

FATTORE EXPORT:

TRADIZIONE, QUALITÀ, INTERNAZIONALIZZAZIONE
PER COGLIERE PER PRIMI I SEGNALI DI RIPRESA DELL'ECONOMIA

CIBUS: 8 AZIENDE ALIMENTARI CENTENARIE SU 10 GUARDANO AL FUTURO (E ALL'EXPORT) CON OTTIMISMO

Federalimentare mette il "fattore Export" al centro della propria assemblea annuale, a Parma.

Lo fa perché i dati economici ci dicono che proprio grazie all'export - +2,5% nei primi due mesi del 2010 - l'Industria alimentare riesce a compensare la contemporanea e inedita flessione (-2,3%) dei consumi interni. Una spinta propulsiva che rilancia anche la produzione (+2% nel primo bimestre 2010) dopo i tanti segni negativi dello scorso anno. Mentre i prezzi al consumo (+0,4% nel bimestre gennaio-febbraio), rimangono saldamente al di sotto dell'inflazione (+1,5% nello stesso periodo).

Del resto la conferma della rilevanza dei mercati internazionali arriva dalle aziende storiche del settore: una ricerca intitolata "100X100 made in Italy", rivolta ai brand ultracentenari del comparto, rivela una propensione media all'export di circa il 60% superiore alla media nazionale...

Cauto ottimismo. Ma pur sempre ottimismo... Questo il sentiment che trapela dagli attori dell'industria alimentare italiana riuniti a Parma, lunedì 10 maggio, in occasione di **Cibus** per l'**assemblea annuale** di **Federalimentare**. L'occasione ideale per riflettere insieme ad istituzioni, imprenditori, opinion leader e giornalisti del mondo alimentare su come va il settore e in particolare sul cosiddetto "**fattore export**": determinante con il **+2,5% registrato nei primi due mesi dell'anno** per compensare l'inedita, e contemporanea, flessione dei consumi interni (-2,3%). E' il primo segno positivo registrato dal settore alimentare dopo oltre un anno e mezzo. Forse il segnale che il peggio è oramai alle spalle e ci si può proiettare con fiducia alla ripresa economica.

Da questi numeri riparte l'**industria alimentare italiana** che - nonostante un anno difficile come il 2009 - si conferma il **secondo settore produttivo del Paese** con un **fatturato** pari a **120 miliardi di euro**, dei quali **l'export, a 20 miliardi di euro, rappresenta il 16,7%** .

Ma ecco che il teatro di Cibus diventa anche il luogo simbolo per dare voce alle aziende alimentari centenarie, divenute nel corso degli anni portabandiera della nostra qualità nel mondo. **Federalimentare** presenta "**100 X 100 made in Italy**": una **ricerca** - realizzata attraverso un questionario sottoposto ad oltre **150 brand alimentari con almeno cento anni di storia alle spalle** - che ci racconta il peso e l'evoluzione del fattore export nella storia di queste aziende e ci fa scoprire, in una fase economica ancora incerta come quella attuale, in che modo la pensano i grandi brand centenari sul futuro a breve termine del settore.



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Viale Pasteur, 10 - 00144 - Roma - tel. +39 06 5903534-380 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it - www.federalimentare.it

UFFICIO STAMPA

FEDERALIMENTARE: tel. +39 06 5903853 miraldi@federalimentare.it

INC-ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE: tel. +39 06 4416081 - fax +39 06 44254393 - s.ranaldi@inc-comunicazione.it

FATTORE EXPORT:

TRADIZIONE, QUALITÀ, INTERNAZIONALIZZAZIONE
PER COGLIERE PER PRIMI I SEGNALI DI RIPRESA DELL'ECONOMIA

RICERCA FEDERALIMENTARE: IL 26% DEL FATTURATO DEI BRAND CENTENARI E' EXPORT- ORIENTED

Basta andare indietro di qualche anno per comprendere quanto sia cresciuta, nell'arco di appena 3 decenni, la propensione all'export dei nostri storici marchi alimentari. **Dall'indagine Federalimentare "100X100 made in Italy"** scopriamo che, se nel **1980**, l'**incidenza dell'export** di queste aziende centenarie sul proprio fatturato **si attestava attorno al 12%** - più o meno come quella della media del settore - oggi la situazione si è completamente ribaltata: **nel 2010 il peso dell'export** delle **aziende centenarie** sul proprio fatturato si stima al **26%**, di fronte a un'incidenza dell'**export alimentare nazionale sul fatturato dell'industria alimentare** che è pari al **16,7%**. Significa che **oggi le aziende centenarie esportano quasi il 60% in più rispetto a tutte le altre** imprese del settore e che nel corso degli ultimi 30 anni hanno avuto una marcia e una determinazione in più guardando ai mercati internazionali.

In particolare per quasi la metà delle imprese centenarie (47,4%) - ci dice la ricerca - la scelta di guardare ai mercati esteri è stata "la naturale evoluzione di un percorso imprenditoriale che ha portato l'azienda ad affermarsi all'Estero". Per il 31,6% delle aziende il "fattore export" è stato invece "l'effetto di una puntuale strategia aziendale" e solo per il 13,2% è una "strada obbligata vista l'evoluzione dei mercati mondiali".

Dall'indagine emerge un altro dato significativo per tracciare il pensiero "strategico" dell'industria alimentare italiana: **8 aziende su 10 (81,3%) guardano con ottimismo alla ripresa del settore**. In particolare il **57,3%** lo fa (nel breve e medio periodo) all'insegna di una "**moderata fiducia**", mentre il **24%** con la certezza che la **ripresa dell'economia è vicina**. Solo il **5,3%** delle aziende centenarie pensa al medio periodo con **apprensione**.

Sempre con riferimento al "fattore export", scopriamo che **per 7 aziende centenarie su 10 (68,4%)** le incertezze dell'economia globale - che fanno seguito alla lunga crisi internazionale - **impattano in maniera tutto sommato positiva** sul futuro dell'industria alimentare, in quanto secondo queste imprese "**i grandi rivolgimenti aprono mercati nuovi e permettono a chi sa osare di conquistare posizioni e quote di mercato**". Mentre solo per **2 aziende su 10 (17,1%)** le conseguenze della crisi impattano in maniera negativa perché "è sempre più difficile trovare mercati disposti a riconoscere il giusto prezzo alla qualità dei nostri prodotti".

Guardare al futuro con un occhio sempre attento al passato: per **7 aziende su 10 (72%)** essere un brand centenario oggi significa "**una scommessa continua a rinnovarsi nel segno della tradizione**". Mentre per il 22,4% vuol dire "**una maggiore responsabilità nei confronti dei**



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Viale Pasteur, 10 - 00144 - Roma - tel. +39 06 5903534-380 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it - www.federalimentare.it

UFFICIO STAMPA

FEDERALIMENTARE: tel. +39 06 5903853 miraldi@federalimentare.it

INC-ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE: tel. +39 06 4416081 - fax +39 06 44254393 - s.ranaldi@inc-comunicazione.it

FATTORE EXPORT:

TRADIZIONE, QUALITÀ, INTERNAZIONALIZZAZIONE
PER COGLIERE PER PRIMI I SEGNALI DI RIPRESA DELL'ECONOMIA

consumatori". Solo il 2,6% ha risposto che la storia centenaria poco e conta solo la competitività del prodotto.

DATI ECONOMICI: NEI PRIMI MESI DEL 2010 L'EXPORT TORNA A CRESCERE

Anche i dati presentati a Parma da Federalimentare mostrano concretamente che il settore viaggia verso la ripresa. **L'export - 20 miliardi di euro di fatturato** - ha ripreso la sua spinta propulsiva: **nei primi due mesi dell'anno ha registrato un +2,5%**, mostrando un' inversione di tendenza significativa dopo il -4,9% segnato a consuntivo nel 2009.

Analizzando i risultati dei singoli comparti si registrano le **eccezionali performances** della **"birra"** (+47,6%) seguita dal settore **"acquaviti e liquori"** (+26,1%), dallo **"zucchero"** (+26,3%) e dal **"caffè"** (+10,2%). Ottimo trend anche per un comparto portante come il **"vino"** (+8,2%) che riprende la sua corsa dopo aver sofferto a fine 2009. Segni positivi anche per altri comparti: il **"molitorio"** (+8,1%), **"l'oleario"** (+7,0%) e il **"lattiero-caseario"** (+6,9%).

Buone performances anche per il settore **"alimentazione animale"** (+7,4%), per quello degli **"oli e grassi"** (+7%) e per le **"acque minerali e gassose"** (+6,9%) che invertono i segni negativi di fine anno. Il 2010 inizia bene anche per il comparto dei **"dolci"** (+2,9%) e per quello delle **"carni preparate"** (+1,1%).

Sull'arco **2000-2009 l'espansione dell'export del settore in valuta corrente è stata pari al +53,1%**, con un vantaggio marcato rispetto a quello messo a segno dal totale Italia (+11,4%).

2010: AVVIO POSITIVO PER LA PRODUZIONE, MENTRE I CONSUMI INTERNI RESTANO STAGNANTI

Già dagli ultimi mesi del 2009 i trend negativi di produzione ed export emersi nella prima metà dell'anno scorso, mostravano decise attenuazioni. Tuttavia la prova della promettente "velocità di uscita" del 2009 è venuta dai primi due mesi del 2010.

Sul fronte della **produzione**, è emersa una significativa inversione di tendenza, con un **+2,0% nel primo bimestre**, rispetto allo stesso periodo 2009, che fa bene sperare per il proseguo dell'anno e che potrebbe portare a un recupero pressoché integrale del calo maturato l'anno scorso (-1,5%).

Buona la dinamica produttiva del settore "oleario", che ha chiuso il 2009 con un +5,0%, cui ha fatto seguito un +14,8% nel 1° bimestre 2010. Bene anche il versante dolciario delle "fette biscottate e pasticceria conservata", con un +3,9% a fine 2009 e un +1,9% nel bimestre. Interessante il trend di un comparto centrale come il "vino": con un +1,9% a fine 2009, cui ha fatto seguito un' accelerazione del +3,6% nel 1° bimestre. Apprezzabile anche il comportamento della "lavorazione di frutta e ortaggi", con un +0,4% nel 2009, cui ha fatto seguito uno scatto del +9,2% nel 1° bimestre.



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Viale Pasteur, 10 - 00144 - Roma - tel. +39 06 5903534-380 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it - www.federalimentare.it

UFFICIO STAMPA

FEDERALIMENTARE: tel. +39 06 5903853 miraldi@federalimentare.it

INC-ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE: tel. +39 06 4416081 - fax +39 06 44254393 - s.ranaldi@inc-comunicazione.it

FATTORE EXPORT:

TRADIZIONE, QUALITÀ, INTERNAZIONALIZZAZIONE
PER COGLIERE PER PRIMI I SEGNALI DI RIPRESA DELL'ECONOMIA

Le **vendite alimentari** invece segnano il passo. Dopo il **-1,4% del 2009**, nel **primo bimestre 2010** i consumi interni **hanno mostrato un appesantimento del -2,3%** sullo stesso periodo dell'anno precedente.

E' chiaro quindi che **il recupero di produzione in atto si lega essenzialmente alle positive dinamiche dell'export**.

Sul fronte dei canali di vendita prosegue l'ottimo momento dei discount (+10,4% nel 2009) mentre **super e ipermercati evidenziano una situazione piuttosto stagnante (-0,4%)**, e il **dettaglio tradizionale** si dimostra ancora in sofferenza (-3,2%). La crisi economica non sembra, quindi, aver svuotato il carrello della spesa delle famiglie italiane, ma piuttosto ha contribuito a modificarlo, accelerando una tendenza già in atto negli ultimi anni che promuove comportamenti di acquisto più attenti alle promozioni e al rapporto qualità-prezzo degli alimenti.

Infine per quanto riguarda i **prezzi** al consumo, nel primo trimestre dell'anno registriamo un aumento medio del **+0,4%**, contro **un'inflazione che ha viaggiato al passo del +1,5%**. E' una differenza di oltre un punto percentuale che, ancora una volta, sottolinea le **doti calmieratici del settore**.

Ufficio stampa Federalimentare Confindustria

Giovanni Miraldi Tel. 06 5903853 Cell. 3479001366 miraldi@federalimentare.it

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Simone Ranaldi Tel. 06 - 44160883 Cell. 335 - 5208289 s.ranaldi@inc-comunicazione.it



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Viale Pasteur, 10 - 00144 - Roma - tel. +39 06 5903534-380 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it - www.federalimentare.it

UFFICIO STAMPA

FEDERALIMENTARE: tel. +39 06 5903853 miraldi@federalimentare.it

INC-ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE: tel. +39 06 4416081 - fax +39 06 44254393 - s.ranaldi@inc-comunicazione.it