

Al Cibus di Parma illustrato il piano Ue per cofinanziare l'innovazione di prodotto: sono già 200 le domande italiane

In arrivo 23 miliardi per la ricerca

Progetto di Bruxelles per sostenere gli investimenti delle Pmi

DAL NOSTRO INVITATO
PARMA ■ L'innovazione ultima frontiera del business alimentare. Una frontiera necessaria ma tutta da decifrare e non sempre accessibile per la totalità delle imprese. Specie se di modeste dimensioni. Per questo Bruxelles, d'intesa con la Confederazione delle industrie alimentari della Ue (Ciaa), ha deciso di affiancare le piccole e medie aziende che si avventurano sul terreno della ricerca.

Nel trionfo di formaggi, insaccati, paste, sughi e dolci di ogni genere esposti a più non posso negli sfavillanti stand del Cibus di Parma, l'industria del cibo celebra sé stessa insistendo sui prodotti già noti tipici del territorio, della tradizione e dell'industria. Ma anche pensando al proprio futuro e facendolo nel modo che più gli è congeniale; ovvero limitandosi a rielaborare ciò che ha già fatto, o guardando arditamente lontano a proposte tout-court innovative. Il tutto a conferma dell'intramontabile detto che "a tavola tutto fa brodo", ma anche dimostrando consapevolezza per cui senza innovazione anche a tavola non si va molto lontano.

Ma mentre per le grandi imprese questa propensione è più evidente, per le Pmi (piccole e medie imprese) tutto è assai più incerto e difficile. Di qui la volontà della Commissione Ue di volere sostenere le piccole imprese desiderose di imbarcarsi in progetti volti non solo a migliorare ed esaltarle gli standard di qualità e sicurezza dei prodotti, ma anche a investire in cibi e bevande contenenti proprietà nutrizionali adeguate alle nuove aspettative salutistiche dei consumatori.

Il progetto Ue si chiama TrueFood (Traditional united europe food), dispone di una dotazione complessiva superiore a 23 milioni di euro (di cui due terzi coperti dalla Ue e la parte rimanente a carico delle imprese) è diventato operativo lunedì primo maggio, con una durata di quattro anni. Più di 200 le proposte italiane già pervenute agli uffici di Federalfimento.

In un contesto di mercati globalizzati, il futuro della tavola sarà sempre più aperto alle nuove proposte provenienti da ogni angolo del globo. E la vecchia Europa non può farsi trovare scoperta da questo punto di vista. Di qui il progetto TrueFood che — come hanno detto ieri al Cibus il presidente della Ciaa, Jean Martin, il responsabile della Commissione food quality della Ue, Antonio Di Giulio e il leader degli imprendito-

ri alimentari italiani, Luigi Rossi di Monteleone — si propone di cofinanziare le Pmi nella ricerca e innovazione di prodotti tradizionali.

Tutto questo per via che mentre finora la domanda ha privilegiato la percezione sensoriale, l'origine geografica e la praticità d'uso dei prodotti, d'ora in poi l'attenzione dei consumatori si sposterà sempre più verso la qualità e la sicurezza, limitando la domanda di prodotti tradizionali. Una tesi che sicuramente si scontra con quanto predicano i paladini della tipicità e del territorio, ma che il mercato invece conferma. E d'altra parte qui al Cibus, proprio in mezzo al

Il marchio Fini al fondo L-Capital

PARMA ■ Nuova proprietà per i tortellini Fini. Il rinomato marchio di prodotti alimentari fondato nel 1912 dal modenese Teleforo Fini si appresta infatti a uscire definitivamente dalla scuderia del gruppo Malgara Chiari & Forti per finire nell'ambito di L-Capital, il fondo di private equity francese che fa capo alla multinazionale del lusso Lvmh di Bernard Arnaut. A rilevare sarà formalmente la società Nuova Conserve di Ravarino di Modena (20 milioni di fatturato), a sua volta acquisita di recente dal fondo francese. Che così conferma la volontà di realizzare un polo di aziende di nicchia nel settore della tavola made in Italy. L'operazione comprende marchio Fini e Paf, stabilimento, 120 dipendenti e un giro d'affari di circa 35 milioni di euro; il closing è previsto per lunedì prossimo a Milano. Nessuna indiscrezione è trapelata sul valore della transazione, che comunque segna l'uscita di Malgara dal settore della pasta.

trionfo di insaccati e mozzarelle, gli espositori fanno a gara nel presentare nuovi elaborati e addirittura iniziative imprenditoriali che sfrutta la capacità di maestri dei fornelli che si cimentano in nuovi piatti. È il caso del pastificio De Cecco di Fara San Martino che ha lanciato una nuova linea di sughi rossi e bianchi firmati dal cuoco a tre stelle Michelin Heinz Beck del ristorante La Pergola di Roma e, sulla stessa onda, di Moreno Cedroni da Senigallia che ha presentato curiosi "salumi di pesce" distribuiti dalla rete della casa vinicola Umami Ronchi e già parecchio corteggiati da alcuni grandi buyer del Nord Europa.

E, di novità in novità, ecco la "frutta sott'olio" del mastro oleario abruzzese Giuseppe Ursini, che ha presentato ardite e a quanto pare gustose preparazioni con mele, cotogne, cachi e pesche.

NICOLA DANTE BASILE

Un giro d'affari superiore ai 100 miliardi di euro

L'industria alimentare italiana (dati riferiti all'anno 2005)



I concorrenti / Uno sviluppo al ritmo del 5-10% all'anno

La Spagna cresce con l'export

MILANO ■ Vino, carne, olio, conserve di ortaggi e di pesce. L'industria agroalimentare spagnola occupa il quinto posto in Europa per fatturato, dopo la Germania, la Francia, la Gran Bretagna e l'Italia (quasi a pari merito). La produzione del settore nel 2004 (secondo la Fiab, la Federazione spagnola industrie dell'alimentazione e bevande) ha superato i 65 miliardi, pari all'8,15% del Pil ibero, con una crescita dell'1,6 per cento.

Le aziende alimentari rappresentano il 17% della produzione industriale totale in Spagna, il 12% del valore aggiunto e il 14% dell'occupazione nell'industria. Negli ultimi dieci anni — spiegano fonti della Fiab —

l'export ha continuato a crescere del 5-10%; anche se l'incremento delle importazioni (tallone d'Achille dell'economia spagnola) impedisce l'equilibrio della bilancia commerciale. Nel 2004, inoltre, gli investimenti stranieri diretti sono cresciuti dell'8,27%, toccando quota 813 milioni. Da parte sua, la Spagna ha investito 572 milioni all'estero, soprattutto nell'Unione europea.

I settori principali dell'industria alimentare spagnola sono le bevande

(15%) e la produzione di carni (14%), seguiti da olii (5%), latticini (5%), frutta e ortaggi (4%). Il vino è un mercato in crescita e rappresenta circa il 12,5% dell'industria nazionale nel 2004 le vendite all'estero (1,47 miliardi) sono aumentate del 6% rispetto al 2002, sostenute dalla domanda di Paesi come Francia, Germania, Portogallo, Gran Bretagna e Italia. La Spagna è poi il primo produttore mondiale di olio (con una media di 700-800mila tonnellate, che hanno raggiunto 1,4 milioni nelle campagne più recenti) e il quarto di carne suina (dopo Cina, Usa e Germania). Nonostante l'importanza del settore nell'economia spagnola, — spiegano fonti della Fiab — ha accumulato qualche ritardo, in particolare sul fronte dell'internazionalizzazione.

Ma c'è un ostacolo — secondo la Fiab — che frena la crescita delle dimensioni dell'industria e dunque anche le possibilità di investimento ed espansione all'estero. È la frammentazione di un settore costituito per il 96,7% da piccole imprese con meno di 50 dipendenti (oltre l'81% non raggiungono i 10); solo il 2,5% impiega fra le 50 e le 200 persone

mentre le grandi aziende, con oltre 200 lavoratori, non arrivano allo 0,8%. Nonostante la stabilità del settore si è registrata una riduzione del numero complessivo di aziende passate dalle 33.275 del 2003 alle 32.585 del 2004. Le dimensioni ridotte rendono più difficile la risposta alle sfide principali che affronta oggi la Spagna: necessità di crescere nel mercato internazionale, far fronte alla grande distribuzione e rafforzare ricerca, sviluppo e innovazione.

Un campo nel quale il paese ibero è ancora debole. Gli esempi positivi non mancano, ma sono ancora pochi. Il settore privato ha creato due importanti centri di ricerca tecnologica nel campo della trasformazione dei prodotti della pesca (in Galizia) e delle conserve vegetali (in Navarra), mentre l'amministrazione pubblica ha avviato alcuni centri e laboratori legati soprattutto alle università. Ma innovare è costoso. In Spagna, ogni anno, debuttano sul mercato 700 nuovi prodotti alimentari, ma oltre il 75% fallisce. Senza le dimensioni giuste e il capitale per investire, sostiene la Fiab, il confronto con l'estero è difficile. Negli ultimi anni ci sono state aziende che

sono riuscite a crescere, guadagnando grandi dimensioni attraverso acquisizioni nazionali e internazionali, anche negli Usa e in Italia (è il caso del gruppo Sos Cuétara) o attraverso alleanza strategiche (Ybarra). I colossi dell'industria alimentare, da Ebro Puleva (latte, pasta, biscotti e succhi di frutta) a Campofrio (carne), da Pescanova (multinazionale galiziana specializzata nella pesca e nel congelamento) a Leche Pascual (caseificio) vantano una forte e capillare presenza internazionale.

Incrementare l'export, però, è una scelta, ormai è un obbligo. E non solo per i giganti alimentari. Lo ha ricordato recentemente Josep Lluís Bonet, presidente del gruppo Freixenet (cava, il vino spumoso) e della fiera Alimentaria di Barcellona. Un appuntamento ambizioso che ha già scalato posizioni e nell'ultima edizione ha guadagnato il secondo posto a livello mondiale (dopo l'Anuga di Colonia). L'obiettivo, per il 2008, è diventare la prima fiera internazionale del settore alimentare: segno che la Spagna — sul fronte promozione — ha deciso di scommettere molto.

MARINA LUCIANI

RIFORMA ORTOFRUTTA

Ora resta l'incognita degli aiuti

CESENA ■ Un documento scritto ancora non c'è ma ormai è questione di giorni: il 18 maggio sarà infatti presentata a Bruxelles una prima valutazione d'impatto della riforma del settore ortofruttilicolo. E prima della pausa estiva, la Commissione Ue dovrebbe sottoporre al Consiglio dei ministri agricoli una proposta di revisione dell'Organizzazione comune di mercato varata nel 1996, per puntare quindi all'approvazione del regolamento entro l'anno, sotto la presidenza di turno finlandese.

Dalle prime indiscrezioni, tra le diverse opzioni si sarebbe fatta strada quella del disaccoppiamento degli aiuti che potrebbe essere applicata ai prodotti ortofruttilicoli trasformati, a cominciare dal pomodoro da industria. Anche se alcuni Stati membri avrebbero chiesto, sia pure con margini di flessibilità, di applicarlo anche al segmento del fresco.

In Italia, primo produttore europeo con circa 800mila aziende agricole attive, per un giro d'affari di oltre 11 miliardi di euro, l'ipotesi ha già sollevato le critiche degli addetti ai lavori, riuniti in questi giorni a Cesena per la rassegna internazionale Macfrut, che chiude oggi i battenti. Tutti d'accordo, tra l'altro, sull'esigenza di rafforzare il ruolo delle Organizzazioni di produttori (Op), attraverso un aumento delle risorse per i programmi operativi — dal 4,1% al 6% della produzione commercializzata — e processi di fusione e aggregazione per aumentare la concorrenza dell'offerta. Nonostante l'accresciuta capacità di spesa dei fondi Ue (511 milioni nel 2005, pari al 29% del budget complessivo) lo Op controllano infatti solo il 40% della produzione di frutta e ortaggi, a fronte di un obiettivo iniziale previsto da Bruxelles del 60 per cento. E qui Giuseppe Calcagni, presidente designato della Freshfel, l'associazione degli operatori europei, non lascia speranze: «Il bilancio Ue, a seguito dell'ingresso dei dieci nuovi Paesi, è destinato a restringersi ed è improbabile che la Commissione conceda una contribuzione superiore al 4,1%».

Ma di aprire la strada al disaccoppiamento degli aiuti proprio non se ne parla. «Per i prodotti trasformati l'ipotesi è verosimile, per quelli freschi credo sia meno perseguibile — afferma Paolo Bruni, presidente di Fedagri-Confcooperatore e vicepresidente della Cogeca, la confederazione delle coop europee — mi batterò per correggere questa Ocm, non per smantellarla». «Siamo sconcertati — aggiunge Fabrizio Marzano, presidente dell'Unapora (Unione nazionale tra le organizzazioni di produttori) — una scelta del genere porterebbe all'azzeramento del sistema organizzato che tutti i Paesi riconoscono necessario per la crescita del settore».

Perplessa anche Luciano Trentini, presidente dell'Arefel, l'associazione cui fanno capo 27 regioni ortofruttilicole europee: «Una verifica potrà essere fatta su colture a pieno campo, come il pomodoro, anche se per questa si presenterebbe poi il rischio di una delocalizzazione produttiva dalle aree vocate». «A Bruxelles abbiamo presentato proposte anticrisi già due anni fa — incalza Renzo Piraccini, direttore generale di Apofrutti Italia — ora aspettiamo risposte operative: qualunque sarà lo strumento adottato, dovrà impedire che a un aumento dell'offerta del 10% corrisponda un crollo dei prezzi del 30%».

MASSIMO AGOSTINI

A MILANO

Caseari		
Burro e crema di latte	26,04	06,76
Rilevazione settimanale della Camera di Commercio di Milano (Prezzi medio statistico riferiti alla situazione di mercato accertata nella settimana precedente). Iva esclusa, al kg. N.B. — Le forme e i tagli, l'iva esclusa, al kg.		
Formaggi		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Burro pastorizzato	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

SULLE ALTRE PIAZZE

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55
Formaggio a pasta dura (provolone)	2,70	2,70
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,65	1,65
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	1,25	1,25
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,11	8,11
Formaggio a pasta dura (casu marzu)	8,10	8,10

Caseari		
Formaggio a pasta molle (capri)	1,80	1,80
Formaggio a pasta dura (parmigiano)	2,55	2,55