# «L'Industria alimentare italiana nell'uscita dalla pandemia quale volano per la crescita del Paese: fattori di successo e nuove sfide»

*Sandro Boscaini*
*Vicepresidente Federalimentare*

**SACE «Industry Edu-Lab: leve strategiche per la ripartenza»**
**Focus Settore Agroalimentare - 17 giugno 2021**

# FEDERALIMENTARE:
## *LE 13 ASSOCIAZIONI ADERENTI*

FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

1. **ANCIT** - conserve ittiche
2. **ANICAV** - conserve vegetali
3. **ASSALZOO** - mangimi
4. **ASSICA** - carni suine
5. **ASSITOL** oli e grassi, lieviti
6. **ASSOBIBE** - bevande analcoliche
7. **ASSOBIRRA** - birra
8. **ASSOCARNI** - carni bovine
9. **ASSOLATTE** – latte/prodotti lattiero-caseari
10. **FEDERVINI** - vino, aceti, liquori
11. **ITALMOPA** - farine
12. **MINERACQUA** – acque minerali
13. **UNIONE NAZIONALE FOOD** – prodotti dolciari e da forno, pasta, altri prodotti (caffè, gelati, sughi, spezie, prodotti per l'infanzia, integratori alimentari, surgelati, miele, etc.)

# Industria Alimentare e delle Bevande italiana: i macro-dati
## (2020 su 2019)

FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

### Fatturato
**143 mld €** (-1,4%)

### Produzione
**- 2,5%**

### Addetti
**385.000 addetti**
850.000 (con agricoltura)

### Aziende
**58.000**
6.850 con più di nove addetti

### Consumi*
**225 mld €**

***Consumi totali (mercato interno ed estero)**

### Export
**36,3 mld €** (+1%)

***nel 2020, l'Industria alimentare e delle bevande italiana si conferma secondo settore manifatturiero nazionale dopo il metalmeccanico***

*Fonte: Federalimentare*

# INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

## PUNTI DI FORZA

- Ampia gamma di prodotti di alta qualità
- Prodotti DOP/IGP al "Top" dei mercati internazionali
- Stretti legami con il territorio e con il patrimonio culturale italiano
- Alti standard di sicurezza
- Capacità di abbinare tradizione e costante innovazione di processo e di prodotto
- Settore con doti anticicliche e calmieratrici

## PUNTI DI DEBOLEZZA

- Settore polverizzato e poco capitalizzato
- Innovazione insufficiente (soprattutto tra le PMI)
- Alti costi di logistica e servizi (trasporti, energia, infrastrutture)
- Bassa crescita dell'export vs Paesi competitor EU come Germania e Francia
- Contraffazione e Italian sounding, soprattutto vs mercati ricchi ed esigenti
- Assenza di catene distributive italiane nel mondo

# EXPORT (1)

- L'export si conferma unico vero spazio di crescita e sviluppo per l'Industria F&B italiana

- Il consuntivo EXPORT 2020 registra una quota export di quasi 36.5 mld/euro, con una variazione pari al +1,0% sul 2019

- A livello UE, fra i mercati leader, la Germania si afferma con un +6,3%, mentre la Francia si è fermata sul +0,0%, il Regno Unito ha segnato un +3,6% e la Svizzera si è distinta con un +6,9%

- Fra i principali mercati extra-UE, buona tenuta del mercato nord-americano: USA +5,7% e Canada +8,6

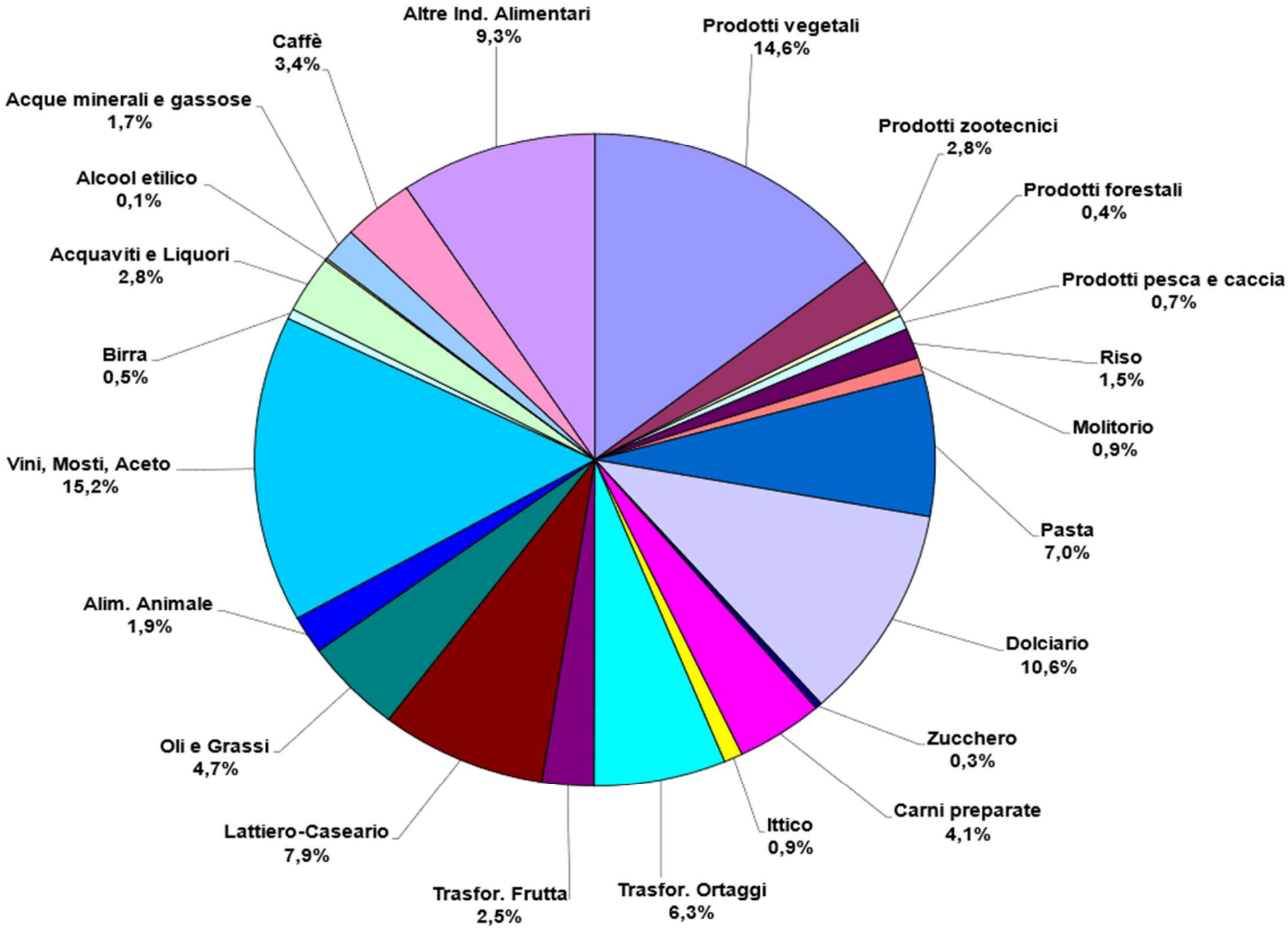
# EXPORT (2)

## INDUSTRIA ALIMENTARE - I PRIMI 20 SBOCCHI DELL'EXPORT
## ANNI 2006-2011-2016-2020 - Dati assoluti (milioni euro) e variazioni %

| AREE E PAESI | ANNO 2006 | ANNO 2011 | ANNO 2016 | ANNO 2020 | VARIAZ% 2020/2019 | VARIAZ% ANNO 2020/2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Germania | 3.153,9 | 3.960,2 | 4.643,1 | 5.633,3 | 6,3 | 78,6 |
| Usa | 2.196,6 | 2.424,3 | 3.755,7 | 4.811,7 | 5,7 | 119,1 |
| Francia | 2.115,9 | 2.803,7 | 3.372,4 | 4.190,2 | 0,0 | 98,0 |
| Regno Unito | 1.797,7 | 2.115,5 | 2.830,7 | 3.267,8 | 3,6 | 81,8 |
| Svizzera | 748,1 | 945,5 | 1.145,4 | 1.351,9 | 6,9 | 80,7 |
| Paesi Bassi | 516,6 | 749,5 | 992,2 | 1.208,0 | -1,1 | 133,8 |
| Spagna | 690,9 | 769,5 | 990,1 | 1.144,3 | -11,1 | 65,6 |
| Belgio | 527,6 | 664,2 | 872,1 | 1.068,5 | 3,1 | 102,5 |
| Austria | 560,0 | 806,3 | 856,5 | 925,8 | -1,5 | 65,3 |
| Canada | 433,1 | 573,7 | 741,7 | 920,1 | 8,6 | 112,4 |
| Giappone | 429,7 | 558,0 | 700,6 | 748,7 | -5,2 | 74,2 |
| Polonia | 197,9 | 306,5 | 495,9 | 677,1 | 0,0 | 342,1 |
| Svezia | 266,1 | 355,0 | 507,0 | 622,4 | 2,2 | 133,9 |
| Australia | 254,6 | 326,9 | 482,8 | 611,9 | 5,0 | 140,3 |
| Russia | 284,9 | 419,7 | 362,8 | 524,0 | 3,9 | 83,9 |
| Danimarca | 251,0 | 346,1 | 412,0 | 465,1 | 4,8 | 85,3 |
| Grecia | 383,7 | 425,9 | 449,6 | 434,6 | -12,8 | 13,3 |
| Cina | 75,2 | 216,5 | 328,3 | 405,5 | 2,3 | 439,2 |
| Romania | 73,9 | 151,8 | 266,6 | 380,7 | -2,5 | 415,2 |
| Repubblica Ceca | 139,0 | 231,4 | 289,8 | 372,6 | -3,5 | 168,1 |
| Paesi UE | 11.539,7 | 14.807,9 | 18.583,2 | 22.437,1 | -0,1 | 94,4 |
| MONDO | 16.822,8 | 23.032,6 | 30.011,8 | 36.326,2 | 1,0 | 115,9 |

N.B. L'elenco delle prime 20 destinazioni è determinato dalla classifica 2020

# EXPORT (3) – ESPORTAZIONI ITALIANE F&B MONDO - COMPOSIZIONE ANNO 2020



# L'IMPATTO DEL COVID SUL SETTORE AGROALIMENTARE (1)

**Il Settore:**

ha dimostrato la propria **forza anticiclica**, mantenendo quel ruolo di **traino economico** e **salvaguardia occupazionale** nei mesi più duri dell'emergenza da Covid-19

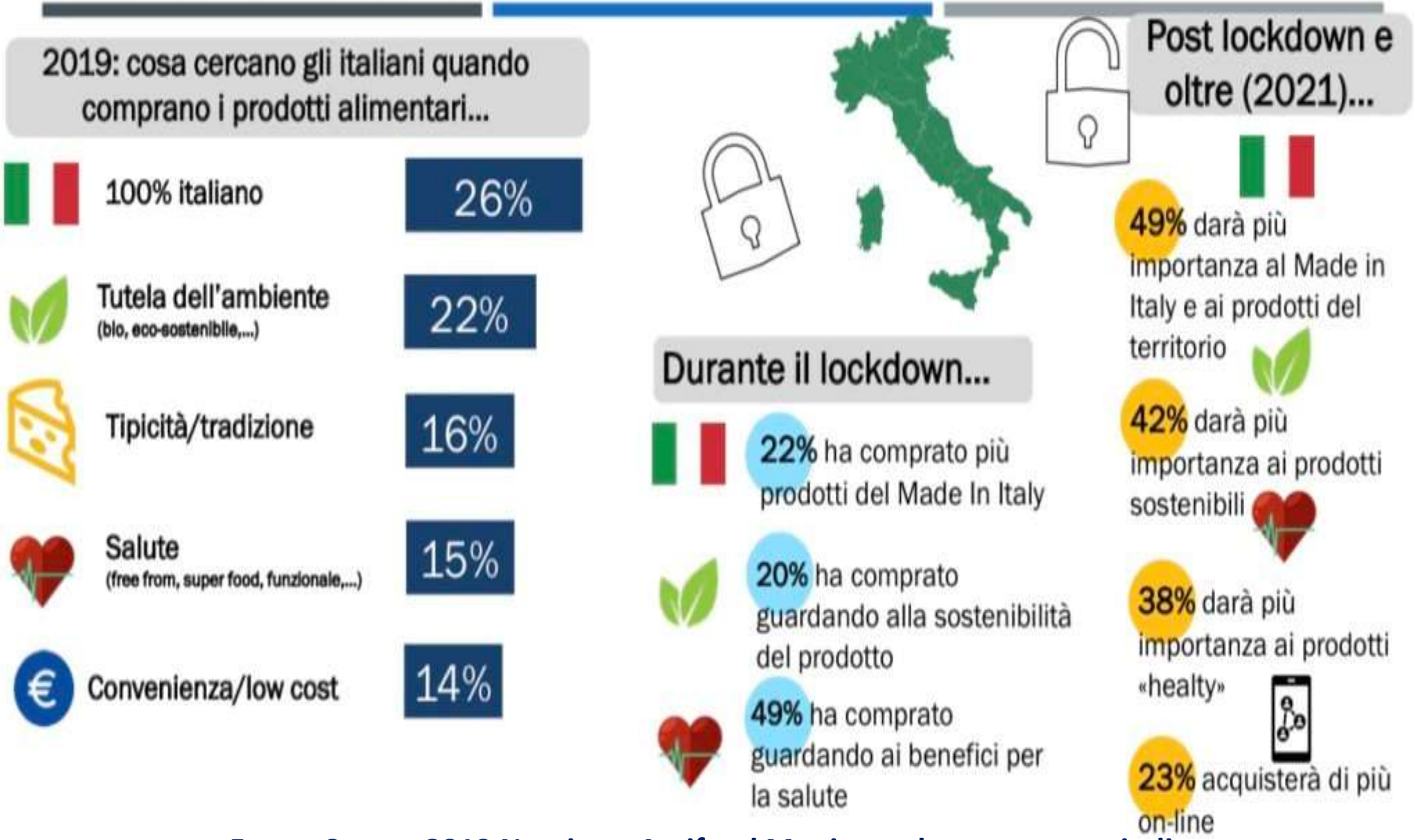
non è uscito indenne dalla crisi e **ha registrato perdite,** dovute soprattutto alla **chiusura/forte limitazione del canale HO.RE.CA. e al crollo del turismo** (il cd «fuori casa» vale 1/3 dei consumi alimentari)

**La pandemia da COVID-19:**

ha **evidenziato la necessità di digitalizzazione** di tutta la filiera agroalimentare, dalla produzione primaria, all'Industria di trasformazione, alla logistica

ha **riportato in primo piano l'importanza della ricerca e della formazione** connesse con l'affidabilità e l'elaborazione di dati complessi ed interdisciplinari e l'esigenza di nuove competenze

# L'IMPATTO DEL COVID SUL SETTORE AGROALIMENTARE (2)
## le scelte del consumatore




**Fonte: Survey 2019 Nomisma Agrifood Monitor sul consumatore italiano e Nomisma Osservatorio Lockdown e Post Lockdown 2020**

# I DRIVER DEL NOSTRO SUCCESSO E LE SFIDE INTERNAZIONALI

SICUREZZA

TUTELA DEL MADE IN ITALY

NUTRIZIONE & BENESSERE

S0STENIBILITA'

RICERCA & INNOVAZIONE

QUADRO UE ARMONIZZATO & COMPETITIVO

MERCATI INTERNAZIONALI APERTI SULLA BASE DI REGOLE CHE RISPETTINO SICUREZZA, AMBIENTE, DIRITTI UMANI

POLITICHE ALIMENTARI MONDIALI RISPETTOSE DEI DIVERSI MODELLI ALIMENTARI (p.e. Dieta Mediterranea)

# SICUREZZA ALIMENTARE (1)

Dal 2000 l'UE si è dotata della **strategia "From farm to fork"** (dal campo alla tavola), introdotta col "**Libro Bianco sulla sicurezza alimentare**, che fissa i princìpi della materia, declinati dal Reg.to (CE) 178/2002:

- **corresponsabilità** di **ogni soggetto della food-chain** per ogni fase di sua pertinenza
- **rintracciabilità** di **alimenti, mangimi e MOCA** (materiali a contatto)
- **analisi del rischio** basata sull'HACCP, **trasparenza e correttezza delle informazioni b2b/al consumatore**

## *I KEY POINTS DELLA SICUREZZA ALIMENTARE*

- **Responsabilità di tutta la filiera** a garantire la sicurezza come **pre-requisito**
- **Dovere delle Istituzioni di assicurare regole/controlli efficaci/efficienti/ sostenibili**
- **Ruolo dei media** nell'informare correttamente
- **Ruolo dell'EFSA** come **voce scientifica univoca**, che formula i pareri scientifici alla base delle norme UE
- **Ruolo del consumatore** nel conservare e manipolare gli alimenti
- **Principio di equivalenza,** per cui alimenti e mangimi importati nell'UE dai Paesi terzi devono presentare i medesimi standards di quelli prodotti nell'UE

# SICUREZZA ALIMENTARE (2)

## QUADRO NORMATIVO E IMPEGNO DI OPERATORI E ISTITUZIONI

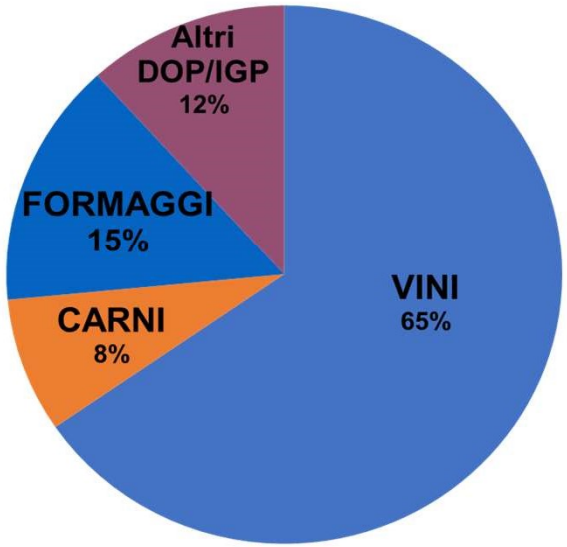
Norme UE a 360° su:

- ✓ **ingredienti autorizzati** (additivi, aromi, enzimi)
- ✓ **divieti/limiti di sicurezza** per **sostanze indesiderate/contaminanti**
- ✓ **requisiti igienico-sanitari** (inclusi criteri microbiologici)
- ✓ **obiettivi e strumenti dei controlli ufficiali** e di quelli **privati**
- ✓ attività dell'**EFSA** e **Sistema UE di notifica degli allerta** (**RASFF**) in caso di sospetta non conformità di mangimi o alimenti

I numeri dell'impegno sulla sicurezza alimentare dell'Industria Alimentare italiana:

- oltre **il 2% del fatturato dell'IA** - pari a quasi **3 mld/€** (nel 2020) - dedicato a **sicurezza e qualità dei prodotti**
- **gran parte dei 10 mld/€/anno di investimenti in R&D destinati alla sicurezza**
- **85.000 persone** (il **22%** degli addetti per controlli di sicurezza e qualità)
- **2,8 milioni di analisi di autocontrollo al giorno** (dati riferiti alle Imprese del Sistema Associativo Federalimentare), per circa **1 mld/anno di analisi**

# MADE IN ITALY E PRODOTTI CERTIFICATI (1)
## Il primato della qualità




### L'ITALIA E' IL PAESE CON IL MAGGIOR NUMERO DI PRODOTTI CERTIFICATI

- **314 prodotti certificati - Italia prima in Europa per prodotti iscritti nei registri DOP/IGP/STG (e.g. Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, Prosciutto San Daniele)**
- **526 vini con un sistema di certificazione della qualità registrato (circa 2/3 del valore totale della produzione italiana)**
- **Nell'ultimo decennio l'export delle IIGG ha registrato un aumento del +145%**

### PRODOTTI CERTIFICATI

- **ambasciatori del food&beverage nazionale all'estero**
- **fortissimo legame col territorio e la tradizione**
- **stimolo per la richiesta di altri prodotti italiani**
- **particolarmente esposti all'Italian Sounding**

Fonte: Nomisma-Crif Agrifood Monitor su dati Istat, Qualivita e Ismea

# MADE IN ITALY ALIMENTARE (2): WE KNOW HOW

***IL MADE IN ITALY ALIMENTARE È INNANZITUTTO LEGATO AL «SAPER FARE» DEI NOSTRI PRODUTTORI, ALLA "RICETTA", ALLE TECNOLOGIE E ALLA CULTURA DELLA PRODUZIONE DI QUALITÀ CHE CARATTERIZZA DA SEMPRE LA NOSTRA INDUSTRIA***

→ L'Italia è **storicamente un paese trasformatore**: usiamo le migliori materie prime, dopo averle selezionate in base a criteri di qualità, di sostenibilità e alla loro disponibilità, per creare ricette uniche e prodotti eccellenti apprezzati dai consumatori di tutto il mondo

→ Materie prime eccellenti sono alla base di prodotti eccellenti: è quindi nostro interesse **lavorare insieme alla produzione agricola italiana**, in un'ottica di filiera, con l'obiettivo di sviluppare e migliorare continuamente la produzione primaria

→ l'Industria del F&B italiana già **acquista e trasforma oltre il 72% della produzione agricola nazionale** (il restante 28% va sostanzialmente al canale del fresco), tuttavia siamo un Paese deficitario di materie prime in diverse filiere, per tali ragioni dobbiamo approvvigionarci anche sui mercati esteri

→ Attenzione a non legare il Made in Italy alla sola materia prima nazionale e a **non sovrapporre il concetto di origine con quelli di sicurezza e tracciabilità**, che sono invece garantite a livello europeo da specifica normativa

# MADE IN ITALY ALIMENTARE (3)
# CONTRAFFAZIONE e ITALIAN SOUNDING
## *frenano la crescita dell'export alimentare*

Penalizzano il settore alimentare con ricadute negative:

- ✓ sui **Consumatori,** che acquistano **imitazioni del Made in ITALY**
- ✓ sulle **Imprese**, private di **importanti potenziali quote di mercato** e ostacolate nella **promozione** e nella **difesa dell'autenticità**
- ✓ sullo **Stato,** per **minore gettito fiscale** e **aumento delle attività illecite**

- ➢ Aree geografiche più colpite**: Nord e Sud America, UE, Asia-Oceania**
- ➢ **Contraffazione: 10 mld/€ - Italian Sounding: oltre 90 mld/€**

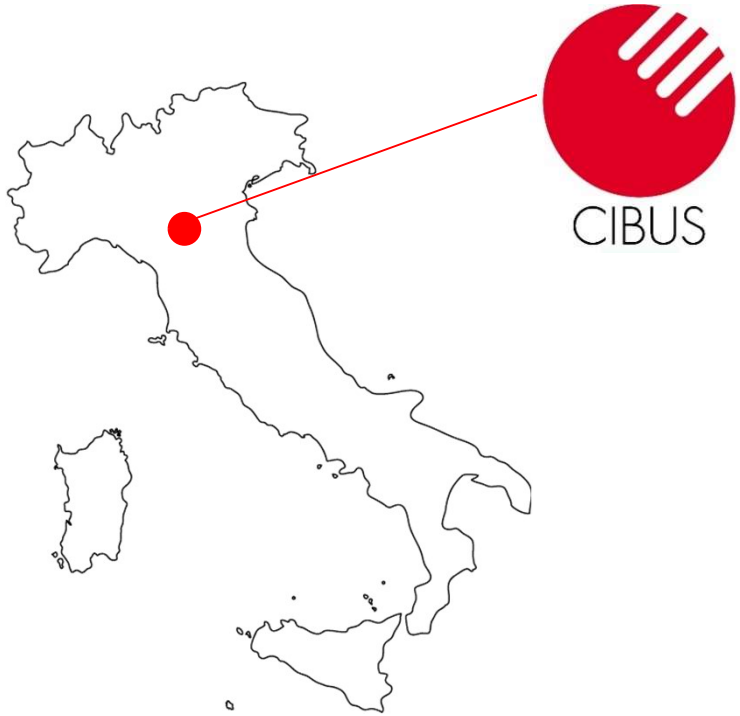
I **rimedi**: **sostegno pubblico all'internazionalizzazione** (Piani di promozione e Campagne di comunicazione nei Paesi target, Rafforzamento *DESK Intellectual Property Rights*, Rete di studi legali di riferimento, lotta alla contraffazione on-line), **relazioni con grandi players ho.re.ca**, **superamento dei limiti dimensionali** del tessuto produttivo agroalimentare nazionale, ***enforcement* degli Accordi di Libero Scambio** e **fine delle azioni ritorsive daziarie** a livello internazionale.

# PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY (1)

FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

# CIBUS – SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE

**CIBUS** nasce nel 1984 dalla volontà di **Federalimentare** e **Fiere di Parma** di creare la piattaforma fieristica di riferimento per il sistema alimentare **Made in Italy**, consentendo alle aziende italiane di incontrare a **Parma** – capitale della Food Valley - i **più importanti distributori, buyers e operatori internazionali**




CIBUS
20° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE
PARMA
31 AGOSTO/3 SETTEMBRE 2021

La **XX edizione**, annullata lo scorso maggio 2020 causa COVID, si terrà **dal 31 agosto al 3 settembre 2021**. L'**edizione 2018** si è conclusa con un numero di presenza da record: **72.000 visitatori**; **16.000 operatori internazionali**; **2.200 top buyers**.

# NUTRIZIONE (1)
# MODELLO ALIMENTARE ITALIANO
# E DIETA MEDITERRANEA

L'I**talia** è da sempre sinonimo di "**mangiare bene**" e lo stile italiano, diretto erede della **dieta mediterranea**, rimane il **migliore modello alimentare oggi esistente,** anche in risposta al diffondersi di stili di vita poco salutari e dell'obesità nei Paesi occidentali

L'**Italia** nel 2020 è stata premiata dal **Global Health Index** come **secondo Paese più sano al mondo**, a conferma della validità del tradizionale modello alimentare italiano

**Siamo in una posizione di vantaggio rispetto ad altri Paesi, grazie a tradizioni alimentari ben radicate, ma dobbiamo agire in maniera concreta e coordinata affinché questo "patrimonio" non venga sprecato, valorizzando le specificità del MODELLO ALIMENTARE ITALIANO nell'ambito della dieta mediterranea intesa anche come insieme di principi che vanno al di là del cibo e comprendono la cultura, le tradizioni alimentari, le relazioni sociali di una Comunità e il legame col territorio, rendendola non solo salutare ma anche più sostenibile (varietà , biodiversità, paesaggio)**

***In questo contesto, il nostro Paese rappresenta un modello vincente, in cui le politiche di lotta e prevenzione della malnutrizione si basano principalmente sulla collaborazione proattiva tra pubblico e privato***

# NUTRIZIONE (2)
# GLI IMPEGNI PRESI DALL'INDUSTRIA F&B ITALIANA

Nel 2015, Federalimentare e le Associazioni di categoria competenti per i prodotti interessati hanno firmato con il Ministero della Salute due impegni volontari:

- «**Obiettivi condivisi per il miglioramento delle caratteristiche nutrizionali dei prodotti alimentari con particolare attenzione alla popolazione infantile (3-12 anni)**»
- "**Linee di indirizzo per la Comunicazione Commerciale relativa ai prodotti alimentari e alle bevande, a tutela dei bambini e della loro corretta alimentazione**".

Nel 2016 Federalimentare ha firmato il **Quarto Protocollo d'Intesa con il MIUR, rinnovando la collaborazione per il triennio 2016-2019** sui temi dell'educazione alimentare e della ricerca

Nel complesso, ammontano a circa **1 Mld/euro le risorse investite** dall'Industria degli alimenti e delle bevande in:

- **educazione alimentare**
- **riformulazione e porzionamento dei prodotti (migliaia di referenze riformulate e riporzionate)**
- **promozione dell'attività fisica**
- **etichettatura nutrizionale**
- **prevenzione dei comportamenti a rischio**

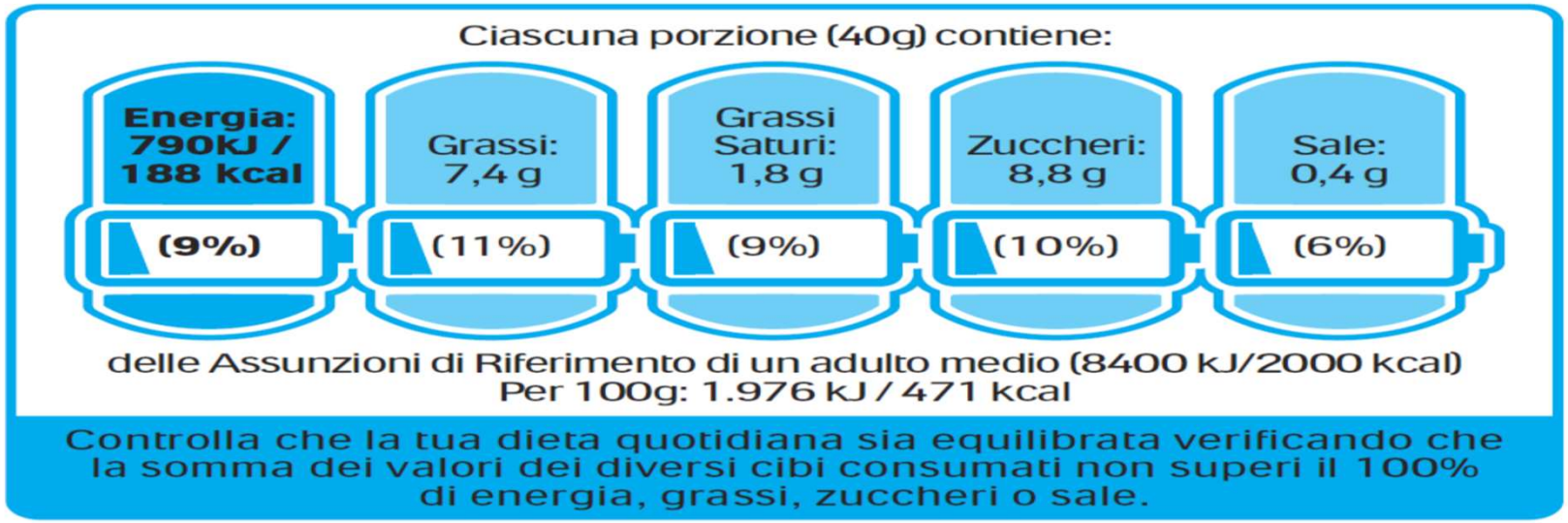
# NUTRIZIONE (3)
## *IL TEMA DELL'ETICHETTATURA NUTRIZIONALE*

Negli ultimi anni si è diffuso nel mercato UE il **NUTRI-SCORE**, sistema di etichettatura FoP che esprime un giudizio sull'alimento attraverso un colore e un punteggio **senza tener conto del contributo nutrizionale che l'alimento apporta nell'ambito dell'intera dieta.** Per Federalimentare si tratta di uno schema **DISCRIMINATORIO** e **SEMPLICISTICO,** che:

- **non è del tutto coerente con il dettato del Reg. (UE) 1169/2011** in cui si parla di informazioni aggiuntive obiettive e non discriminatorie
- ha **basi scientifiche discutibili** e crea **barriere commerciali nel Mercato unico**
- **penalizza le eccellenze tipiche del Made in Italy, confonde e non informa il consumatore**
- valuta un prodotto sulla base di 100g **a prescindere dal tipo di alimento, dalle porzioni e dalle modalità o le frequenze di consumo**
- si basa sullo stesso criterio dei **"profili nutrizionali"**, una classificazione dei cibi che non ha fondamento scientifico e i cui limiti sono stati riconosciuti anche dall'EFSA nel 2008

# NUTRIZIONE (4)
# LA POSIZIONE ITALIANA SUI FoP

- **Federalimentare, insieme al Governo italiano e a tutti gli attori della filiera, ha ingaggiato una battaglia contro i sistemi fuorvianti come il NUTRI-SCORE nelle sedi UE e internazionali**
- **A livello UE, sosteniamo la necessità che la Commissione armonizzi gli schemi FoPNL in linea col Reg. (UE) 1169/2011 e supportiamo lo schema NUTRINFORM, presentato dal Governo italiano e notificato a Bruxelles**




***Il NutrInform si differenzia da altri sistemi di etichettatura nutrizionale FoP perché frutto di una filosofia scientifica completamente diversa, che ha l'obiettivo di informare i consumatori e aiutarli a fare scelte consapevoli di consumo per seguire diete equilibrate***

FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

# OSSERVATORIO ALIMENTARE E SOCIAL MEDIA

Osservatorio Alimentare
Notizie fresche sulla filiera alimentare italiana.

L'**Osservatorio Alimentare**, fortemente voluto dai **Giovani Imprenditori di Federalimentare**, è **un portale di informazione** sui prodotti dell'**industria alimentare Made in Italy**

## Obiettivi

- **Smascherare le fake news** che spopolano online e che sono notevolmente aumentate durante il lockdown
- Creare un **luogo di dibattito** che privilegia **l'approccio scientifico**
- Rendere i consumatori più consapevoli e ben informati su un tema che interessa tutti noi: il **cibo**

**Federalimentare è su:**

@Federalimentare
@FedAlimentare
@Federalimentare

# SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

L'impegno **sulla sostenibilità ambientale** dell'Industria alimentare si sviluppa principalmente su **quattro macro-aree strategiche d'intervento** in coerenza coi principi **dell'Economia Circolare**:

1. **uso efficiente degli input di base (energia, acqua)**
2. **piena valorizzazione delle materie prime agricole** in tutte le loro componenti
3. **eco-progettazione del packaging e corretta gestione ambientale post-uso**
4. prevenzione degli **sprechi alimentari** e **valorizzazione delle eccedenze**

**E' impegnata a ridurre i materiali utilizzati per gli imballaggi senza compromettere né le esigenze dei consumatori né l'integrità, la qualità e la sicurezza dei prodotti. Alcuni risultati: negli ultimi dieci anni, per alcune tipologie di imballaggi, la plastica è diminuita del - 30/40%, l'alluminio del 30%, il vetro fino al -60%**

**Si caratterizza per un impatto energetico relativamente basso rispetto ad altri settori industriali: fa efficienza energetica (-30% di consumi in 20 anni), riduce le emissioni di gas serra (-30%) e ha dimezzato in trent'anni l'utilizzo di acqua**

**Valorizza al massimo le materie prime con particolare riguardo ai sottoprodotti. Qualora non sia possibile l'impiego alimentare per uso umano o animale, altre importanti destinazioni di utilizzo sono nell'industria cosmetica, farmaceutica, chimica e, in subordine, nella produzione di fertilizzanti e di bioenergie**

**Mira inoltre a prevenire lo spreco ancora prima che si realizzi, nella fase del consumo domestico. Oltre a ciò, centinaia di Aziende alimentari donano derrate ai Banchi alimentari e alle Onlus e Organizzazioni del Terzo Settore a vario titolo impegnate nel sostegno degli indigenti**

# Ricerca & Innovazione

## *I dati del nostro impegno:*

**10 mld/€ (8% del fatturato) investiti ogni anno dall'Industria alimentare in R&I:**

- **l'1,8% in R&S** formale e informale di prodotti e processi innovativi
- oltre **il 4%** in nuovi impianti, automazione, ICT e logistica
- il **2% del fatturato** in analisi e controllo di qualità e sicurezza

*Fonte: Federalimentare*

## CL.USTER CLAN

**Nel 2012 abbiamo contribuito alla costituzione del Cl.uster A.grifood N.azionale CL.A.N., la cabina di ricerca del settore agrifood** di cui coordiniamo la Segreteria Tecnica, assieme ad ART-ER.

Il Cluster è un'associazione riconosciuta di **imprese, associazioni, università, istituti di ricerca, enti di formazione e rappresentanze territoriali (113 SOCI)**, volta a promuovere una crescita economica sostenibile del settore agroalimentare italiano, basata sulla ricerca e l'innovazione.

# LE SFIDE IN EUROPA: *FARM TO FORK STRATEGY* (1)

La **Strategia Farm to Fork**, lanciata a maggio 2020, si inserisce nella più ampia cornice del Green New Deal, iniziativa della Commissione Von Der Layen, con l'obiettivo di **trasformare il sistema alimentare europeo in un modello di sostenibilità ambientale, sociale ed economica per tutto il resto del mondo**

Tra le misure previste:

→ **Etichettatura nutrizionale fronte pacco armonizzata e obbligatoria** (**entro 2022**) e definizione di **profili nutrizionali** (**entro 2022**)

→ Armonizzazione dei **green claims** (etichettature ambientali) volontari

→ Creazione di un **quadro per l'etichettatura di sostenibilità dei prodotti alimentari** (entro **2024**)

→ Supporto all'uso di **soluzioni di imballaggio innovative e sostenibili** e revisione della **legislazione dei materiali a contatto con gli alimenti**

→ Sviluppo di un **piano di emergenza per garantire l'approvvigionamento alimentare** nei momenti di crisi

**PIANO AMBIZIOSO e CONDIVISIBILE ma con ALCUNE CRITICITÀ da CORREGGERE!**

# LE SFIDE IN EUROPA: FARM TO FORK STRATEGY (3)

***LA NOSTRA BATTAGLIA IN EUROPA SI BASA SU POSIZIONI CONSOLIDATE E CHIARE***

→**SI AD UN MODELLO ALIMENTARE PIÙ SOSTENIBILE,** DAL PUNTO DI VISTA AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICO

→**NO ALLA DISCRIMINAZIONE AMBIENTALE FRA SETTORI:** NESSUN SETTORE È INSOSTENIBILE DI PER SÉ, L'ATTENZIONE DEVE ESSERE POSTA SUI METODI DI PRODUZIONE

→**NO ALLA DISCRIMINAZIONE NUTRIZIONALE** VERSO SINGOLI PRODOTTI/NUTRIENTI/INGREDIENTI

→**SI ALL'EDUCAZIONE AL CONSUMATORE** E A **DIETE VARIE ED EQUILIBRATE**

→**NO** ALLE TEORIE CHE METTONO IN DISCUSSIONE IL MODELLO DELLA **DIETA MEDITERRANEA**

# Conclusioni….

Per il futuro, si affermano **prospettive di crescita** più rilevanti sui **mercati esteri**, mentre sul mercato interno emergono tendenze nei consumi per le quali **l'innovazione rappresenta il fattore chiave di competitività**

**Produttività, internazionalizzazione e lotta Sounding sono essenziali a garantire competitività** alle Imprese italiane, in grado di affermarsi valorizzando **sicurezza, qualità, sostenibilità e aspetti nutrizionali**

Nel settore manifatturiero la propensione **all'aumento dell'occupazione** da parte delle Imprese è strettamente correlato ai **fattori produttività ed expoall'Italianrt**

Un **quadro legislativo UE armonizzato è cruciale** per garantire **pari condizioni di competitività con i nostri competitors**

Le **battaglie a difesa del nostro made in Italy alimentare** (informazione corretta vs nutri-score, modelli alimentari universali vs modello alimentare italiano erede della Dieta Mediterranea) si vincono se portate avanti da un **filiera coesa** e sulla base della **collaborazione pubblico-privato**

FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

# *GRAZIE DELL'ATTENZIONE!*