

CIBUS: AURICCHIO, DOPO UN 2009 DIFFICILE VERSO LA RIPRESA

(AGI) - Roma, 10 mag. - Un 2009 complesso per l'industria alimentare italiana, che comunque evidenzia la sua capacita' di tenuta in un momento difficile per l'economia nazionale. Lo dimostrano i dati presentati a Parma in occasione dell'assemblea annuale di Federalimentare: nel 2009 rallentano i consumi interni e la produzione ma gia' dai primi mesi del 2010, grazie alla spinta propulsiva dell'export, il settore sta virando verso la ripresa. "Nel primo bimestre di quest'anno - ha spiegato Gian Domenico Auricchio, Presidente di Federalimentare nella sua relazione di avvio dei lavori dell'assemblea - le esportazioni alimentari sono tornate a crescere, segnando un +2,5% che ci aiuta a compensare la flessione dei consumi interni (-2%). E' il primo segno positivo registrato dal settore alimentare dopo oltre un anno e mezzo. Forse e' il segnale che il peggio e' oramai alle spalle. Certamente e' la conferma della vocazione internazionale dell'Industria alimentare italiana e del suo ruolo di alfiere del nostro Paese nel mondo".

"A questo proposito - ha poi proseguito Auricchio durante i lavori dell'assemblea - constato con piacere e grande soddisfazione che lo spirito del settore che rappresento sembra tendere all'ottimismo. E' questo infatti lo scenario che emerge dalla ricerca "100X100 Made in Italy", realizzata dal Centro Studi Federalimentare in cui abbiamo analizzato il "sentiment" di 100 nostre imprese centenarie. Scoprire che l'81,3% di queste aziende guarda al futuro con "moderata fiducia" - o addirittura con la certezza che la ripresa dell'economia e' ormai vicina - da' ulteriore forza e coraggio a tutte le aziende del nostro comparto. Ottimismo confermato anche da un altro importante risultato della ricerca: per 7 aziende centenarie su 10 (il 68,4%) le incertezze dell'economia globale possono anche impattare in maniera positiva sul futuro dell'industria alimentare, perche' aprono mercati nuovi e permettono a chi sa osare di conquistare nuove posizioni e quote di mercato. Sono risultati che confermano il valore per la nostra industria del "fattore export", che abbiamo voluto mettere al centro delle riflessioni di questa nostra Assemblea.

Lo e' sicuramente per le aziende storiche dell'alimentare che si caratterizzano - come emerge sempre dall'indagine - per una maggiore propensione all'internazionalizzazione: in queste imprese l'export vale il 26% del fatturato, contro il 16,7% della media nazionale. Ma lo e' anche per tutta l'industria alimentare se e' vero che proprio dall'export arrivano nei primi mesi del 2010 i segnali piu' promettenti". (AGI) Bru (Segue)

CIBUS: AURICCHIO, DOPO UN 2009 DIFFICILE VERSO LA RIPRESA (2)

(AGI) - Roma, 10 mag. - Durante la sua relazione, parlando dell'anno appena trascorso, Auricchio ha spiegato che " in questo quadro cosi' complesso l'Industria alimentare si conferma secondo settore produttivo del Paese con un fatturato pari a 120 miliardi di euro." "La produzione alimentare - ha spiegato Gian Domenico Auricchio - ha mostrato una sostanziale tenuta che ha esaltato ancora una volta le sue doti anticicliche. Il trend produttivo 2009, pur in calo, si e' attestato al -1,5%.

Il 2010 e' iniziato meglio: nel primo bimestre la produzione e' aumentata del +2% e l'anno dovrebbe vedere il ritorno della produzione alimentare in prossimita' dei livelli del 2008, vicino quindi ai massimi storici raggiunti dalla nostra industria. Malgrado le flessioni di questo ultimo periodo, l'industria alimentare evidenzia, sul passo lungo, performances decisamente piu' brillanti rispetto al totale industria del Paese: nell'ultimo decennio la produzione alimentare segna infatti una crescita del +10,1%, a fronte dell'arretramento del -18,6% del totale industria nazionale." "Per i consumi invece - ha poi precisato il Presidente di Federalimentare - osserviamo una dinamica 2009 con preoccupanti flessioni che purtroppo permangono anche ad inizio 2010. In media d'anno i consumi alimentari hanno totalizzato infatti un calo in quantita' del -3,6%, il peggior dato degli ultimi decenni, che fa seguito al gia' negativo -2,9% del 2008." "Le esportazioni 2009 del settore - ha affermato Auricchio durante i lavori dell'assemblea - hanno segnato un calo di solo il -4,9% sull'anno precedente: un dato che evidenzia il netto vantaggio accumulato dal trend di settore rispetto a quello del totale Italia, che ha chiuso l'anno con una diminuzione del -21,4%. Ma come

accennavo prima, il dato piu' incoraggiante viene da questo inizio 2010: il primo bimestre ha evidenziato un promettente +2,5%" Parlando delle tematiche relative all'="E2internazionalizzazione Auricchio ha precisato che "la riconosciuta capacita' del nostro Made in Italy alimentare di vincere sfide importanti sui mercati internazionali, anche in anni difficili come quelli che stiamo vivendo va sostenuta con politiche e strategie adeguate, di promozione e di tutela.

Servono da un lato nuove risorse per l'internazionalizzazione, mirate a favorire la competitivita' delle nostre imprese all'estero e dall'altro, un sistema istituzionale piu' coordinato ed efficiente che eviti sprechi e inutili duplicazioni di competenze e di livelli amministrativi. Infine il made in Italy alimentare deve, per crescere come merita, appropriarsi di quella fetta di mercato che gli viene sottratta da imitazione e contraffazione". Durante i lavori dell'assemblea Gian Domenico Auricchio ha sottolineato la necessita' di "ristabilire gli equilibri all'interno della filiera, che nell'ultimo decennio ha visto l'industria perdere sensibilmente peso all'interno della catena del valore." (AGI) Bru (Segue)

CIBUS: AURICCHIO, DOPO UN 2009 DIFFICILE VERSO LA RIPRESA (3)

(AGI) - Roma, 10 mag. - "Grande Distribuzione e Industria - ha dichiarato Auricchio - sono due facce della stessa medaglia e non possono esistere l'una senza l'altra. E' per questo che ormai da due anni abbiamo avviato un percorso per giungere ad un protocollo d'intesa tra Federalimentare, Federdistribuzione, Ancc-Coop e Ancc-Conad, finalizzato ad instaurare un dialogo permanente, regole condivise e una camera di conciliazione e sono fiducioso che presto saremo in grado di ratificare un accordo capace di dare nuovo slancio all'intera filiera." "Riteniamo assolutamente adeguato - ha poi proseguito Auricchio - il sistema attuale di regole europee in fatto di etichettatura d'origine: e' una legislazione coerente alle norme del Codex Alimentarius (FAO, OMS) e agli accordi internazionali (OMC), che risulta idonea a tutelare il consumatore senza penalizzare le esigenze di produzione. Non v'e' alcun bisogno di introdurre ulteriori requisiti, il cui principale effetto sarebbe quello di aumentare i costi di produzione e percio' inevitabilmente anche i prezzi al consumo degli alimenti, senza produrre vantaggi per il consumatore finale. L'origine degli ingredienti, non mi stanchero' mai di ripeterlo, non ha nulla a che vedere con la sicurezza e la qualita'. Cio' che contraddistingue la qualita' alimentare italiana e' la ricetta, la sapiente e accurata selezione delle materie prime - nazionali o all'occorrenza estere - e la loro lavorazione, non certo la provenienza delle materie prime utilizzate." "In fatto di sicurezza alimentare - ha poi proseguito Auricchio - l'Industria alimentare non ammette arretramenti: 60.000 addetti dedicati, investimenti per oltre il 2% del fatturato (2,5 miliardi di euro l'anno), e 1 miliardo di analisi di autocontrollo ogni anno, in media 400 al giorno in ciascuna delle nostre aziende alimentari. Un autocontrollo aziendale che si affianca ai controlli pubblici ufficiali, che si traducono annualmente in circa 700 mila ispezioni e analisi ad opera delle numerose Amministrazioni e Autorita' territoriali coinvolte." "Federalimentare - ha affermato Auricchio - crede fortemente nell'Expo 2015, quale volano dell'internazionalizzazione del nostro Made in Italy. Il tema prescelto per l'Expo 2015 "Feeding the Planet, Energy for Life" rappresenta un'opportunita' unica di promozione dell'Industria alimentare italiana e di valorizzazione delle eccellenze imprenditoriali, produttive e scientifiche che il nostro settore puo' senz'altro vantare".

ALIMENTARE: FEDERALIMENTARE, SU ETICHETTA SISTEMA UNICO IN UE AURICCHIO, NO A NORME CHE DISTINGUONO ALIMENTI IN BUONI E CATTIVI

(ANSA) - PARMA, 10 MAG - Federalimentare e' favorevole a un'etichetta che dia informazioni "sempre piu' efficaci" al consumatore ma su questo fronte richiede un sistema di regole uniche, che venga applicato senza variazioni in tutti i 27 Paesi Ue". Lo dichiara il presidente dell'organizzazione confindustriale, Gian Domenico Auricchio, in occasione dell'assemblea annuale ospitata all'interno del salone dell'alimentazione 'Cibus'.

"Ci opponiamo invece - sottolinea Auricchio - all'introduzione di norme che distinguono gli alimenti in 'buoni e cattivi' senza alcun criterio di natura scientifica".

"Inoltre - conclude Auricchio - stiamo lavorando con il Ministero della Salute alla stesura di un codice di autodisciplina della comunicazione commerciale relativa ai prodotti alimentari e alle bevande, con lo specifico obiettivo di tutelare i bambini e promuovere la loro corretta alimentazione".

Sul fronte dell'indicazione d'origine in etichetta, Federalimentare ribadisce di ritenere "assolutamente adeguato il sistema attuale di regole europee e che non vi e' alcun bisogno di introdurre ulteriori requisiti". (ANSA).

INDUSTRIA: FEDERALIMENTARE, RIPRESA EXPORT (+2,5%) IN I BIMESTRE PRESIDENTE AURICCHIO, RISALE ANCHE PRODUZIONE MA CONSUMI GIU'

(ANSA) - PARMA, 10 MAG - Dopo il calo del 4,9% segnato nel 2009 torna a crescere l'export agroalimentare italiano e nel primo bimestre mette a segno un +2,5% che aiuta a compensare la flessione dei consumi interni (-2%). Lo afferma Gian Domenico Auricchio, presidente di Federalimentare, in occasione dell'assemblea annuale dell'organizzazione confindustriale che si svolge oggi all'interno del salone alimentare Cibus. Ma anche sul fronte della produzione il 2010, per l'industria alimentare italiana parte alla riscossa, con un +2% nel primo bimestre rispetto al pari periodo 2009 che, secondo Auricchio, "fa ben sperare per il prosieguo dell'anno e potrebbe portare a un recupero pressoché integrale del calo segnato lo scorso anno (-1,5%)". Buona la dinamica produttiva del settore oleario che, dopo aver chiuso il 2009 con un +5%, balza del 14,8% nel primo bimestre. Positivo anche il trend del vino: al +1,9% di fine 2009 segue infatti un'accelerazione (+3,6%) nel primo bimestre. Sul fronte export, invece, la ripresa e' trainata in particolare dalla birra (+47,6%), seguita da 'acquaviti e liquori' (+26,1%), zucchero (+26,3%) e caffè' (+10,2%). Bene anche il vino (+8,2%) che rialza la testa dopo aver sofferto a fine 2009. Segni positivi anche per il molitorio (+8,1%), oleario (+7%) e lattiero caseario (+6,9%). (ANSA).

**ALIMENTARE: AZIENDE CENTENARIE LE PIU' ORIENTATE A EXPORT
DA BARILLA A PONTI, IL PESO SU FATTURATO OLTRE 60% MEDIA SETTORE**

(ANSA) - PARMA, 10 MAG - Le oltre 150 aziende alimentari centenarie, da Barilla, Gancia, Negroni, Ponti - e tutte quelle dalla lunga tradizione familiare che popolano il panorama nazionale - sono fortemente orientate all'export, rivelando una propensione al commercio internazionale superiore di circa il 60% alla media nazionale. Lo rivela la ricerca "100X100 Made in Italy" svolta da Federalimentare e presentata nella prima giornata del Salone 'Cibus' a Parma.

Dall'indagine emerge che se nel 1980 l'incidenza dell'export di queste aziende centenarie sul proprio fatturato si attestava al 12%, piu' o meno come la media del settore, oggi questa incidenza si e' estesa fino al 26%, a fronte del peso dell'export sul fatturato dell'industria alimentare nel suo complesso pari al 16,7%. Cio' significa che oggi le aziende centenarie esportano quasi il 60% in piu' rispetto a tutte le altre imprese del settore e che nel corso degli ultimi 30 anni hanno avuto una marcia e una determinazione in piu' riguardo i mercati internazionali.

L'indagine mette anche in rilievo che 8 aziende su 10 (81,3%) guardano con ottimismo alla ripresa del settore. In particolare il 57,3% lo fa all'insegna di una "moderata fiducia", mentre il 24% con la certezza che la ripresa dell'economia e' vicina. Solo il 5,3% delle aziende centenarie pensa al medio periodo con apprensione.

Sette aziende centenarie su 10 (68,4%), inoltre, ritengono che l'incertezza dell'economia globale impattano in maniera tutto sommato positiva sul futuro dell'industria alimentare, "in quanto aprono mercati nuovi e permettono a chi sa osare di conquistare posizioni e quote di mercato". Solo per 2 aziende su 10 (17,1%) le conseguenze della crisi incidono in maniera negativa perche' "e' sempre piu' difficile trovare mercati disposti a riconoscere il giusto prezzo alla qualita' dei nostri prodotti". (ANSA)

**MADE IN ITALY: USA COPIONI A TAVOLA, GENUINO 1 PRODOTTO SU 8
NORD AMERICA COPRE 40% DEI 60 MLD FATTURATO CONTRAFFAZIONI**

(ANSA) - PARMA, 10 MAG - In tutto il mondo copiano i prodotti alimentari italiani ma negli Stati Uniti e in Canada le imitazioni sono piu' diffuse che altrove, tanto che si accaparrano il 40% dei 60 miliardi di fatturato che viene dal falso made in Italy a tavola. I dati giungono da Federalimentare in occasione del convegno su "Fattore export, tradizione, qualita' e internazionalizzazione" organizzato in apertura del salone dell'alimentazione 'Cibus'.

Se in genere - secondo lo studio di Federalimentare - nei supermarket di tutto il mondo per un prodotto autentico italiano ce ne sono tre contraffatti, questo rapporto sul mercato nordamericano diventa di 1 a 8. Usa e Canada sviluppano infatti complessivamente 24 miliardi di euro di fatturato 'Italian sounding' a fronte di un export dei prodotti alimentari

autentici pari a circa 3 miliardi di euro. In Europa invece il business dell'imitazione tocca complessivamente i 26 miliardi di euro contro un export che vale circa 13 miliardi di euro (quindi per ogni prodotto autentico ne esistono circa 2 taroccati). Infine negli altri Paesi l'Italian sounding vale 10 miliardi di euro, contro un export dei prodotti made in Italy che vale 4 miliardi di euro (per ogni prodotto alimentare autentico ce ne sono 2,5 falsi).

I prodotti piu' copiati in Usa e Canada sono senza dubbio i formaggi: solo il 15% e' autentico. In particolare sono imitati il 97% di mozzarelle e provoloni, il 96% del parmigiano reggiano grattugiato e il 95% delle ricotte. Profumo di...bruciato anche per i sughi della pasta, falsi nel 97% dei casi. Ai consumatori Usa - sottolinea Federalimentare - vengono proposti con accattivanti nomi ispirati a personaggi italici famosi in tutto il mondo, sia del passato (il sugo 'Da Vinci') che del presente ('Gattuso'). 'Contadina' o 'Duomo' sono invece intitolati i falsi (8 volte su dieci) pomodori in scatola.

Largamente imitate (94% dei casi) anche le conserve sott'olio o sott'aceto. Va un po' meglio agli oli d'oliva (solo una quota dell'11% di imitazioni) e alla pasta (28% di falsi). (ANSA)