



RELAZIONE DEL PRESIDENTE
ASSEMBLEA NAZIONALE ASSIPAN

Roma 26.05.2024

Care Colleghe, cari colleghi,

Come mia consuetudine, in occasione della preparazione delle Relazione riprendo il testo della relazione annuale precedente. E' un esercizio che mi piace perché da un lato crea un filo di continuità lungo 12 mesi dall'altro è un sistema di misurazione della performance che serve condurre con estremo rigore ed obiettività per capire se ciò che si era dichiarato l'anno precedente ha avuto effettivamente il seguito alla dichiarazione di intenti.

In linea generale possiamo dichiararci soddisfatti di quanto fatto, ma nel contempo mai paghi e consapevoli che sta aumentando la nostra responsabilità nei confronti delle imprese che rappresentiamo e dei territori che ci mostrano continua vicinanza e stima che, possiamo affermarlo con certezza, crescono di mese in mese in un circolo virtuoso che ci vede sempre più baricentrici nel sistema della rappresentanza della Panificazione

Non è infatti una novità che Assipan, seppur abbia una storia ultra ventennale, sia sempre stata tenuta ai margini per volere di chi negli anni, probabilmente anche aiutato da una assenza di Visione della nostra Federazione, ha depauperato un patrimonio di Storicità per la sfrenata tendenza assolutistica e divisiva, una patologica autocelebrazione che ha fatto perdere il contatto con la realtà finendo per generare una reazione a catena di cui ancora oggi sono in essere gli effetti.

E poco conta che in alcuni casi vi sia stato chi ha giocato il Jolly, forse il più ridicolo fra quelli a disposizione, di affermare che in Assipan, faccio un esempio su tutti, la contrattazione collettiva non è fatta da Fornai ma delegata alla dirigenza Confederale.

E si badi bene che la rappresentanza è un ambiente variabile e ampio che meriterebbe la contribuzione costruttiva di tutti, ma gli anni, anche recenti, hanno dimostrato che esiste una forza esclusiva, intesa nel senso etimologico del termine "esclusione", e non inclusiva che ha calcato da decenni da protagonista l'azione sindacale, in un arroccamento che ne ha finito per decretarne un inesorabile isolamento.

ANALISI CONTESTO ECONOMICO

Il settore della panificazione in Italia rappresenta una componente vitale dell'economia agroalimentare del paese. Composto da imprese specializzate nella produzione di prodotti di panetteria freschi (Ateco 10.71.10) e nel commercio al dettaglio di pane (Ateco 47.24.10), il settore si distingue per la sua vastità e diversità. Alla fine del 2023, il numero totale di imprese operative nel settore ammontava a 30.138, con una predominanza di aziende orientate alla produzione piuttosto che al commercio al dettaglio.

La distribuzione delle imprese nel settore evidenzia un'accentuata divisione, con il 75% delle aziende concentrato nella produzione di prodotti di panetteria freschi e il restante 25% nel commercio al dettaglio di pane.

In termini di occupazione, il settore impiega oltre 124.000 lavoratori. Di questi, l'86% è impiegato nelle imprese di produzione, a conferma della maggiore intensità di lavoro in questo segmento, mentre il 14% opera nelle imprese di commercio al dettaglio, evidenziando una minore necessità di manodopera in questo ambito.

In termini di dimensione delle imprese, la maggior parte delle aziende si colloca nella categoria delle piccole imprese (2-5 addetti), con una presenza meno significativa di aziende di dimensioni maggiori (>19 addetti). Questo suggerisce una prevalenza di imprese a conduzione familiare o di piccola scala, caratteristica tipica del panorama produttivo italiano.

Suddividendo le imprese in base alla loro area geografica di riferimento (nord ovest, nord est, centro, sud e isole), emerge che la maggior parte delle aziende si concentra nel centro e nel nord dell'Italia, zone tradizionalmente più attive nel settore agroalimentare.

Questi dati forniscono una base solida per comprendere le dinamiche del settore e per formulare strategie future sia a livello aziendale che politico. La presenza diffusa di piccole imprese pone l'accento sulla necessità di politiche di supporto specifiche, volte a promuovere l'innovazione e la competitività in questo settore fondamentale dell'economia italiana.

- Con riferimento ai “modelli di business” le imprese del settore sono molto spesso ancorate alle modalità tradizionali di fare impresa, quelle che hanno a che fare soprattutto con la “produzione”. Il 50,6% delle imprese tuttavia ritiene che i processi di marketing siano quelli sui quali dovrebbero, ovvero «dovranno» in qualche modo intervenire per fare innovazione. Il canale di vendita più diffuso è la vendita diretta presso la sede dell’impresa, seguita dalla vendita con trasporto diretto ai venditori. Altre metodologie sono ancora poco diffuse, anche se si segnala un interessante 3,2% che opera già sul web per la vendita per mezzo del canale dell’E-COMMERCE.

- Mediamente la maggior parte degli addetti delle imprese della panificazione ha un’età vicino ai 50 anni (il 43,2% delle imprese non ha dipendenti sotto i 35 anni).

- Pensando allo scenario economico del settore della panificazione, oltre il 60% delle imprese teme la concorrenza dei grandi operatori industriali che operano nel settore; il 40% circa delle imprese crede al contrario nel ruolo scarsamente sostituibile delle PMI.

La fotografia che ho riproposto, tratta dai dati dell’Osservatorio Assipan 2023 condotto dall’istituto Format Research, ci suggerisce quali debbano essere alcune scelte di indirizzo della strategia della nostra Federazione.

Volendo infatti condurre un esercizio di estrema sintesi credo che ci corra l’obbligo di assumerci l’onere di innalzare il livello di cultura di impresa all’interno della categoria.

Dobbiamo avere il coraggio di osare, anche a costo di una iniziale impopolarità, per affrontare con franchezza la mutata situazione dei Panificatori Italiani.

Occorrerà una azione capillare che ci porti nelle imprese a far comprendere come la apertura all’esterno e in primis alla cultura finanziaria, debba essere una attività non rinviabile. Non è più sufficiente infatti essere dei buoni produttori di pane per garantire la sopravvivenza delle nostre aziende. Servono conoscenze vaste e diffuse che non possono essere demandate a terzi o a consulenti esterni.

Il rischio è facilmente identificabile: mentre “tutto scorre” può arrivare la piena del fiume a mettere in luce la fragilità del nostro sistema delle imprese. La Pandemia forse ci ha lasciato questo insegnamento. Un evento esogeno e imprevedibile ha sconvolto le nostre esistenze di uomini prima e di imprenditori poi.

Ciò vale anche per la rappresentanza e mi piace riproporre un passo della mia relazione programmatica in sede di Assemblea Elettiva: *“L’attuale contesto economico e sociale ha determinato una profonda rivisitazione anche del modello della rappresentanza. Per attirare nuovi soci e mantenere quelli attuali la nostra Federazione dovrà obbligatoriamente attraversare una fase di rinnovamento della visione della propria strategia. Non è pensabile infatti che la sola attività sindacale tradizionale possa essere volano di sviluppo. Oggi i Panificatori italiani hanno bisogno di vedere nella Organizzazione non solo un baluardo istituzionale ma anche un guida sul piano dell’aggiornamento e della formazione imprenditoriale. Il panificatore degli anni 90-2000 non è lo stesso attore odierno, atteso che le esigenze sono mutate e le pressioni competitive sono innumerevoli. L’avvento dei social, la digitalizzazione, la globalizzazione, la automazione, i nuovi modelli di consumo sono fenomeni che incidono quotidianamente nella gestione delle nostre imprese e non è immaginabile che il nostro settore, anche se profondamente legato alla artigianalità, possa non esserne intaccato”.*

In questo senso credo che Assipan abbia imboccato la corretta via affrontando temi spinosi come l’analisi dei modelli di Business o la nuova centralità della Comunicazione Digital per determinare il futuro e il successo delle imprese del settore.

A tutto ciò servirà dare seguito sui territori perché, come ho sempre sostenuto, la forza della Federazione è lì.

Non è un modello centralizzato che può garantire il successo della linea politica, ma solo la condivisione e la spinta dal basso in un approccio democratico che deve essere non un’opzione, ma la sola via per la conduzione della Federazione.

LA “COMUNICAZIONE” IN ASSIPAN

In questa direzione si muove anche l’attività di comunicazione di Assipan.

La pagine Social Facebook e Instagram, il nuovo sito, non sono solo strumenti utili per la comunicazione centrale della Federazione, ma contengono al loro interno la vocazione di voler essere megafono delle attività dei territori.

Il motivo è semplice. Condividere quelle che gli esperti chiamano “Best Practice”, ma che semplicemente sono degli “esempi di attività ben fatte”. Ciò risponde perfettamente all'intento dichiarato di innalzare il livello della categoria e la cultura associativa.

Avrete notato che sul nostro sito, recentemente rinnovato e sicuramente più dinamico e moderno, vi è una apposita sezione dedicata ai territori oltre ad una area BLOG che nel corso dell'anno potrà accogliere gli interventi che i dirigenti Nazionali e Territoriali decideranno di proporre su temi liberamente scelti e di interesse per la categoria.

Ecco quindi che anche la attività di comunicazione, se opportunamente coordinata può garantire lo spazio e la visione allargata senza finire per essere il luogo di espressione del Presidente o di un ristretto numero di dirigenti.

Abbiamo anche l'obbligo di aprirci al mondo esterno della comunicazione di settore e sfruttare le occasioni di collaborazione come recentemente fatto con la rivista IL PANIFICATORE che, sotto la sapiente guida della Dott.ssa Arpone, partendo dalla nostra indagine presentata al SIGEP 2024, ha portato ad un interessantissimo E-BOOK dal titolo *“Come si comunica il pane online?”* un'esperienza di successo basata sulla prima e più completa ricerca sull'utilizzo della comunicazione digitale e social nelle imprese della panificazione artigianale. Invito a leggerlo chi non lo avesse già fatto.

La comunicazione non va ovviamente intesa solo ed esclusivamente verso l'esterno, ma anche e soprattutto nella direzione interna. Attraverso infatti le circolari credo che dovremo far sì che si accorci la distanza con le Provinciali, ma soprattutto fare in modo che i Dirigenti territoriali abbiano in maniera tempestiva ed immediata le informazioni per supportare la propria azione sindacale nonché piena conoscenza della attività delle Federazione.

In questo senso mi piace immaginare una struttura tecnica organizzativa della Federazione che segue un modello più allargato. Alla Direzione Centrale credo si debbano affiancare tutte le eccellenze e le preparazioni tecniche che esistono nelle realtà territoriali. Una applicazione virtuosa della logica di condivisione e decentramento che valorizzi il Sistema Organizzativo senza perdere di vista ovviamente il ruolo di coordinamento della Segreteria Nazionale soprattutto nell'azione di collante con le



Strutture Confederali della Confcommercio. Un sistema binario che, se opportunamente collaudato, potrà negli anni garantire alla Federazione una presenza più performante nel contempo con una responsabilità diffusa e condivisa come si confà ad una organizzazione democratica.

EVOLUZIONE DELLA RAPPRESENTANZA ASSIPAN

Il 2023 e questa prima parte del 2024 hanno segnato un importante passo in avanti sulla strategia di sviluppo della presenza di Assipan sui Territori.

Sappiamo tutti infatti che la nostra Federazione necessitava di una maggiore diffusione e che alla capillare presenza nel Centro Sud del Paese non corrispondeva un'adeguata presenza nell'Area Settentrionale seppur molte erano le Associazioni che intrattenevano rapporti costruttivi in seno alle Confcommercio e in molti casi addirittura ne facevano parte degli Organi.

Mentiremmo se non ammettessimo che il punto di svolta, la data che più di altre segna il cambio di passo è senza dubbio alcuno il 13 Gennaio 2023 allorquando, colmando un vuoto di 10 anni nel dialogo con le parti sociali più rappresentative in pochi mesi di concertazione è stato sottoscritto il CCNL con la FLAI-FAI-UILA.

Crediamo sia stata scritta una pagina storica per Assipan che ha significativamente sparigliato le carte nell'assetto della rappresentanza di settore e ha spostato immediatamente gli equilibri.

Genova-Bergamo-Piacenza-Venezia-Trento-Cremona-Pavia-Verona-Treviso sono le nuove Associazioni aderenti alla Federazione.

Senza entrare nel dettaglio delle motivazioni che le hanno singolarmente mosse penso sia opportuno fare delle riflessioni di carattere generale.

In primis posso, anzi, debbo, assolutamente testimoniare che ciascun Presidente con il quale ho avuto interlocuzione prima della adesione ha mostrato grande rigore e profondo senso di responsabilità nel costruire anche nei propri dirigenti la consapevolezza della scelta di indirizzo che intendevano compiere.

Mi sono subito reso conto che tutti hanno intimamente sofferto e lungamente meditato sulla scelta di abbandonare una Organizzazione che per anni era stata la loro casa.

Nel contempo non possiamo non evidenziare che tutti, nessuno escluso, hanno ritenuto di trovare in Assipan Confcommercio il naturale approdo.

Una constatazione che, seppur ci rende orgogliosi, ci obbliga a decuplicare le forze per far sì che la Federazione sia ancora più performante ed efficiente, ma soprattutto preparata a fornire le risposte alle istanze che in maniera variegata giungono.

Aumenta quindi il senso di responsabilità, ma non è una dimensione personale o singolare, è bensì una dimensione pluralista e diffusa che deve coinvolgere tutti i dirigenti della Federazione.

“Non chiedete cosa può fare il vostro Paese per voi, chiedete cosa potete fare voi per il vostro Paese”.

Con queste parole John Fitzgerald Kennedy, il 20 gennaio 1961 a Washington, chiudeva il suo discorso d'insediamento, dopo aver prestato giuramento come 35° Presidente degli Stati Uniti.

Lo stesso principio deve valere per ciascun componente della Assemblea della Federazione. Non può esistere una visione monocolora alla guida di Assipan, il rischio, anzi la certezza, è quello di schiantarsi e deludere chi invece ci sta dando fiducia. La sola via di equilibrio sarà la condivisione e la partecipazione, unici strumenti per garantire la serenità.

Se sbaglieremo lo faremo **INSIEME**

Se faremo bene lo faremo **INSIEME**

INSIEME costruiremo una Federazione forte, unita e compatta. Esisterà sempre lo spazio del confronto, non verrà mai meno il decisionismo che è giusto che ci sia, ma la chiave dovrà essere una leadership condivisa perché nessun Presidente può essere migliore a se stesso se non col supporto di chi lo sostiene nelle scelte.

IMMEDIATO FUTURO

L'immediato futuro vede impegnata la Federazione su due grandi temi: il disegno di Legge sulla Vendita e Produzione di Pane (disegno legge 413 e 600) ed il rinnovo del CCNL.

In merito al DL possiamo constatare che l'iter parlamentare, che nella primavera dello scorso anno aveva visto una accelerazione dei lavori in commissione, si è poi improvvisamente rallentato. Solo recentemente ci sono giunte nuove indicazioni positive sulla volontà del Presidente della IX Commissione del Senato di portare a definizione il disegno il cui percorso, lo ricordo, si snoda in ben 3 legislature attraverso i DDL Romanini della 17^a legislatura, il DDL Mollame e il DDL Taricco della 18^a legislatura.

Assipan nella Audizione del 18 Aprile 2023 si è fatta parte diligente nel presentare un documento di la cui ratio è da ricercarsi nella imprescindibile esigenza di semplificazione e di tutela per le imprese della panificazione, piccole e medie, che potranno vedere riconosciuta la loro vocazione sia artigianale che commerciale.

In quella occasione auspicammo anche l'attivazione di un Tavolo Permanente della Panificazione, per avere un interlocutore unico data la evidente trasversalità del mondo delle produzioni panarie, e della intera filiera, fra Ministeri con diverse competenze. In tal senso riteniamo fattore facilitante la nascita del Coordinamento Nazionale delle Associazioni dei Panificatori (che riunisce le Sigle più rappresentative, Confcommercio, Confartigianato, Confesercenti e CNA) che ha visto in Assipan il fattore principale a ridosso della Crisi energetica nel Settembre 2022. E proprio il Coordinamento si riunirà nei primi giorni di Giugno per definire una linea comune in Commissione soprattutto per arginare un maldestro tentativo della Panificazione industriale di ridurre, o perlomeno rendere meno netta, la distinzione fra pane fresco e pane congelato soprattutto nella fase di vendita del prodotto, ma anche in quella di produzione.

Venendo poi al rinnovo del CCNL, posso solo confermare che è uno snodo fondamentale per la nostra Federazione.

Al momento della firma del 13 Gennaio 2023 avevamo chiesto alle parti sociali come condizione quella di ricondurre la Negoziazione di settore in un Tavolo Unico.

E così è stato.

Non nascondiamo che vi sono momenti critici, ma penso siano naturali e fisiologici in una trattativa il cui impatto è immediato sull'andamento delle nostre imprese. Tuttavia, al di là dei valori economici che si stanno discutendo, penso che si debba cogliere l'occasione che il rinnovo ci pone.

Reinterpretare il contratto e adattarlo, anche nei mansionari, alla più moderna realtà della panificazione, affrontare con coraggio anche temi e istituti apparentamenti intoccabili, ma che non rispondono alla esigenza dei Panificatori di tutta Italia, è la ambizione con la quale ci sediamo al Tavolo.

Il vero tentativo, che si tradurrà in successo per tutti, sarà proprio quello di sottoscrivere una piattaforma contrattuale votata alla flessibilità e idonea a dare equilibrate risposte alle imprese dalla Valle D'Aosta sino alla Sicilia.

Ben comprendiamo le esigenze delle Parti Sociali di voler aggiornare i livelli salariali intaccati dall'andamento delle Inflatione. Noi per primi ce ne rendiamo conto e siamo convinti che si tratti di una richiesta legittima .

Tuttavia non si può immaginare un rinnovo che non tenga conto della contingente situazione economica che la categoria vive. La crisi energetica e l'aumento del costo delle materie prime hanno segnato gravemente le capacità di generare reddito delle nostre aziende che ad oggi vivono una difficoltà nella marginalità che il nostro settore non aveva mai conosciuto.

Ecco quindi che la parola d'ordine deve essere EQUILIBRIO. La capacità di definire la trattativa contemplando le diverse esigenze sarà la chiave per una scelta saggia e virtuosa.

Inutile nascondere che il tema CCNL porta con se il tema BILATERALITA'.

La firma del CCNL e del suo rinnovo sono atti prodromici all'ingresso di ASSIPAN nella Governace degli Enti. Ad oggi il tema non è SE la nostra Organizzazione ha diritto o meno all'ingresso, ma QUANDO legittimamente vi entrerà.

Il punto è assai complesso e spinoso per via di una rigidità dello Statuto di Ebipan che sta consentendo comportamenti ostruzionistici volti a differire il nostro ingresso.

Tuttavia c'è ragione di ritenere che le nostre istanze non resteranno inascoltate anche perché, in caso contrario, perdurando questo ostracismo, saremo costretti a valutare scelte drastiche, che sinceramente non ci appartengono, ma che non esiteremo a proporre agli Organi qualora ciò che riteniamo giusto e indiscutibile non si realizzerà.

Credo che sia doveroso confidarVi che la pressione è tanta e che ogni passo lo vivo con profondo senso di responsabilità avvertendo il peso di scelte che, oltre ad avere importanti risvolti politico sindacali, hanno immediato impatto sulla categoria.

Per fortuna oltre al supporto esperto e attento della Confederazione, posso contare sul contributo imprescindibile dei Dirigenti di Assipan che mi aiuta a vivere con maggior serenità la Trattativa.

PENSIERO POSITIVO

Sin da ragazzo, ai miei occhi, il tratto che emergeva e contraddistingueva i Panificatori ho sempre pensato essere la Resilienza che didascalicamente è *“la capacità di un materiale di assorbire un urto senza rompersi mentre in psicologia, è la capacità di un individuo di affrontare e superare un evento traumatico o un periodo di difficoltà.”*

Oggi invece, con qualche anno in più ed una capacità di osservazione sicuramente diversa, la percezione che ho è che i Panificatori Italiani, non tutti ovviamente, abbiamo una tendenza al pessimismo ed alla negatività.

I primi infatti a descrivere questo lavoro come duro, complicato, insostenibile siamo spesso noi stessi. Come se farlo ci porti a essere considerati dal mondo esterno o dalle istituzioni una categoria “speciale” che debba sopraelevarsi rispetto alle altre.

Seppur posso condividere alcuni aspetti, non mi sento, da Dirigente, di perpetrare questa narrazione negativa del nostro mestiere. E' un errore di comunicazione macroscopico.

Se davvero vogliamo dare un futuro a questo lavoro e farlo piacere ai giovani, oltre ad avere l'obbligo di renderlo più vivibile e conciliante con la vita privata, abbiamo anche il dovere di raccontarlo con ottimismo e con pensiero positivo.

Siamo fornai con l'orgoglio di esserlo, ma ormai anche con l'obbligo di far sì che questo mestiere possa essere appetibile per la forza lavoro. Servirà avere la

determinazione e la unione di categoria perché la conciliazione vita/lavoro debba diventare una condizione imprescindibile nella strategia organizzativa delle nostre aziende.

Tutti hanno affrontato la Pandemia e la crisi energetica. Alcuni settori si sono fermati senza ripartire. Noi abbiamo sofferto e stiamo soffrendo, non ci siamo fermati anche se qualcuno lo abbiamo perso per strada, ma abbiamo dovuto reagire.

Il piagnisteo e le azioni di pancia pensate che abbiano avuto l'effetto di portare miglioramenti o trattamenti di miglior favore nei riguardi dei Panificatori? La risposta è NO!

Mi rendo conto che il rischio è quello di essere impopolari.

Ma preferisco essere tacciato di impopolarità che di ruffianeria.

Ci vuole poco ad aizzare le masse, ma credo che la categoria sia ormai sufficientemente matura e la nostra Federazione, se vuole essere credibile deve divenire un punto di riferimento per quelle che sono le aspettative dei Panificatori: formazione, tutela del pane fresco, CCNL, digitalizzazione, intelligenza artificiale, comunicazione e cultura imprenditoriale, credo siano i macro temi sul quale canalizzare le nostre energie nel futuro prossimo.

Servirà spiegare e convincere il Sistema che è giunto il momento di abbracciare il rischio di impresa avendo il coraggio di sfidare anche il mercato e le esigenze del consumatore, lui si unico giudice del nostro destino, ma nel contempo una figura se possibile non solo da inseguire ed assecondare in un principio di asservimento alle sue esigenze, ma un attore del mercato con il quale bisogna avere la forza di instaurare un rapporto franco e sincero e che parli attraverso la qualità dei nostri prodotti artigianali senza disdegnare le agevolazioni che la tecnologia oggi porta nel nostro mestiere.

Cogliamo l'essenza di una crisi e facciamone un'occasione di cambiamento!

Aiutiamo i nostri associati a vedersi non solo come fornai, ma anche come Imprenditori dell'arte Bianca che è cosa diversa certamente, ma che non è in antitesi con l'essenza del mestiere.



Nel concludere e ringraziarvi per avermi ascoltato voglio richiamare una frase di Winston Churchill: *“L’ottimista vede opportunità in ogni pericolo, il pessimista vede pericolo in ogni opportunità.”*

Torniamo ad essere positivi! Torniamo a credere nel nostro mestiere!

Grazie a tutti!

Antonio Cassone