



**UNIONFOOD: AZIENDE DELL'ALIMENTARE IN CRISI
PER COSTI DELLE MATERIE PRIME, DELL'ENERGIA E DEI TRASPORTI
DANNI PER MILIONI DI EURO PER I BLOCCHI ALLA PRODUZIONE
SCENARIO INEDITO E DESTABILIZZANTE, INSOSTENIBILE PER IL MADE IN ITALY**

Roma, 15 marzo 2022 – *“Le aziende associate da mesi stanno fronteggiando una crisi senza precedenti. Gli approvvigionamenti di materie prime sono il primo motivo di difficoltà delle nostre aziende, sia per quelle materie prime, come l’olio di girasole o il frumento tenero, che venivano direttamente dalla Russia e dall’Ucraina, sia per gli aumenti di prezzo dell’energia e delle materie prime alternative che evidentemente stanno speculando su queste carenze.”* **Mario Piccialuti, Direttore Generale di Unione Italiana Food** esprime una rinnovata e sempre più forte preoccupazione per l’impatto che la situazione attuale sta avendo sulle imprese alimentari italiane.

Le aziende sono messe alle strette, da mesi, da una serie di fattori, tutti di dimensioni finora mai viste e di cui è difficile prevedere gli sviluppi: la forte ripresa dell’economia nell’ultima fase della pandemia, si è scontrata con una iniziale difficoltà di reperimento di alcune materie prime, come ad esempio il grano duro per la produzione di pasta, a causa di eventi climatici particolari e di raccolti non soddisfacenti da parte di alcuni paesi storici di importazione.

A questa fase si è aggiunta, già molte settimane prima del conflitto russo-ucraino, una forte e costante impennata dei costi energetici e forniture gas che si è abbattuta sulle aziende e che ha penalizzato *in primis* le aziende più energivore come quelle produttrici di gelati, surgelati, di prodotti da forno, pasticci etc. ma che attualmente è arrivata a colpire tutte le produzioni.

Con il conflitto in atto, inoltre, non solo sono venute a mancare alcune forniture che provenivano direttamente dai paesi coinvolti nella guerra, come ad esempio l’olio di girasole e grano tenero, ma anche i listini delle altre materie prime sostitutive hanno registrato forti aumenti dei prezzi, nell’ordine anche del 90%, peggiorando ulteriormente la situazione produttiva. Senza considerare che da tempo alcuni paesi hanno posto in essere politiche di accaparramento di materie prime finalizzate alla speculazione.

In alcune produzioni, come ad esempio le conserve sottolio, la mancanza di olio di semi sta causando l’impossibilità di lavorare il prodotto, con danni gravissimi e irrecuperabili.

“Il comparto alimentare ha avuto sempre un fortissimo senso di responsabilità, lo ha dimostrato ampiamente nel periodo del Covid e continuerà anche in questo frangente a dimostrarlo - continua Piccialuti - ma attualmente molte aziende, soprattutto quelle meno strutturate e che hanno avuto minore possibilità di stoccare riserve di materie prime, stanno considerando, o hanno già posto in essere, la chiusura temporanea degli stabilimenti, per l’impossibilità di produrre alle attuali condizioni economiche.”

Cosa attendersi per il futuro prossimo? *“Nessuno può dire con certezza come reagiranno gli attori di questo complicato momento economico, ma una cosa possiamo dirla: il comparto alimentare ha delle peculiarità che rendono prioritaria la sua resistenza, perché non possiamo e non vogliamo smettere di produrre”*. Conclude Mario Piccialuti: *“Questo però comporta che le azioni di supporto del Governo debbano essere rapidissime, che siano basate su un nuovo scostamento di bilancio o che mirino invece ad un utilizzo dell’extra gettito proveniente proprio dagli aumenti degli energetici, a favore di un pacchetto di misure che sblocchino questo momento di crisi per le aziende del settore alimentare.”*

Solo a titolo esemplificativo, riportiamo di seguito gli aumenti di alcune materie prime utilizzate dalle aziende Unionfood:

- Frumento duro +82% (10 marzo 2022 vs 11 marzo 2021)
- Frumento tenero +57% (10 marzo 2022 vs 10 marzo 2021)
- Olio di girasole +50% (6 marzo 2022 vs 28 giugno 2021)
- Olio di palma +90% (11 marzo 2022 vs 3 marzo 2021)
- Caffè +76% (14 marzo 2022 vs 14 marzo 2021)
- Latte +40% (9 marzo 2022 vs 10 marzo 2021)
- Burro +50% (9 marzo 2022 vs 10 marzo 2021)
- Uova +60% (7 marzo 2022 vs 8 marzo 2021)
- Zucchero +15% (9 marzo 2022 vs 17 marzo 2021)
- Carta +55% (febbraio 2022 vs gennaio 2021)
- Plastica +70% (febbraio 2022 vs gennaio 2021)
- Alluminio +50% (gennaio 2022 vs gennaio 2021)
- Petrolio +65% (1° marzo 2022 vs 1° agosto 2021)
- Gas +537% (1 marzo 2022 vs 1 marzo 2021)
- Energia elettrica +384% (15 marzo 2022 vs 15 marzo 2021)

(Fonte: elaborazione Aretè su dati di mercato)

Unione Italiana Food è la più grande associazione di categorie alimentari in Europa. Rappresenta 550 imprese, tra grandi marchi e PMI radicate sul territorio, danno lavoro a oltre 65.000 persone e sviluppano un fatturato di circa 42 miliardi di euro, di cui oltre 12 miliardi di export. Parliamo di circa 900 brand che finiscono sulle tavole degli italiani e degli amanti del cibo italiano di tutto il mondo. Tra i 20 settori merceologici di Unione Italiana Food, caffè, pasta, cioccolato, gelati, prodotti da forno (e da ricorrenza, come Pandoro e Panettone), confetteria e chewing gum, surgelati, sottoli e sottaceti, salse, sughi e condimenti, minestre, confetture e miele, alimenti per la prima l’infanzia, integratori, alimentari, ortofrutta fresca confezionata, nettari di frutta e ortaggi, tè, infusi e tisane, spezie ed erbe aromatiche.

Responsabile Comunicazione Unione Italiana Food

Roberta Russo 06 80910724 - 342 3418400 - roberta.russo@unionfood.it