando inflazione. Sono questi i punti fermi dell'**appello alle Istituzioni** lanciato oggi da **Federalimentare**, in occasione della sua **Assemblea**, per salvaguardare la competitività e l'eccellenza di un *food and drink* italiano che si conferma sempre più bandiera del Made in Italy, ma la cui catena del valore è messa a dura prova dalle fluttuazioni dei prezzi delle commodity e dalla regressione dei consumi interni.

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 **esportazioni dell'industria alimentare** hanno messo a segno una crescita del **+66,9%**, con quasi 40 punti di vantaggio rispetto al +28,5% registrato in parallelo dall'export totale del Paese.

"Nel 2010 l'export dell'industria alimentare ha sfiorato i 21 miliardi di euro, con una crescita del +10,5% sull'anno precedente", ricorda il Presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua. "Un dato ancora più promettente se si considera che il primo trimestre 2011 ha segnato un +11,9%".

Colpisce, in particolare, la **ripresa dei mercati di maggior peso**, che coprono praticamente la metà (49,6%) dell'intero export dell'industria alimentare: la **Germania**, che segna una spinta del **+6,7%**, dopo il -3,4% del 2009; la **Francia**, con un **+7,4%**, dopo il -2,1% dell'anno precedente; e, soprattutto, gli **Usa**, con un eloquente **+11,8%**, dopo il -9,1% del 2009. Il quarto mercato, rappresentato dal **Regno Unito**, ha recuperato con un **+6,4%**, dopo il -6,5% del 2009.

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 potenzialità, ma con quote sempre meno simboliche, attestate tra i **100 e i 200 milioni di euro**.

Un'attitudine export oriented che però non viene sostenuta a dovere dal Sistema Paese. "Il programma promozionale ICE 2011 ha subito un taglio di oltre il 40% sul 2010" denuncia Ferrua.

“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, ricadono esclusivamente sull'iniziativa degli imprenditori e sulla loro capacità di presidio ed innovazione.

PRODUZIONE +1,8%, MA I PREZZI DELLE MATERIE PRIME CONTINUANO A CRESCERE (+50% AD APRILE 2011)

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. *“È probabile - commenta il Presidente Ferrua - che il trend della produzione alimentare 2011 si avvicini, al tasso di espansione registrato nel 2010. Mentre l'export continuerà 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 arriverà già nel 2012”.*

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 tensioni sui costi innescate dalla forte **crescita delle quotazioni delle materie prime** e della crisi strutturale del potere d'acquisto delle famiglie: elementi che mettono a rischio le caratteristiche anticicliche dell'industria alimentare.

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 è 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 già riflettendo sui prezzi alimentari alla produzione**, passati da variazioni tendenziali marginalmente negative di metà 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 più 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.

I CONSUMI INTERNI STAGNANTI IMPONGONO LA RICERCA DI NUOVI EQUILIBRI DI FILIERA

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 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 di acquisto del Paese non è affatto “orizzontale”, ma sta colpendo in modo selettivo le fasce di consumo più deboli, modificando gli stessi modelli di consumo”*, sostiene **Filippo Ferrua**.

La spesa low cost delle famiglie, incentivata anche dalle scelte operate dalla GDO sulle promozioni, è in gran parte responsabile del declino del valore aggiunto dell'industria alimentare. Non a caso, **le vendite alimentari nel canale GDO segnano, a fine 2010, +0,4% in valuta corrente, mentre quelle dei piccoli esercizi arretrano del -1,4%**. La forbice tra i due canali conferma che la componente di servizio offerta dai negozi di prossimità ha perso altro terreno a fronte del fattore risparmio legato alle grandi catene e alle loro massicce offerte in promozione che l'industria, a monte, contribuisce a sostenere.

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 successivi al 2000, il valore espresso a inizio decennio. E se nel 2010 ha segnato in valori costanti un **+1,6%**, questo piccolo rimbalzo è insufficiente a correggere significativamente un declino che, alla lunga, rischia di penalizzare l'identità stessa di un settore, come quello alimentare, che ha fatto della qualità la sua bandiera, sul mercato nazionale e internazionale.

“Per recuperare le difficoltà del mercato nazionale - dichiara 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. L'indagine conoscitiva dell'Autorità Antitrust avviata nell'ottobre scorso può 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”.

LA NUOVA PAC: AUSPICABILE UN RITORNO ALLE ORIGINI...

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** del settore si gioca la partita della **competitività** del sistema agroalimentare italiano. Le caratteristiche spiccatamente qualitative della filiera italiana sono esplicitate da un **valore aggiunto agricolo** che oscilla **tra i 25 e i 30 miliardi di euro**, da un numero di **prodotti agroalimentari italiani a denominazione protetta che supera le 210 unità**, da **oltre 500 tra vini Doc, Docg e Igt**. Quote, tutte, ai vertici europei.

Va da sé che 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 PAC del dopo 2013. **La PAC dovrà tornare alle origini, 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, 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** e trova piena rispondenza nell'impegno quotidiano del sistema imprenditoriale a rendere sempre più sostenibili le proprie attività. E questo avviene a livello di **risparmio energetico, corretta gestione delle risorse idriche, razionalizzazione della logistica e recupero e riutilizzo dei sottoprodotti e del packaging**. D'altronde, 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.

I DUBBI SULLA PROPOSTA DI REGOLAMENTO U. E. SULL'INFORMAZIONE AL CONSUMATORE...

Di contro, l'industria alimentare manifesta ancora le sue perplessità verso la Proposta di Regolamento U.E. sull'informazione al consumatore, che può costituire una minaccia alla competitività delle imprese del settore alimentare, nel caso non si riesca a garantire la completa uniformità e ragionevolezza delle norme, evitando la rinazionalizzazione di alcune regole.

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 confrontare con 27 diversi sistemi di regole, affrontare costi maggiori per il periodico aggiornamento delle indicazioni in ogni Paese e la revisione delle etichette, senza contare il rischio di discriminazioni e neo protezionismi. Secondo **Filippo Ferrua**, *“E' necessario definire un sistema di regole unitario, da applicarsi senza variazioni in tutti i Paesi membri, e prevedere garanzie a salvaguardia del Mercato unico. È inoltre ingiustificata la previsione di deroghe a favore dei prodotti che sono a tutti gli effetti preconfezionati. Identici doveri per gli operatori, identici diritti per i consumatori.”*

Federalimentare è favorevole a introdurre la tabella nutrizionale obbligatoria per tutti gli alimenti secondo lo schema dei BIG 8 (energia, proteine, grassi, carboidrati, zuccheri, grassi saturi, fibre alimentari, sodio) al quale i consumatori europei sono abituati da anni, ovviamente ad eccezione del settore delle bevande alcoliche disciplinato verticalmente.

E' invece contraria all'introduzione dell'indicazione sul fronte etichetta delle kcal riferite ai 100g/ml, che rischia di penalizzare alcuni campioni del Made in Italy come alcuni dolci, gli olii vergini d'oliva o il Parmigiano reggiano, le cui unità di consumo sono assai lontane dai 100g/ml.

Ufficio Stampa Federalimentare

Giovanni Miraldi, Francesca Resio - 06 5903380

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Matteo de Angelis – 06.44160834 – 334 6788708

Elena Mastroieni – 06.44160843 - 3346788706