

L'intervista. Francesco Mutti. Oggi a Milano l'assemblea annuale di Centromarca, con l'industria di marca e la filiera dei beni del largo consumo confezionato che guardano a obiettivi di medio periodo

«Più sostegno a chi investe in digitalizzazione e sostenibilità»

Enrico Netti

È un Francesco Mutti, presidente di Centromarca, a tutto tondo quello che oggi presenta all'Assemblea annuale dell'associazione un pacchetto di richieste e interventi per traghettare l'industria di marca e la filiera del largo consumo nel suo insieme verso obiettivi di medio – lungo termine.

I dossier sono parecchi: sostenibilità, inflazione, transizione ecologica e competitività. Nodi da affrontare per far superare un complesso ciclo congiunturale alle industrie che in Italia sviluppano e producono prodotti del largo consumo confezionato (Lcc). Le industrie aderenti a Centromarca sono circa 200, generano un fatturato di 64 miliardi in un mercato Gdo che vale 94 miliardi, hanno in portafoglio oltre 2.400 marchi e danno lavoro a 97mila addetti. Un comparto che genera 70 miliardi di valore condiviso lungo la filiera mentre sul fronte occupazionale per ogni occupato diretto ce ne sono solo altri 7 lungo la filiera del Lcc che diventano 10 considerando tutti i settori.

Presidente Mutti, l'industria di marca conferma il trend d'investimenti in innovazione al 6% ma soffre a causa dei margini in contrazione. Come trovare le risorse per affrontare le molte sfide imposte dalla Ue, tra cui, per esempio, la transizione ecologica?

Tutti desideriamo la transizione ecologica, ma per raggiungere questo ambizioso traguardo non si potrà chiedere ai consumatori, già colpiti dall'inflazione e con il potere d'acquisto in calo, di affrontare i futuri maggiori costi. Nemmeno le aziende, i produttori che negli ultimi anni soffrono a causa della contrazione dei consumi.

Per quanto riguarda l'innovazione quali sono le aree su cui c'è il maggiore focus?

Abbiamo individuato tre aree chiave: logistica, digitalizzazione, formazione. In tutti i casi è indispensabile incentivare, per quanto possibile, la digitalizzazione spinta nei vari passaggi della catena del valore anche individuando le varie modalità di coordinamento dei fondi a disposizione delle Pmi oltre ad agevolare gli investimenti in formazione destinati allo sviluppo di nuove competenze senza le quali non è possibile affrontare con successo le sfide del XXI° secolo.

C'è inoltre un problema di massa critica, di imprese nazionali sottodimensionate rispetto ai colossi del Lcc e nessun gruppo italiano è nella Top 30 del settore.

In Europa si soffre per il nanismo delle realtà industriali perché non c'è un vero mercato europeo e una società deve aprire una filiale in ogni mercato. Nel mondo dei beni di largo consumo operano 18 multinazionali Usa, 7 giapponesi, 5 cinesi e l'Italia è fuori classifica. Le aziende nazionali del Lcc sono troppo piccole e questo riduce la capacità competitiva del Sistema Paese e la forza per approcciare nuovi mercati. Abbiamo troppi lacci burocratici.

Cosa chiede al Governo?

Si deve aumentare la competitività e per raggiungere questo obiettivo chiediamo una serie di interventi che favoriscano la concentrazione per le aziende del Lcc da raggiungere con fusioni e acquisizioni sia in Italia che all'estero. Per questo è necessario intervenire sulla governance legale e fiscale evitando freni e ostacoli burocratici che rendono difficile le operazioni di M&A. Per finire l'accesso ai finanziamenti per l'internazionalizzazione richiede maggiori sforzi ma anche semplificazioni amministrative, con il coinvolgimento delle filiere e delle aziende nelle operazioni di promozione all'estero. Chiediamo che sia previsto un alleggerimento fiscale per gli investimenti in promozione e marketing all'estero. È il made in Italy che lo chiede.

C'è poi la transizione green dove sembra che si proceda in ordine in ordine sparso, senza una cabina di regia. Che ne pensa?

Il quadro è questo. Perciò dico che pensare di lasciare questo percorso a una industria con margini bassi ci espone al rischio del dumping ambientale e questo danneggerebbe tutta la nostra economia perché la transizione richiede consapevolezza sui modi e investimenti ragionevoli.

Imprese a rischio dumping ma c'è il pericolo che siamo i consumatori finali a pagare il conto della rivoluzione green.

Per questo è indispensabile accompagnare il rafforzamento della competitività delle imprese attraverso una politica industriale che ponga in primo piano la sostenibilità

economica degli investimenti. Al legislatore italiano e soprattutto europeo chiediamo gradualità nell'attuazione degli interventi e un quadro legislativo che, pur fissando obiettivi, anche stringenti, in termini di sostenibilità ambientale e sociale, tenga conto delle specificità aziendali, settoriali, territoriali che entrano in gioco nel perseguimento degli obiettivi.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA