



Consultancy and Market Research  
Food and Dairy  
www.clal.it

## Assemblea Assolatte, giugno 2005 : **Lettera del Presidente, Giuseppe Ambrosi**

### **Una premessa**

E' diffusa la sensazione di vivere un momento in cui, ai problemi di sempre, si sommano questioni e doveri nuovi: a fronte di questa situazione, è compito degli Industriali inserirsi negli eventi con atteggiamento costruttivo, reagire positivamente e far sentire la propria voce, per diffondere "una carica di fiducia e di ottimismo" ai Fornitori di Latte e a tutti i Soggetti attivi nel settore. L'atteggiamento più utile è guardare ai problemi senza invocare "sostegni assistenziali ed aiuti miracolistici" e spostando invece l'attenzione sul tema della complessiva competitività del settore. E' in questa direzione che occorre "trovare gli strumenti ed intraprendere le iniziative migliori".

### **Due punti di partenza**

Ci sono due importanti punti di forza del nostro sistema su cui far leva per una robusta ripresa del settore:

- quello del **made in Italy (da sfruttare nelle sue molteplici potenzialità)**
- e quello delle nostre **esportazioni (la cui strategia va messa a punto scientificamente)**.

Attorno a questi poli è necessario far convergere i propositi di tutti gli attori della filiera (agricoltura, industria, commercio e istituzioni), nel comune intento di "offrire sui mercati nazionali ed internazionali il meglio delle risorse naturali del nostro territorio e delle capacità creative ed imprenditoriali del nostro popolo."

### **La crisi**

Sulla base di questa consapevolezza è possibile affrontare una crisi che nasce da anni di pesantezza economica, una crisi determinata da una pluralità di fattori quali:

- i fenomeni monetari mondiali,
- l'abbandono del sostegno comunitario all'export dei formaggi italiani,
- la maggior competitività internazionale innescatasi con la globalizzazione e con l'allargamento europeo,
- l'aggressività delle diverse forme di distribuzione organizzata e il ruolo crescente che vanno acquisendo le catene estere nel nostro Paese,
- l'andamento del costo della vita in rapporto a profitti e salari.

La crisi non deve far dimenticare, però,

- **quanto la realtà sia ricca di risorse, di conoscenze e di tecnologia;**
- **quanto i prodotti italiani, provenienti da una zootecnia avanzata e da un'industria all'avanguardia, siano validi per qualità e fattura.**

Tale certezza deve alimentare la fiducia nel futuro, la disponibilità all'apertura e al fare.



Consultancy and Market Research  
Food and Dairy  
www.clal.it

## Le risposte degli Industriali

Oltre a proteggere mercati e prodotti italiani, appare necessario azzerare conflittualità interne e affrontare con senso di realtà il **calo dei consumi** (“nonostante le DOP, le IGP, le STG, ...i”) e **dei margini di guadagno delle Imprese**.

Non risulta sufficiente “far diventare l'Italia tutta una DOP per salvaguardare il reddito di chi produce latte e di chi lo trasforma”, specie di fronte alle quotazioni dei Formaggi DOP che, nonostante l'eccellenza dei prodotti, sono proposti “a prezzi poco più che regalati per colpa di politiche sbagliate”.

Si tratta di agire “**nel solco della tradizione e in quello dell'innovazione**”, sia nella direzione dei DOP, i cui prezzi vanno difesi, sia nella direzione di nuovi prodotti, più concorrenziali, per competere con le produzioni estere, perchè “ogni prodotto ha il suo mercato ed ogni mercato ha il suo prodotto”

Di fronte alla proposta - delle rappresentanze agricole - di legare l'origine del prodotto trasformato a quella della materia prima (un formaggio è italiano se è italiano il latte con cui è stato prodotto), per aumentarne il valore di mercato, **prende forma una risposta diversa** all'esigenza del mondo agricolo di migliorare il proprio reddito, nel quadro di un complessivo miglioramento dei destini dell'Industria e del Paese.

**Partendo e dal fatto che il latte italiano è poco, invece di ridurre la quantità di prodotti a marchio 'made in Italy' con l'imposizione di materia prima nazionale, la proposta è di intervenire, invece, sulla programmazione dei prodotti DOP e di operare sul fronte dell'ampliamento della richiesta in Italia e all'estero dei nostri formaggi.**

## Le occorrenze strutturate

Un ampliamento della domanda dei formaggi italiani - e di tutti gli altri derivati lattiero-caseari prodotti - **richiede un progetto comune e una sinergia di interventi ben ponderati e congegnati, all'interno di un'ottica di filiera**, ovvero :

- una precisa e continuativa strategia di comunicazione e di valorizzazione dei prodotti e dei marchi;
- un confronto serrato e sereno con il **mondo della distribuzione** e con le loro rappresentanze, in vista del raggiungimento di una più equa redditività in favore di tutti i soggetti del sistema;
- l'organizzazione di **azioni promozionali** e di **comuni percorsi** per avviare una **penetrazione nei mercati esteri**, “a condizione che **tutti** accettino però di sostenerne gli oneri per la parte che gli compete in ragione del proprio ruolo e dei vantaggi che gliene possono derivare, ivi comprese evidentemente le **istituzioni**” (Stato, Regioni e ogni altra entità che è di queste forze lo strumento operativo);
- un contestuale ed incisivo **intervento sui diversi fattori di costo** che determinano il prezzo finale dei prodotti: non basta la qualità per competere; essa deve essere sempre in stretta relazione al prezzo.



In questo contesto va collocato e affrontato il problema del prezzo della **materia prima latte**, “che da noi continua ad essere tra i più alti sia in Europa che nel resto del mondo.”



Consultancy and Market Research  
Food and Dairy  
www.clal.it

## Un bilancio :

### Problemi aperti

Restano, tra i tanti ancora aperti,

- il problema determinato dal sistema delle quote-latte,
- la questione della presenza nel nostro ordinamento di normative ostiche e ritardanti,
- l'handicap di non poter utilizzare gli stessi ingredienti che vengono legittimamente impiegati all'estero per prodotti che arrivano sui nostri mercati,
- le incognite legate ai negoziati WTO, in materia di protezione internazionale delle denominazioni geografiche,
- le difficoltà derivanti dalla progressiva riduzione delle restituzioni e degli aiuti all'ammasso privato,
- la complessità di un sistema bancario lontano dalle imprese,
- i ritardi con cui lo Stato provvede ai rimborsi dell'I.V.A. anticipata dalle Aziende.

### Progressi

Vanno considerati positivamente:

- il perfezionamento del progetto normativo “che dovrebbe consentire maggiore facilità di contrasto contro il fenomeno della contraffazione”;
- i progressi sul fronte della comunicazione e della corretta informazione del consumatore, mirata alla diffusione di una seria cultura alimentare;
- gli interventi su tutti gli aspetti sanitari e qualitativi della materia prima e dei prodotti trasformati,
- la revisione dell'attuale Manuale di corretta prassi operativa in materia di igiene e di applicazione dei principi del sistema HACCP nel settore lattiero-caseario,
- la soluzione, almeno per il momento, dei problemi riguardanti la gestione del siero di latte e dei resi della distribuzione,
- l'ampliamento delle strutture organizzative e logistiche dell'Associazione,
- gli studi in materia di rintracciabilità e le iniziative di aggiornamento.

### Aspettative

**Nell'ambito di un complessivo richiamo alla coesione interna, la meta che si persegue è quella di “fare squadra per realizzare insieme, con le dovute risorse, tutti gli investimenti” funzionali alle imprese e alla salvaguardia delle garanzie offerte ai consumatori.**