

Indice AGENZIE

1.	Ansa – I Lancio	16-09-2011
2.	Ansa – II Lancio	16-09-2011
3.	Ansa – III Lancio	16-09-2011
4.	Ansa – IV Lancio	16-09-2011
5.	Ansa – V Lancio	16-09-2011
6.	Ansa – VI Lancio	16-09-2011
7.	Ansa – VII Lancio	16-09-2011
8.	Ansa – VIII Lancio	16-09-2011
9.	Agi – I Lancio	16-09-2011
10.	Agi – II Lancio	16-09-2011
11.	TM News – I Lancio	16-09-2011
12.	TM News – II Lancio	16-09-2011
13.	MF Down Jones	16-09-2011
14.	Il Velino – I Lancio	16-09-2011
15.	Ansa – I Lancio	17-09-2011

16-09-2011

Ansa – I Lancio

CONSUMI: DA SUPER IVA SU CIBO +180 EURO ANNO A FAMIGLIA
E' LA STIMA DI FEDERALIMENTARE, PER VINO +9 EURO PRO CAPITE
SAVELLETRI (BRINDISI)

(ANSA) - SAVELLETRI (BRINDISI), 17 SET - L'aumento dell'Iva dal 20 al 21% da oggi al via colpirà circa un terzo dei prodotti alimentari causando un aggravio di spesa a famiglia di 50 centesimi al giorno e 180 euro annui. E' la stima di Federalimentare diffusa in occasione del Forum dei Giovani imprenditori a Borgo Egnazia di Savelletri (Brindisi). La super iva inciderà su alcune categorie di prodotti comunemente acquistate quali acqua minerale, vino, tè, caffè e birra. Solo per la birra, Assobirra stima che gli italiani spenderanno all'anno 65 milioni di euro in più e quindi costerà 1,5 euro in più annui ad ogni consumatore della 'bionda'. Per quanto riguarda il vino, Federvini ritiene che basandosi su un prezzo medio a bottiglia di 2,50 euro, l'aggravio a bottiglia è di 2,5 cent e, considerato un consumo medio pro capite di 40 litri annui, si spenderanno 9 euro di più all'anno. "La super Iva porterà un altro calo dei consumi alimentari, in sofferenza già da cinque anni - osserva il presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua - E dobbiamo anche quantificare i danni che comunque arrivano dall'ultima manovra, risultata penalizzante per il ceto medio e il suo potere d'acquisto. E la nostra preoccupazione non finisce perché incombe anche la minaccia della delega fiscale ancora da attuare".

16-09-2011

Ansa – Il Lancio

COMMERCIO ESTERO: EXPORT CIBO LANCIATO A LUGLIO, +10,8%
FEDERALIMENTARE, MENTRE TASSO GENERALE RALLENTA AL 5,4%

(ANSA) - SAVELLETRI (BR), 16 SET - Il made in Italy alimentare non rallenta il passo a luglio, in controtendenza al rallentamento del tasso generale dell'export italiano, e segna +10,8% su base annua. Sono le cifre fornite da Federalimentare, a commento dei dati Istat sul commercio estero, in occasione dell'assemblea dei Giovani imprenditori dell'associazione confindustriale che si e' aperta oggi a Savelletri (Brindisi). In particolare, nota Daniele Rossi, direttore generale di Federalimentare, continuano ad essere trainanti per l'export alimentare il mercato statunitense (+12%) e quello tedesco (+14%). Soprattutto richieste conserve vegetali, vini, formaggi e prodotti di stagione quali dolciario e acque minerali. (ANSA)

16-09-2011

Ansa – III Lancio

EXPORT: FEDERALIMENTARE, CORRERA' ANCORA IN 2012, +10%
PRESIDENTE FERRUVA, CONSUMI DEBOLI(+0,1%), SUPER IVA E' UNA TEGOLA

(ANSA) - SAVELLETRI (BRINDISI), 16 SET - Il prossimo anno sara' ancora d'oro per l'export dell'industria alimentare che segnera' un +8% nei volumi e un +10% in valuta, un poco al di sotto del +11% registrato nel primo semestre 2011. Ma resteranno in stallo i consumi interni (+0,1%). Le stime giungono dal Centro Studi di Federalimentare in occasione del Forum dei Giovani dell'associazione confindustriale in svolgimento oggi e domani a Savelletri (Brindisi). "Nell'anno in corso - afferma Filippo Ferrua, presidente di Federalimentare - l'alimentare italiano non riesce a rafforzare la timida ripresa del 2010. Al contrario, e' a rischio indebolimento. L'aumento dell'Iva al 21% sui prodotti alimentari colpira' le famiglie italiane con un aggravio di spesa di oltre 600 milioni di euro e rischia di compromettere ogni prospettiva di rilancio dei consumi". "Alla luce di cio', aggiunge Ferrua, anche se l'export continua a dare soddisfazioni, non basta comunque a tamponare la flessione del mercato interno". Federalimentare stima inoltre che la produzione dell'industria di settore nel 2011-2012 dovrebbe attestarsi su un modesto +0,8% annuo, valore inferiore rispetto al decennio 2000-2010 in cui la crescita era stata del +1,2% annuo. Sul fronte del fatturato la previsione e' di un incremento dell'1,2% annuo a chiusura 2012, per un valore finale di 130 miliardi di euro. Annalisa Sassi, presidente dei Giovani imprenditori di Federalimentare, osserva come "per vincere la sfida della competitivita' dovremo confrontarci con nuovi mercati sempre piu' allargati, in primis Cina, India e Latinoamerica. Consumatori piu' maturi e consapevoli rendono necessario ripensare i prodotti di punta dell'industria alimentare italiana". (ANSA).

16-09-2011

Ansa – IV Lancio

ANSA-FOCUS/ ALIMENTARE:ITALIA LANCIA SFIDA CIBO PRONTO,LOW COST
GIOVANI FEDERALIMENTARE, ANCHE INTERNET PER AGGREDIRE ESTERO

(ANSA) - SAVELLETRI (BRINDISI), 16 SET - E' un consumatore globale sempre piu' alla ricerca di 'monoporzioni', cibo pratico da portarsi in giro nella frenetica attivita' quotidiana e attento al portafoglio, visti i tempi di crisi, quello a cui si rivolge l'industria alimentare italiana. E' quanto spiega all'ANSA il presidente dei Giovani imprenditori di Federalimentare, Annalisa Sassi, a margine dell'assemblea degli associati organizzata a Savelletri (Brindisi). "Per questo - osserva Sassi - stiamo sviluppando proposte orientate alle nuove esigenze e alla soddisfazione di un consumatore sempre piu' consapevole e dal tempo contato". "Noi giovani imprenditori sfruttiamo anche molto la rete internet - aggiunge Sassi - per dare informazioni sui nuovi prodotti e offrire anche quelle informazioni nutrizionali che sono molto richieste dai consumatori. Si registra infatti una crescente attenzione verso gli aspetti salutistici, la sicurezza alimentare e anche l' ecologia e la sostenibilita'". "Proporre i nostri cibi con un packaging pratico e facilmente asportabile e' doveroso - prosegue Sassi - in uno scenario in cui il tempo trascorso lontano da casa e' sempre piu' preponderante e 'take away', 'quick break' (macchinette dispensatrici di snack) una realta' sempre piu' presente nella vita quotidiana". Per le imprese italiane dell'alimentare e' inoltre imperativo, secondo Sassi, crescere ancora nell'export aumentando le dimensioni aziendali e cercando l'aggregazione anche nella logistica integrata. "Soprattutto e' prioritario - conclude Sassi - aggredire i nuovi mercati emergenti. L'85% dei nuovi consumatori sono in Brasile, India e Cina. Dobbiamo 'conquistarli' prima degli altri, diffondendo subito su quei mercati il gusto e l'unicita' del Made in Italy alimentare".(ANSA).

16-09-2011

Ansa – V Lancio

AGRICOLTURA: FEDERALIMENTARE, NUOVA PAC VA CONTRO ITALIA
SCORDAMAGLIA, IRRICEVIBILE MA SPERIAMO IN MODIFICHE ULTIMA ORA

(ANSA) - SAVELLETRI (BRINDISI), 16 SET - "Purtroppo la nuova Pac va contro la produzione e la qualita' e penalizza l'agricoltura e quindi l'industria alimentare italiana a cui fornisce materia prima insostituibile". Lo afferma il consigliere delegato per l'agricoltura di Federalimentare, Luigi Scordamaglia, in occasione del Forum dei Giovani imprenditori di Federalimentare, preoccupato dalle anticipazioni relative al documento sulla nuova politica agricola comunitaria che sara' presentato il 12 ottobre dalla Commissione europea dell'Agricoltura. Il nuovo quadro della Pac, che privilegia le superficie investite in agricoltura piuttosto che la qualita' produttiva, specificita' del Made in Italy, e' giudicato "irricevibile" da Federalimentare, che incita il veto dell'Italia sulla nuova impostazione "che dal 2013 in poi utilizzerà i soldi dei contribuenti italiani per consentire distorsioni di concorrenza a svantaggio delle nostre imprese agricole". Scordamaglia spera che nel frattempo intervengano modifiche alla bozza, tenuto conto dell'appoggio del Parlamento europeo tramite il presidente della Commissione agricoltura Paolo De Castro e del ministro delle politiche agricole Saverio Romano che di recente ha espresso una dura posizione contro la nuova Pac. "Romano ci sta supportando, certo e' che il cambio di tre ministri dell'Agricoltura in un anno non ha favorito la posizione dell'Italia nel negoziato", osserva Scordamaglia. L'Italia in particolare con l'attuale proposta Pac si vedrebbe decurtato del 25% il budget attuale assegnatole fino al 2020, per arrivare a un -45% complessivo nel 2028. (ANSA).

16-09-2011

Ansa – VI Lancio

AGRICOLTURA: DE CASTRO, SU NUOVA PAC BATTAGLIA INIZIA ORA
(V.'AGRICOLTURA: FEDERALIMENTARE, NUOVA...'DELLE 15:35 CIRCA)

(ANSA) - SAVELLETRI (BRINDISI), 16 SET - "La battaglia sulla nuova Pac inizia il 12 ottobre, quando la Commissione Ue presenterà le sue proposte al Consiglio e al Parlamento europeo. Lì inizia un percorso negoziale dove si esprimeranno, per la prima volta, sia il Consiglio che il Parlamento". Lo afferma il presidente della Commissione agricoltura del Parlamento Ue, Paolo De Castro, intervenuto al convegno dei Giovani di Federalimentare e rispondendo alle preoccupazioni espresse dall'associazione confindustriale sulle penalizzazioni a cui andrebbe incontro l'agricoltura italiana. "Se le anticipazioni relative alla bozza della Pac fossero vere - aggiunge De Castro - certo saremmo arrabbiati ma siamo pronti a intervenire con le nostre controproposte, quelle già votate dal Parlamento e che vanno in difesa delle specificità e della qualità dell'agricoltura". (ANSA).

16-09-2011

Ansa – VII Lancio

ALIMENTARE: ITALIA CORRE SUI BINARI EXPORT, +10% IN 2012
STIMA FEDERALIMENTARE. MA CONSUMI INTERNI DEPRESSI, PESA SUPER IVA

SAVELLETRI (BRINDISI), 16 SET - Il prossimo anno l'export dell'industria alimentare italiana sarà ancora 'corsaro' sui mercati internazionali, con una crescita prevista di +8% nei volumi e +10% in valuta. Per contro, i consumi interni resteranno deboli (+0,1%). Le stime giungono dal Centro Studi di Federalimentare in occasione del Forum dei Giovani dell'associazione confindustriale in svolgimento oggi e domani a Savelletri (Brindisi).

"Nell'anno in corso - afferma Filippo Ferrua, presidente di Federalimentare - l'alimentare italiano non riesce a rafforzare la timida ripresa del 2010. L'aumento dell'Iva al 21% sui prodotti alimentari colpirà le famiglie italiane con un aggravio di spesa di oltre 600 milioni di euro". Federalimentare stima inoltre che la produzione dell'industria di settore nel 2011-2012 dovrebbe attestarsi su un modesto +0,8% annuo. Sul fronte del fatturato la previsione è di un incremento dell'1,2% annuo a chiusura 2012, per un valore di 130 miliardi di euro.

Annalisa Sassi, presidente dei Giovani imprenditori di Federalimentare, osserva come "per vincere la sfida della competitività dovremo confrontarci con nuovi mercati sempre più allargati, in primis Cina, India e Latinoamerica. Consumatori più maturi e consapevoli rendono necessario ripensare i prodotti di punta dell'industria alimentare italiana".

L'export, "ora più che mai è una valvola di sfogo" - sottolinea Mario Piccialuti, direttore di Aidepi, l'associazione che raggruppa il dolciario e la pasta. Per i dolci si registra un +6,6% in valore nei primi sei mesi dell'anno e +5% per la pasta.

Va forte il vino italiano all'estero e - sottolinea il presidente di Federvini, Lamberto Vallarino Gancia - su alcuni mercati come la Russia la crescita è stata anche del 10-15%. Nei primi sei mesi l'export viaggia su un +3-4% complessivo. L'export di pelati è in ripresa "dopo un paio di anni in cui i prezzi erano troppo bassi per eccesso di produzione", commenta Annibale Pancrazio, presidente di Anicav che raduna le industrie produttrici di conserve di pomodoro.

Per Aiipa, l'associazione italiana industrie prodotti alimentari che raggruppa dalle confetture ai sottaceti, il bilancio export - osserva il presidente Cesare Ponti - è a doppia cifra, +10% nei sei mesi. Lanciati i formaggi italiani, come rileva Assolatte e Paolo Zanetti, vicepresidente dei Giovani di Federalimentare e tra i maggiori produttori di Grana e Reggiano: nei primi sei mesi +7% di volumi e +14-16% di valore. La stima è di chiudere l'anno con +10% di volumi e +20% di valore.

Assobirra, dopo anni di soddisfazioni sul fronte export ingoia un sorso amaro. Il meteo freddo a giugno e luglio ha fatto crollare i consumi in Europa - racconta il presidente Alberto Frausin - e siamo su un -4% di export". Ma si spera di recuperare con i 'bollenti' agosto e settembre.

Assocarni nota infine con il suo direttore Francois Tomei come si stiano aprendo nuovi mercati, dalla Turchia all'area Maghreb. "Ora che anche le aree a buon mercato come Brasile e Argentina si sono livellate - osserva Augusto Cremonini, general manager di Inalca-Gruppo Cremonini - si aprono molte opportunità per l'Italia".

16-09-2011

Ansa – VIII Lancio

EXPORT: FEDERALIMENTARE, CORRERA' ANCORA IN 2012, +10% (2)

(ANSA) - ROMA, 16 SET - Aidepi, l'associazione che raggruppa il dolciario e la pasta, nota con il suo direttore Mario Piccialuti come "l'export, ora più che mai, è una valvola di sfogo". Per i dolci si registra un +6,6% in valore nei primi sei mesi dell'anno e +5% per la pasta. Va forte il vino italiano all'estero e - sottolinea il presidente di Federvini, Lamberto Vallarino Gancia - su alcuni mercati come la Russia la crescita è stata anche del 10-15%. Nei primi sei mesi l'export viaggia su un +3-4% complessivo. Pelati e pomodorini di collina sono richiesti all'estero con un export che viaggia in segno positivo dopo un paio di anni in cui i prezzi erano troppo bassi per eccesso di produzione, commenta Annibale Pancrazio, presidente di Anicav che raduna le industrie produttrici di conserve di pomodoro. Per Aiiipa, l'associazione italiana industrie prodotti alimentari che rappresenta un variegato 'parterre', dalle confetture ai sottaceti, il bilancio export - osserva il presidente Cesare Ponti - è a doppia cifra, +10% nei sei mesi. Lanciati i formaggi italiani, come rileva Assolatte e Paolo Zanetti, vicepresidente dei Giovani di Federalimentare e produttore di spicco del settore: nei primi sei mesi +7% di volumi e +14-16% di valore. La stima è di chiudere l'anno con +10% di volumi e +20% di valore. Assobirra, dopo anni di soddisfazioni sul fronte export ingoia un sorso amaro visto che a causa del meteo freddo in gran parte di Europa a giugno e luglio - sottolinea il presidente Alberto Frausin - "c'è stato un tonfo dei consumi e siamo su un -4% di export nei primi sei mesi". Ma si spera di recuperare con agosto e settembre che sono stati veramente 'estivi' e caldi. Assocarni nota infine con il suo direttore Francois Tomei come si stiano aprendo nuovi mercati, dalla Turchia che acquista sul mercato Ue per calmierare i prezzi, all'area Maghreb che non compra più come prima da Brasile e India. "Ora che anche le cosiddette aree a buon mercato si sono livellate - osserva Augusto Cremonini, general manager di Inalca-Gruppo Cremonini - si aprono molte opportunità per l'Italia". (ANSA).

16-09-2011

Agi – I Lancio

FEDERALIMENTARE: 2011-2012 MERCATO INTERNO STAGNANTE, EXPORT +10%

(AGI) - Brindisi, 16 set. - "Nell'anno in corso l'alimentare italiano non riesce a rafforzare la timida ripresa del 2010. Al contrario, e' a rischio indebolimento. L'aumento dell'Iva al 21% sui prodotti alimentari colpirà le famiglie con un aggravio di spesa di oltre 600 milioni di euro e rischia di compromettere ogni prospettiva di rilancio dei consumi, con un forte impatto sulle attività della filiera agroalimentare, dall'agricoltura all'industria fino alla distribuzione". Lo ha sottolineato Filippo Ferrua, presidente di Federalimentare, in occasione dell' VIII Forum dei Giovani Imprenditori di Federalimentare in corso a Fasano. Secondo Ferrua "e' probabile che il trend della produzione alimentare 2011 non superi, a consuntivo, un +1% mentre l'export continuerà a dare soddisfazioni ma non basta a tamponare la flessione del mercato interno. Secondo le stime del Centro studi di Federalimentare, alla luce di una forte e perdurante stagnazione del mercato interno, compensata in parte dallo sviluppo dei mercati esteri, la produzione dell'industria alimentare italiana nel 2011-2012 dovrebbe attestarsi su un risicato tasso medio di crescita del +0,8% annuo, inferiore al dato del decennio 2000-2010 in cui era stato pari al +1,2. Inoltre se dovesse perdurare anche nei prossimi anni la pressione delle quotazioni delle commodities e la ormai consolidata stagnazione dei consumi interni, l'ago della bilancia commerciale sarà ancora una volta subordinato alla nostra capacità di esportare il prodotto. Federalimentare prevede che, a chiusura del 2012, si registrerà un incremento del fatturato totale di +1,2% annuo, corrispondente a un valore finale per il 2012 di circa 130 miliardi di euro. Per quanto riguarda i consumi interni, nella migliore delle ipotesi si spera in una crescita marginale del +0,1% annuo, che porterebbe, nell'arco del prossimo anno, a una prospettiva di crescita complessiva del +0,3%. Sul versante dell'export se nel decennio 2000-2010, a fronte di un progressivo rallentamento della crescita dei consumi interni, aveva dato una forte spinta propulsiva, secondo le previsioni di Federalimentare, nel prossimo anno il trend delle esportazioni rallenterà il ritmo, con un aumento nei volumi del +8% medio annuo; mentre l'export in valuta segnerà un tasso medio annuo del +10. La recessione ha ridotto di più di un terzo le aspettative di crescita del mercato alimentare globale, con Europa occidentale e Usa a registrare i tassi di crescita più contenuti. Le stime per il 2011 fissano il valore del food&beverage mondiale a 3.064 miliardi di dlr, a chiusura di un quadriennio difficile che ha visto il settore crescere di solo il +2,6% annuo. Peraltro nel triennio 2006-08 il valore del Made in Italy alimentare cresceva del +2,8%, passando da 99 a 104 miliardi di euro; nei quattro anni successivi la crescita e' stata invece del +3, per un valore finale nel 2011 di 127 miliardi.

16-09-2011

Agi – Il Lancio

FEDERALIMENTARE: 2011-2012 MERCATO INTERNO STAGNANTE, EXPORT +10% (2)

(AGI) - Brindisi, 16 set. - Significativa e' la frenata del packaged food, il cui tasso di crescita pre-crisi registrava un incoraggiante +4,1% mentre le previsioni del mercato al 2012 indicano il mantenimento degli attuali tassi di crescita intorno al +1,1%, per un valore stimato di poco superiore agli 80 miliardi. Nel dettaglio, ripresa a ritmi piu' lenti (+0,5%) per il comparto dei latticini, per effetto sostituzione verso alimenti a prezzi piu' contenuti, mentre la "lepre" e' il cioccolato, unico comparto del settore dolci e gelati a reggere alla crisi. "Abbiamo sviluppato - ha rilevato Annalisa Sassi presidente dei Giovani Imprenditori di Federalimentare - una strumentazione produttiva e una diagnostica talmente avanzate da consentire alla nostra industria alimentare di garantire agli italiani in sicurezza e qualita' ben 66 miliardi di pasti l'anno, i cui ingredienti si possono ritrovare in oltre 20mila referenze, tutte accessibili a prezzi contenuti. E non e' solo la democraticita' e l'accessibilita' al cibo un dato rilevante a favore dell'azione secolare dell'industria alimentare- ha concluso - ma anche l'informazione, la competenza, la diversita' e l'unicita' del nostro patrimonio di conoscenze alimentari a render grande e prezioso nel mondo il made in Italy alimentare". (AGI)

Federalimentare/ Nel 2012 mercato interno al palo ma bene export
Ferrua: Con Iva al 21% stangata da oltre 600mln su famiglie
Export su valori positivi (+10% annuo il tasso previsto tra il 2011 e il 2012), ma in leggera flessione rispetto al +11% registrato nel primo semestre 2011, ma crescita prossima allo zero (+0,1%) sul fronte dei consumi interni. Le prospettive per il prossimo anno del Made in Italy alimentare delineano "una ripresa troppo lenta per le esigenze di un settore che già oggi vuole riaffermare il suo storico ruolo calmieratore rispetto alla crescita dell'inflazione". E' quanto emerge dalle stime del Centro Studi di Federalimentare per il 2011-2012. "Nell'anno in corso - afferma il presidente di Federalimentare Filippo Ferrua,- l'alimentare italiano non riesce a rafforzare la timida ripresa del 2010. Al contrario, è a rischio indebolimento. L'aumento dell'Iva al 21% sui prodotti alimentari colpirà le famiglie italiane con un aggravio di spesa di oltre 600 milioni di euro e rischia di compromettere ogni prospettiva di rilancio dei consumi, con un forte impatto sulle attività della filiera agroalimentare, dall'agricoltura all'industria fino alla distribuzione. È probabile che il trend della produzione alimentare 2011 non superi, a consuntivo, il tasso del +1%. mentre l'export, che ha segnato un +11% in valuta nel primo semestre dell'anno, continuerà a dare soddisfazioni, ma non basta a tamponare la flessione del mercato interno". (Segue)

Federalimentare/ Nel 2012 mercato interno al palo ma bene export -2-
Entrando nel dettaglio delle stime del Centro Studi di Federalimentare, alla luce di una forte e perdurante stagnazione del mercato interno, compensata solo in parte dallo sviluppo dei mercati esteri, la produzione dell'industria alimentare italiana, nel 2011-2012, dovrebbe attestarsi su un risicato tasso medio di crescita del +0,8% annuo, valore inferiore rispetto al dato del decennio 2000-2010, in cui la crescita era stata pari al +1,2% annuo. Quanto al fatturato, qualora dovesse perdurare anche nei prossimi anni la pressione delle quotazioni delle commodities e la ormai consolidata stagnazione dei consumi interni, l'ago della bilancia commerciale sarà ancora una volta subordinato alla nostra capacità di esportare il prodotto. Federalimentare prevede che, a chiusura del 2012, si registrerà un incremento del fatturato totale del +1,2% annuo, corrispondente a un valore finale per il 2012 di circa 130 miliardi di euro. Sul fronte dei consumi interni, nella migliore delle ipotesi si spera in una crescita marginale del +0,1% annuo, che porterebbe, nell'arco del prossimo anno, ad una prospettiva di crescita complessiva del +0,3%. Per Federalimentare, Cina, India e Sud America sono i mercati su cui puntare.

16-09-2011

MF Down Jones

Federalimentare: mercato interno stagnante, tiene export

ROMA (MF-DJ)--Export su valori positivi (+10% annuo previsto tra il 2011 e il 2012), ma in leggera flessione rispetto al +11% registrato nel primo semestre 2011, cui fa eco una crescita prossima allo zero (+0,1%) sul fronte dei consumi interni.

Queste le prospettive del Centro studi Federalimentare per il 2011-2012, che delinea una ripresa troppo lenta per le esigenze del settore che già' oggi vuole riaffermare il suo storico ruolo calmieratore rispetto alla crescita dell'inflazione.

"Nell'anno in corso -afferma Filippo Ferrua, presidente di Federalimentare- l'alimentare italiano non riesce a rafforzare la timida ripresa del 2010. Al contrario, e' a rischio indebolimento. L'aumento dell'Iva al 21% sui prodotti alimentari colpirà' le famiglie italiane con un aggravio di spesa di oltre 600 milioni di euro e rischia di compromettere ogni prospettiva di rilancio dei consumi, con un forte impatto sulle attività' della filiera agroalimentare, dall'agricoltura all'industria fino alla distribuzione".

MADE IN ITALY, FEDERALIMENTARE: EXPORT IN CALO, PUNTARE SU PAESI BRIC

(Il VELINO) Roma - Ora più che mai bisogna puntare sui paesi emergenti. Le prospettive per il prossimo anno del Made in Italy alimentare delineano una ripresa troppo lenta per le esigenze di un settore che già oggi vuole riaffermare il suo storico ruolo salvagente rispetto alla crescita dell'inflazione. Se l'Export persiste infatti su valori positivi (+10 per cento annuo il tasso previsto tra il 2011 e il 2012), è comunque in leggera flessione rispetto al +11 per cento registrato nel primo semestre 2011, cui fa eco una crescita prossima allo zero (+0,1 per cento) sul fronte dei consumi interni. È il quadro che emerge scorrendo le stime del Centro Studi Federalimentare per il 2011-2012, nel quale si leggono, in controluce, le nuove sfide per la competitività del made in Italy alimentare italiano, chiamato a confrontarsi con nuovi mercati emergenti e modelli di consumo profondamente diversi dal passato. "Nell'anno in corso – afferma Filippo Ferrua, Presidente di Federalimentare – l'alimentare italiano non riesce a rafforzare la timida ripresa del 2010. Al contrario, è a rischio indebolimento. L'aumento dell'IVA al 21 per cento sui prodotti alimentari colpirà le famiglie italiane con un aggravio di spesa di oltre 600 milioni di euro e rischia di compromettere ogni prospettiva di rilancio dei consumi, con un forte impatto sulle attività della filiera agroalimentare, dall'agricoltura all'industria fino alla distribuzione. È probabile che il trend della produzione alimentare 2011 non superi, a consuntivo, il tasso del +1 per cento. mentre l'export, che ha segnato un +11 per cento in valuta nel primo semestre dell'anno, continuerà a dare soddisfazioni, ma non basta a tamponare la flessione del mercato interno". Per evitare pessimismi e vittimismo - aggiunge Annalisa Sassi, Presidente dei Giovani Imprenditori di Federalimentare - ci siamo interrogati sui modelli organizzativi: dove abbiamo sbagliato, dove potremmo far meglio e la risposta è una sola: al momento, c'è solo da esportare il nostro prodotto, la nostra impresa, il nostro modello alimentare. Ma per rimanere competitivi sui mercati emergenti l'industria alimentare italiana deve ripensare le caratteristiche del prodotto e renderlo più coerente con le attese del consumatore globale. La scomparsa dell'ICE reca incertezze aggiuntive in un momento estremamente delicato, laddove occorre potenziare gli sforzi promozionali sui mercati lontani, che offrono le migliori prospettive di espansione, ma dove le aziende italiane, specie medio-piccole, arrivano con maggiore difficoltà." Da queste riflessioni prenderà vita il dibattito che, il 16 e 17 settembre, a Savelletri di Fasano (Brinidisi), animerà il Forum dei Giovani Imprenditori di Federalimentare, giunto all'ottava edizione e intitolato "E' ora di... alimentare italiano".

Entrando nel dettaglio delle stime del Centro Studi di Federalimentare, alla luce di una forte e perdurante stagnazione del mercato interno, compensata solo in parte dallo sviluppo dei mercati esteri, la produzione dell'industria alimentare italiana, nel 2011-2012, dovrebbe attestarsi su un risicato tasso medio di crescita del +0,8 per cento annuo, valore inferiore rispetto al dato del decennio 2000-2010, in cui la crescita era stata pari al +1,2 per cento annuo. Per quanto riguarda il fatturato, qualora dovesse perdurare anche nei prossimi anni la pressione delle quotazioni delle commodities e la ormai consolidata stagnazione dei consumi interni, l'ago della bilancia commerciale sarà ancora una volta subordinato alla nostra capacità di esportare il prodotto. Federalimentare prevede che, a chiusura del 2012, si registrerà un incremento del fatturato totale del +1,2 per cento annuo, corrispondente a un valore finale per il 2012 di circa 130 miliardi di euro. Per quanto riguarda i consumi interni, nella migliore delle ipotesi si spera in una crescita marginale del +0,1 per cento annuo, che porterebbe, nell'arco del prossimo anno, ad una prospettiva di crescita complessiva del +0,3 per cento.

Ma è dalle stime sulle esportazioni che arrivano le riflessioni più rilevanti: nel decennio 2000-2010, a fronte di un progressivo rallentamento della crescita dei consumi interni, l'export aveva dato una forte spinta propulsiva alla crescita all'industria. Secondo le previsioni del Centro Studi di Federalimentare, nel prossimo anno il trend delle esportazioni rallenterà il suo ritmo, pur mantenendosi su valori comunque positivi: si stima infatti un aumento, nei volumi, del +8 per cento medio annuo; mentre l'export in valuta segnerà un tasso medio annuo del +10 per cento.

Come rivela uno studio Accenture 2011, che ha elaborato dati Euromonitor, la recessione ha ridotto di più di un terzo le aspettative di crescita del mercato alimentare globale, con Europa occidentale e Stati Uniti a registrare i tassi di crescita più contenuti. Nel periodo 2006-08, infatti, le aziende del food nel mondo avevano fatto segnare un tasso annuo di crescita composto del +10,9 per cento, per un valore complessivo che nel 2008 aveva toccato i 2.840 miliardi di dollari. Le stime per il 2011 fissano invece il valore del food&beverage mondiale a 3.064 miliardi di dollari, a chiusura di un quadriennio difficile che ha visto il settore crescere di solo il +2,6 per cento annuo. In questo contesto, l'Italia ricopre una posizione critica, leggermente al di sotto della crescita media dell'Europa Occidentale. Nel triennio 2006-08 il valore del Made in Italy alimentare cresceva infatti del +2,8 per cento, passando da 99 a 104 miliardi di Euro; nei quattro anni successivi la crescita è stata invece del +3 per cento, per un valore finale nel 2011 di 127 miliardi di euro. Significativa, in particolare, la frenata del packaged food, il cui tasso di crescita pre-crisi registrava (dati 2006-2008) un incoraggiante +4,1 per cento. Per questo settore, le previsioni del mercato al 2012 indicano il mantenimento degli attuali tassi di crescita, intorno al +1,1 per cento, per un valore stimato di poco superiore agli 80 miliardi di euro. Nel dettaglio, ripresa a ritmi più lenti (+0,5 per cento) per il comparto dei latticini, per effetto sostituzione verso alimenti a prezzi più contenuti, mentre la "lepre" è il cioccolato, unico comparto del settore Dolci e gelati a "reggere" alla crisi.

Tutti elementi, questi, che, sommati alle stime del Centro Studi Federalimentare, confermano quanto il nodo della crescita all'estero sarà, nei prossimi anni, uno dei temi caldi per l'industria italiana del Food & Beverage. E la questione diventa centrale in un momento storico in cui le regole del gioco stanno cambiando: dove il mercato di riferimento trascenderà sempre più i confini nazionali diventando "europeo"; ed è già in atto un macro trend economico che porterà entro il 2020 la Cina ad essere la più grande economia del mondo in termini di potere d'acquisto e l'India la terza, mentre gli USA scenderanno al secondo posto e il Giappone al quarto. Una ricerca del NCAER sull'evoluzione della classe media in India tra il 2005 e il 2025 mostra le potenzialità di questo nuovo sbocco da presidiare: in 20 anni i nuclei familiari della classe media indiana aumenteranno del +84 per cento, mentre le famiglie che guadagnano più di 10mila dollari cresceranno addirittura del +1290 per cento. E il consumo medio in questo mercato emergente crescerà del +424 per cento.

Le nuove tendenze macro-economiche stanno ridelineando la figura del consumatore-tipo che il made in Italy alimentare dovrà conquistare, come ricorda uno studio di Saatchi & Saatchi. Guardando soprattutto a mercati emergenti, come Oriente e Sudamerica, che richiederanno un nuovo flusso di merci. Il target del food&beverage italiano sarà sempre più un consumatore globale (vedi focus 1), ma anche frammentato, nella sua ricerca di un prodotto il più possibile "su misura", consapevole ed esigente nella scelta del prodotto, nel quale ricerca qualità, aspetti salutari, sostenibilità ambientale, sicurezza e tracciabilità (vedi focus 2).

Ma anche praticità, come testimonia il boom delle monoporzioni: segno dei tempi che cambiano e di un consumo individuale sempre più presente accanto al tradizionale modello "cucina e dispensa" al quale l'industria alimentare dovrà guardare con attenzione per non soccombere. Una sfida che non spaventa i giovani imprenditori di Federalimentare: "Abbiamo sviluppato – ricorda Annalisa Sassi – una strumentazione produttiva ed una diagnostica talmente avanzate da consentire alla nostra industria alimentare di garantire agli italiani in sicurezza e qualità ben 66 miliardi di pasti l'anno, i cui ingredienti si possono ritrovare in oltre 20 mila referenze, tutte accessibili a prezzi contenuti. E non è solo la democraticità e l'accessibilità al cibo un dato rilevante a favore dell'azione secolare dell'Industria alimentare, ma anche l'informazione, la competenza, la diversità e l'unicità del nostro patrimonio di conoscenze alimentari a render grande e prezioso nel mondo il made in Italy alimentare".

17-09-2011

Ansa – I Lancio

OGM: FEDERALIMENTARE, LIBERA SCELTA CAUSA GUERRE RELIGIONE
PRESIDENTE FERRUA, VERDETTO FINALE SPETTA A COMUNITA' SCIENTIFICA

(ANSA) - SAVELLETRI (BRINDISI), 17 SET - L'Europa non doveva lasciare la facolta' ai singoli Stati di decidere sul si' o no agli Ogm perche' cosi' si scatenano guerre di religioni e si causano distorsioni commerciali". E' quanto rileva il presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua, a margine del Forum dei Giovani imprenditori dell'associazione confindustriale. "L'Italia sappiamo come la pensa - aggiunge Ferrua - c'e' una campagna di ostilita' demagogica e questo mette a rischio il prosieguo e la ripresa della ricerca scientifica, la sola deputata a dover e poter dire la parola risolutiva, a tutela e vantaggio dei consumatori". "Siamo contrari - prosegue Ferrua - alla chiusura totale su un tema che magari non risolvera' la fame nel mondo ma rende l'agricoltura europea ed italiana piu' efficiente e competitiva. Che possano venire danni all'immagine del Made in Italy, come sostengono alcune organizzazioni agricole, e' da vedere. Rendiamoci anche conto che, con le frontiere virtuali che ormai caratterizzano i mercati delle materie prime agricole, i prodotti ogm ci arrivano comunque in casa e la stessa produzione dell'industria italiana deve poter contare su materia prima anche estera". La presidente dei Giovani imprenditori, Annalisa Sassi, osserva come su questo tema dovrebbe essere l'autorita' europea a decidere una strada uguale per tutti, magari basandosi sul verdetto scientifico dell'Autorita' per la sicurezza alimentare europea che risiede a Parma. "Demonizzare categoricamente gli ogm e' comunque sbagliato - aggiunge Sassi - Teniamo presente che ci sono vari livelli di manipolazione genetica. Inoltre, alcuni miglioramenti genetici possono essere positivi ed eliminare per esempio la necessita' dell'uso dei pesticidi o ridurre i consumi idrici". (ANSA).