



**Senato della Repubblica Italiana
- 10 Commissione Industria, Commercio e Turismo -**

***Indagine conoscitiva sulla condizione competitivita' delle imprese industriali
italiane***

**Audizione del Presidente Guido Barilla
Roma, 24 giugno 2009**

1. L' industria alimentare italiana : le cifre di base

Fatturato, dipendenti e esportazioni

L'industria alimentare italiana rappresenta - insieme ad agricoltura, indotto e distribuzione - la **prima filiera economica del Paese** e il **secondo settore produttivo italiano**, dopo quello metalmeccanico.

Nel 2008, il **fatturato complessivo dell'industria alimentare italiana** ha raggiunto **120 miliardi di euro**, dei quali l'export – a quota 20 miliardi – rappresenta circa il 18%.

Il comparto alimentare italiano conta **6.400 imprese, 400.000 dipendenti**, acquista e trasforma circa il **70% delle materie prime nazionali** e investe ogni anno **2 miliardi di euro in ricerca e sviluppo**.

2. Il Gruppo Barilla

Quella di Barilla è una storia lunga oltre 130 anni e quattro generazioni.

Da una piccola bottega di pane e pasta nel centro di Parma, Barilla e' oggi uno tra i principali gruppi alimentari italiani, leader mondiale nel mercato della pasta e tra i primi tre gruppi europei nei prodotti da forno, con:

- un fatturato di 4,54 miliardi di euro
- 16.000 dipendenti
- 53 stabilimenti produttivi nel mondo
- 13 stabilimenti produttivi in Italia
- presenza in 120 paesi
- 36 milioni di euro in investimenti Ricerca e Sviluppo
- 850 fornitori di materie prime e materiali di confezionamento
- 80 filiere di approvvigionamento per le materie prime
- 5 filiere di approvvigionamento per i materiali di confezionamento
- 34.000 analisi su materie prime e materiali di confezionamento
- 100.000 analisi su semilavorati e prodotti finiti

Barilla rappresenta uno dei simboli del Made in Italy nel mondo, espressione di forti tradizioni valori e identità'.

Da sempre siamo impegnati ad offrire alle **persone prodotti di qualità' al giusto prezzo**, che contribuiscano alla loro salute e al loro benessere, aiutandole a vivere meglio.

Crediamo che il **modello gastronomico italiano** rappresenti un modello alimentare ideale, grazie alla combinazione di ingredienti di qualità' superiori e di ricette semplici, che regalano esperienze uniche ai cinque sensi.

Barilla riconosce inoltre che la **crescita durevole ed economicamente sostenibile** e' possibile se gli obiettivi aziendali e quelli generali della società' sono indissolubilmente legati.

In tale contesto, abbiamo di recente creato il **Barilla Center for Food and Nutrition**, un centro di pensiero e di proposte concrete in materia di alimentazione e nutrizione.

Uno degli obiettivi principali del Barilla Center for Food and Nutrition e' quello di elaborare chiare raccomandazioni e proposte sui temi dell'alimentazione e nutrizione da condividere con i decisori, gli opinion makers e il grande pubblico, con l'obiettivo finale di migliorare la vita delle persone.

3. L'industria italiana della pasta

L'industria italiana della pasta rappresenta un **settore strategico per il Paese** e per la promozione del Made in Italy nel mondo. Le aziende pastaie italiane sono imprese familiari, fortemente radicate sul territorio e nella tradizione.

Il settore pastaio italiano è **primo nel mondo per produzione** (3.230.000 tonnellate per un valore di 3,76 miliardi di euro), **potenzialità produttiva**, **consumo nazionale** (1.528.000 tonnellate per un valore di 2.3 miliardi di euro), consumo pro-capite (27 kg.) ed **esportazione** (1.700.340 tonnellate per un valore di 1,45 miliardi di euro)

Il settore è caratterizzato da una **forte maturità del mercato interno** e da una **capacità produttiva inespressa**, attualmente stimata in circa 4.800.000 tonnellate annue, con un grado di utilizzazione degli impianti del 66% circa.

La **progressiva riduzione del numero dei pastifici** (nel 1970 ve ne erano 450 mentre oggi se ne contano solo 129) preoccupa in quanto indicatore delle difficoltà che sta attraversando un settore trovatosi in larga parte ad operare con margini insufficienti a garantire la sostenibilità della produzione.

Il 2008, nel complesso, si è chiuso con una sostanziale tenuta dei **volumi prodotti**, stimati in circa **3,2 milioni di tonnellate**. Il **consumo interno** è

attestato su 1,5 milioni di tonnellate per un **valore di 2,8 miliardi di euro**. Il consumo pro-capite e' stimato a **26 kg**.

Quanto all'**export**, l'Italia ha esportato circa **1,6 milioni di tonnellate di pasta** (in calo del 5,6% rispetto all'anno precedente) per un valore di circa **1,9 miliardi di euro**.

I produttori italiani di pasta operano in una **filiera produttiva lunga ed articolata**, composta da numerosi fornitori italiani e stranieri e strutturata a monte da coltivatori/agricoltori, cooperative di coltivatori/agricoltori (operanti direttamente o tramite intermediari), industria molitoria e industria pastaia, e a valle da grande distribuzione organizzata (operante attraverso catene nazionali e internazionali), cooperative e distribuzione tradizionale.

La pasta italiana continua a rimanere **un modo sano e economico per alimentarsi**: un pacco di pasta da **500 grammi** costa infatti circa **80 centesimi** e soddisfa le esigenze alimentari di 4 persone.

La produzione di pasta rappresenta per l'Italia un **patrimonio di grande valore economico e culturale**. E come tale va difeso, nell'interesse delle imprese produttrici, dei lavoratori e dei consumatori.

4. Alcune delle principali questioni che toccano il comparto alimentare

Indicazione obbligatoria in etichetta dell'origine delle materie prime

Con riferimento alle proposte di legge sull'introduzione obbligatoria in etichetta dell'origine delle materie prime utilizzate nella produzione degli alimenti, e' opportuno sottolineare che l'elemento caratterizzante dei prodotti alimentari italiani risiede nel processo di selezione, lavorazione e trasformazione delle materie prime nazionali o estere), piu' che nella loro provenienza. Il Made in Italy e' difatti caratterizzato da una straordinaria cultura di trasformazione alimentare.

Rapporti con la grande distribuzione organizzata

E' prioritario raggiungere una maggiore efficienza, trasparenza e chiarezza nei rapporti tra industria alimentare e grande distribuzione organizzata, attraverso un dialogo costante e trasparente.

La contemperazione delle esigenze dell'industria alimentare e di quelle della grande distribuzione organizzata richiede la definizione di regole chiare e condivise. In tal senso, lo sviluppo di un Protocollo d'intesa tra l'industria alimentare italiana (Federalimentare) e la grande distribuzione organizzata e l'istituzione di un tavolo di lavoro presso il Ministero dello Sviluppo Economico rappresentano concrete iniziative finalizzate al raggiungimento di obiettivi condivisi.

#