

La filiera del "carrello della spesa", dal cibo e le bevande ai beni per la casa, conta oltre 930mila imprese e vale più di 222 miliardi. Ma per fare un salto di qualità il settore chiede al governo sostegni e tagli netti alla burocrazia che favoriscano la digitalizzazione

Largo consumo «Servono incentivi per la transizione»

**AL FORUM NAZIONALE
DELL'INDUSTRIA
PRESENTATE
LE PROPOSTE PER
SOSTENERE LE AZIENDE
E I CONSUMATORI**

LA RICETTA

ROMA Il settore del largo consumo nel libero servizio conta oltre 930mila imprese che sviluppano un giro d'affari al consumo pari a 222 miliardi di euro e generano esportazioni per circa 81 miliardi di euro. Questa settimana, in occasione del primo Forum nazionale del Largo Consumo, promosso da Centromarca e Ibc, con il patrocinio del ministero delle Imprese e del Made in Italy, l'intera filiera del "carrello della spesa" si è data appuntamento a Roma per portare all'attenzione del governo una serie di proposte che, se messe in pratica, rafforzeranno la competitività del settore e garantiranno nel contempo un beneficio diretto ai consumatori.

Tutte le proposte sono a costo zero per la finanza pubblica e possono essere consultate sul sito web di Centromarca, l'Associazione italiana dell'Industria di Marca.

LA COLLABORAZIONE

«Le nostre proposte mettono al centro la competitività delle aziende, la digitalizzazione dei processi e il presidio della legalità lungo tutta la catena del valore», così il presidente di Centromarca, Francesco Mutti. Fondata nel 1965, Centromarca associa 193 imprese che rappresentano più di 2600 marchi. «Questa è la prima volta - ha

**MUTTI: «SERVONO
MISURE STRUTTURALI,
DOPO IL TRIMESTRE
ANTI-INFLAZIONE
L'ESECUTIVO HA
MOSTRATO APERTURE»**

aggiunto Mutti - che si affronta il tema del carrello della spesa in modo strutturato, per analizzare le dinamiche che lo caratterizzano e individuare soluzioni utili a rafforzare la filiera».

Flavio Ferretti, presidente di Ibc, Associazione industrie beni di consumo, ha sottolineato come dal confronto con il governo e con le rappresentanze di categoria siano emersi punti condivisi su cui costruire un percorso comune.

«Questa collaborazione - ha ricordato Ferretti - parte dal carrello anti-crisi di circa un anno fa, iniziativa che ci ha dato la possibilità di interloquire con le istituzioni e che ci ha fatto capire quanto l'incontro tra filiera e governo possa essere proficuo. Ora è il momento di tradurre le proposte in azioni, per dare alle imprese risposte rapide e strumenti efficaci per crescere». Al forum, intitolato "Il carrello della spesa tra scelte di politica economica e soluzioni per la filiera", è intervenuto anche il ministro Francesco Lollobrigida. «In questi anni il governo ha lavorato per mettere in condizione gli imprenditori di creare nuovi mercati e di consolidare quelli già presenti», ha sottolineato il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste.

Le proposte per la filiera del "carrello della spesa" che Centromarca e Ibc hanno messo nero su



bianco ruotano intorno a tre grandi temi: competitività, innovazione e legalità. Per favorire l'espansione dimensionale delle imprese del settore viene chiesto maggiore supporto ai processi di fusione e acquisizione. Sono necessari anche incentivi alla managerizzazione delle Pmi e sostegni finanziari per la promozione di partenariati e reti tra imprese. Molte aziende, poi, devono ancora completare la transizione digitale, ma si scontrano con la burocrazia. Tra gli interventi prioritari rientra la demate-

rializzazione dei documenti di trasporto attraverso l'Electronic Data Interchange, per semplificare i processi, migliorare la tracciabilità e la sicurezza dei dati e rendere più rapida la gestione delle merci. Centromarca e Ibc hanno anche ribadito il loro impegno per un mercato più trasparente e sicuro, attraverso il contrasto alle pratiche commerciali sleali e la lotta alla contraffazione nel largo consumo.

LE PRATICHE SLEALI

Per quanto riguarda il contrasto al-

le pratiche commerciali sleali le due associazioni si sono impegnate a partecipare ai lavori normativi europei e a collaborare con le autorità per rafforzare la cooperazione tra Stati membri. Sul fronte della lotta alla contraffazione, Centromarca e Ibc puntano su nuovi strumenti digitali e sistemi di tracciabilità innovativi, oltre che sulle attività di sensibilizzazione del consumatore e sul rafforzamento del presidio nei canali online.

Francesco Bisozzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

81

In miliardi il valore delle esportazioni per il settore del largo consumo italiano. Si tratta di circa il 13% del totale dell'export made in Italy in tutto il mondo

2600

Il numero di marchi rappresentati da Centromarca, tra cui praticamente tutti i più noti del made in Italy

193

Le imprese associate a Centromarca, presieduto da Francesco Mutti, amministratore delegato dell'omonima azienda



Per la lotta alla contraffazione, Centromarca e Ibc puntano su nuovi strumenti digitali e sistemi di tracciabilità innovativi
A sinistra Francesco Mutti, presidente di Centromarca. A destra un supermercato

