

LETTERA
DEL PRESIDENTE



Il Presidente ASS.I.CA. Francesco Pizzagalli

Cari Associati,

quest'anno la nostra Assemblea annuale si tiene a Cremona. Una città che molto ha contribuito allo sviluppo della qualità e della tipicità dei prodotti alimentari italiani, ed in particolare dei salumi. Qui è nata una delle aziende che hanno fondato, con altre, la nostra Associazione.

Per questo un ringraziamento, non formale, va alle Istituzioni della città per averci aiutato a rendere possibile questo evento.

Un anno fa eravamo a Bruxelles a voler sottolineare l'importanza dell'Europa per tutte le tematiche inerenti il mondo dell'industria alimentare italiana. Siamo stati buoni profeti perché nel corso di questi ultimi dodici mesi molte ed importanti sono state le questioni che sono state affrontate a livello comunitario.

Non è facile dover sintetizzare un anno complesso come questo. Molti dei fattori di preoccupazione di cui avevamo percepito i primi segnali si sono, purtroppo, concretizzati. La stagnazione della nostra economia, il costante aumento dei costi energetici, la crisi del sistema finanziario e i rischi che stanno accompagnando l'eccessivo aumento dei prezzi dei cereali, sono tutti elementi che hanno ulteriormente indebolito il sistema della filiera suinicola. Le nostre aziende sono oggi strette in una morsa. La campagna mediatica sull'aumento dei prezzi, generalizzata e strumentalizzata anche da qualche confederazione agricola, ha offerto un ulteriore pretesto al mondo della distribuzione per non riconoscerci neppure l'aumento dell'inflazione. Senza contare che presentare l'industria come anello del sistema che specula sui prezzi, oltre ad essere assolutamente falso, ha creato ulteriore diffidenza nei confronti dei nostri prodotti. La realtà è un'altra. I prezzi dei salumi nell'ultimo decennio sono cresciuti sempre al di sotto dell'indice di inflazione e lo stesso dicasi delle carni suine. Abbiamo fatto sforzi considerevoli per il controllo dei prezzi.

In questa situazione, è sempre più indispensabile e strategico un rapporto costruttivo con tutti gli elementi che compongono la nostra filiera. Il nostro riferimento ultimo deve essere il consumatore, le nostre strategie devono essere indirizzate al mercato.

Oggi, infatti, la filiera suinicola nel suo complesso non produce più valore. Tutti i soggetti che la costituiscono, dagli allevatori ai mangimisti, all'industria di macellazione e di trasformazione, alla distribuzione stanno vivendo un momento difficile. È arrivato il tempo per cercare soluzioni condivise che tengano conto delle esigenze di ciascuno ma che siano espressione di un'unica strategia del settore. Pur rispettando l'autonomia ed il ruolo di ciascuno, non credo che soluzioni unilaterali come il recente "sciopero del prosciutto" portino molto lontano. Credo molto in un confronto costruttivo, come quello che ha prodotto la firma del Protocollo d'intesa della filiera suinicola, che ha visto coinvolti ASS.I.C.A., Consorzi, Regioni, Confederazioni agricole. Un accordo voluto e sostenuto dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali che definisce alcuni obiettivi strategici per il rilancio del settore, tra cui la valutazione dei maiali a peso morto, la valorizzazione del Gran Suino Padano, la definizione di un mercato unico nazionale per la quotazione dei suini e dei tagli.

La difficile situazione della filiera ci obbliga, inoltre, a porre l'accento su una delle questioni cruciali con cui molte delle nostre imprese si devono confrontare: il rapporto con il mondo della Grande Distribuzione.

Già in diverse occasioni vi ho informati del lavoro fatto dall'Associazione su questo vitale tema. Nella scorsa estate, in fase di discussione nelle commissioni parlamentari del disegno di legge "Bersani ter" era stato inserito un articolo che avrebbe meglio normato il rapporto tra Industria e GDO. Questo emendamento aveva avuto l'appoggio dei Ministri interessati e dello stesso Governo.

Questa situazione aveva inoltre portato alla costituzione di un tavolo di confronto tra le parti, presieduto dallo stesso Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali. Era stata definita una bozza di accordo, ma la caduta del Governo ha reso più problematico e meno incisivo il confronto, anche se il lavoro sta proseguendo. È un confronto difficile ma fondamentale non solo per il nostro settore ma per l'intera industria alimentare. Certo che meglio avrebbe giovato alla causa una maggior compattezza e determinazione di tutto il settore alimentare.

ASS.I.CA. non si è fermata qui. Abbiamo intensificato, dopo l'Assemblea di Bruxelles, la nostra azione presso la Comunità europea e presso le associazioni di categoria di altri Paesi. Questo sforzo ha prodotto significativi risultati. Infatti, nello scorso mese di ottobre, unica associazione italiana, siamo stati convocati dal Commissario europeo all'industria per un'audizione durante la quale abbiamo potuto illustrare la difficile situazione del nostro settore nel rapporto con il mondo della Grande Distribuzione.

In novembre, lo stesso Commissario Günter Verheugen ha organizzato una Conferenza internazionale a Bruxelles. In quell'occasione, grazie al nostro lavoro di sensibilizzazione e di coordinamento e al sostegno del CLITRAVI, abbiamo contribuito a creare le premesse per la formazione da parte della Commissione europea di un Gruppo di Lavoro di Alto Livello per promuovere la competitività dell'industria alimentare che, tra l'altro, dovrà suggerire al Parlamento e alla Commissione stessa elementi utili per poi normare i rapporti tra Industria alimentare e Distribuzione. Noi facciamo parte, unico rappresentante dell'industria alimentare italiana, di questo Gruppo di Alto Livello. Già sono stati fatti i primi incontri e, ancora una volta, il testo proposto da ASS.I.CA. è diventato il documento di riferimento.

Sempre in ambito europeo abbiamo contribuito alla raccolta di firme tra i Parlamentari, necessarie per chiedere ed impegnare la Commissione ad intervenire sul profondo squilibrio di forze tra piccole e medie imprese alimentari europee e Grande Distribuzione. Quella che sembrava una impresa impossibile si è invece realizzata: sono state ampiamente superate le 393 firme necessarie.

Un altro grande tema ci sta impegnando sia sul piano nazionale che europeo: le "private label" ed il loro sviluppo commerciale. Esse rappresentano una questione strategica che può mettere in discussione l'esistenza stessa delle aziende.

Da un lato, infatti, sono un'occasione per far crescere volumi e fatturati. Ma, al tempo stesso, limitano lo sviluppo dei marchi delle imprese produttrici, che costituiscono uno dei valori delle nostre aziende, e rischiano di trasformarci in semplici produttori per conto terzi.

La diminuzione del valore e la graduale marginalizzazione dei marchi aziendali implica poi un ulteriore, grave, rischio: aumentare la già elevata sostituibilità delle imprese e, di conseguenza, l'enorme potere contrattuale della GDO.

Questo fenomeno, infine, comporta un'alterazione della concorrenza con le referenze a marca industriale. La Distribuzione, infatti, è, attraverso le "private label", al tempo stesso nostro cliente e nostro concorrente.

L'assenza del nome dell'impresa produttrice sulle confezioni dei nostri prodotti è, quindi, un elemento negativo sia per le aziende sia per i consumatori, i quali ci chiedono sempre più trasparenza. Per questi motivi, noi chiediamo che sia sempre indicato, a fianco del nome della catena distributiva anche il nome del produttore.

Ai problemi a valle si aggiungono poi quelli a monte. Durante l'ultimo anno la già ricordata crisi generata dagli aumenti del costo dei cereali ha provocato una difficile situazione nel mondo della zootecnia, soprattutto quella suinicola. Una crisi la cui gravità mai si era vista precedentemente e le cui conseguenze stanno avendo effetti preoccupanti sull'intera filiera. Questa situazione ha portato, come spesso succede, a pressioni finalizzate ad ottenere l'indicazione dell'origine della materia prima

sull'etichetta dei prodotti, sperando così di vincolare le scelte dei consumatori all'origine geografica della carne. ASS.I.CA. non condivide questa posizione che, tra l'altro, cerca di acquisire vantaggi competitivi impropri minando il principio stesso di mercato unico. Noi riteniamo corretta la posizione da sempre sostenuta dalla Commissione europea che considera l'origine di un prodotto il luogo dove avviene la trasformazione sostanziale prima della sua immissione in commercio. Se così non fosse verrebbe annullato tutto il valore aggiunto che l'industria, tramite le sue ricette, la sua tradizione e le sue capacità innovative, apporta al prodotto trasformato. Occorre poi ricordare che molti dei nostri prodotti, grazie al lavoro e alla lungimiranza della nostra Associazione, sono prodotti DOP. L'esempio più recente è quello del Gran Suino Padano, una DOP per quasi nove milioni di animali. L'industria dei salumi ha, infatti, sempre cercato di rispondere alle esigenze del mercato che chiede diversificazione di prodotti per qualità e prezzo.

Non si deve dimenticare, inoltre, che il nostro patrimonio suinicolo non è sufficiente a garantire le richieste dell'industria che deve approvvigionarsi su altri mercati. Se così non fosse si correrebbe il rischio di avere prodotti il cui costo potrebbe non essere recepito dal mercato stesso.

Noi pensiamo che le strade da percorrere siano altre, in primis la capacità di valorizzare il più possibile i tagli del maiale nazionale attraverso i prodotti DOP e, soprattutto, con il definitivo lancio del Gran Suino Padano. Dobbiamo infatti guardare a questa filiera con uno sguardo nuovo, con la consapevolezza che dobbiamo fare affidamento sulle nostre capacità e che sono finiti i tempi in cui era sufficiente produrre perché il valore di due cosce poteva pagare il valore dell'intero maiale.

Oggi siamo chiamati ad operare in un mercato complesso che cambia costantemente e velocemente, dove occorrono strategie nuove che siano il risultato anche di un sistema di filiera le cui componenti hanno imparato a lavorare insieme.

L'accento alla valorizzazione mi porta ad affrontare il tema dell'export.

In questi ultimi anni le esportazioni ci hanno aiutato e sono cresciute in modo costante. Non posso però dimenticare che in più occasioni le nostre esportazioni sono state penalizzate da impatti negativi delle zoonosi che si sono verificate nel settore degli allevamenti. Sempre più spesso i Governi di Paesi terzi fanno uso strumentale delle misure veterinarie per introdurre surrettiziamente barriere commerciali. Per questi problemi, come per altri legati all'export, abbiamo bisogno di consolidare i rapporti tra filiera e autorità veterinarie regionali e nazionali. In questo contesto il processo in atto per arrivare al riconoscimento del concetto di "regionalizzazione" della nostra filiera diventa un passaggio fondamentale per garantire ulteriori possibilità di sviluppo delle nostre esportazioni.

Al tempo stesso, di importanza strategica è la difesa dei nostri prodotti dai fenomeni di contraffazione e frode. Merita quindi sostegno l'iniziativa della Commissione europea di chiedere, a livello di accordi WTO, il riconoscimento per le DOP e IGP della stessa protezione internazionale di vini e bevande alcoliche.

E sempre più fondamentale, a questo proposito, è il ruolo ed il lavoro che sta svolgendo I.V.S.I. per promuovere e valorizzare i salumi nel mondo.

Il tema della valorizzazione dei prodotti non mi può far dimenticare un accenno al sistema delle fiere. Oggi per competere con gli altri Paesi europei, sempre più aggressivi sui mercati esteri, abbiamo bisogno di costruire un sistema Paese forte. Troppi soggetti, troppi enti, troppe fiere. Un mercato globale non lo si affronta con tante piccole fiere di paese.

Abbiamo necessità di sviluppare uno strumento fieristico efficace ed efficiente per esportare all'estero il sistema alimentare italiano. Per ottenere questo risultato, le aziende non devono essere considerate solo dei clienti delle fiere ma devono diventare protagoniste, cogestendo il sistema fieristico.

Ho voluto in queste righe citare alcune delle grandi tematiche su cui la nostra Associazione è impegnata, ma non posso dimenticare il lavoro di informazione e formazione svolto a favore delle imprese. ASS.I.CA. in questi ultimi anni è cambiata perché il suo ruolo non è più solo quello di dare risposte alle aziende su questioni del settore, non è più solo quello di presidiare lo scenario istituzionale per sviluppare correttamente quella politica di lobby che deve difendere i legittimi interessi delle aziende. ASS.I.CA. oggi è investita di una responsabilità ancora più grande: definire gli obiettivi e le strategie che garantiscano al mondo della salumeria un futuro da protagonista. Per far questo occorre un'Associazione forte, compatta, i cui soci siano parte attiva dell'azione associativa. Non solo: occorrono capacità progettuali, idee illuminate. Occorre dare una dimensione di settore agli interessi legittimi delle singole aziende. Avete un'Associazione che gode di grande prestigio in tutti gli ambiti in cui è presente, in Italia e all'estero. La nostra forza è la forza delle nostre idee, dei nostri valori, è la coerenza con cui sosteniamo le nostre battaglie. Dovremmo avere l'orgoglio di questa appartenenza.

Il 2007 è stato difficile e faticoso e quello iniziato non è da meno. Ringrazio ciascuno di voi per la fiducia che mi ha sempre testimoniato. Ringrazio tutti i Consiglieri per l'impegno ed il contributo costruttivo che non mi hanno mai fatto mancare. Ed un ringraziamento particolare va al Direttore e alla struttura, scusandomi per non aver sempre dedicato loro tempo e capacità necessarie a guidarli in un lavoro spesso difficile. Nel salutarvi voglio, in modo inusuale, chiudere questa lettera con un pensiero che meglio di tante espressioni aiuta a capire come affrontare questo momento non facile.

*“Per arrivare alla vetta talvolta dobbiamo lottare
con i venti gelidi che provengono dai ghiacciai,
altre volte con le piogge incessanti,
ma bisogna proseguire il cammino,
altrimenti non vedremo mai la luce.
L'importanza del viaggio non sta tanto nel sapere dove siamo,
ma verso quale direzione stiamo andando,
senza perdere nulla di ciò che troviamo lungo il percorso”.*

Buon lavoro a tutti.