

# Coinvolgere anche le aziende di minori dimensioni

di Marco Mancinelli



Aldo Sutter

**L**e imprese italiane produttrici di beni di largo consumo vivono un'intensa fase della loro storia che le vede impegnate ad elaborare nuove strategie per rilanciare la presenza dei propri prodotti nel domestic market e nei mercati internazionali.

Un numero cospicuo di esse aderisce all'Associazione Ibc, Associazione industrie dei beni di consumo. In virtù delle proprie iniziative, Ibc rappresenta un osservatorio e un laboratorio privilegiato per comprendere le prospettive future del nostro tessuto produttivo. Il presidente di Ibc, Aldo Sutter, ci illustra i trend più significativi in atto.

**Qual è la sua percezione dello stato dei consumi e del "sentiment" dei consumatori nel 2006? Quali previsioni per il 2007?**

Consumi familiari in ripresa e previsioni per il 2007 al rialzo. Le valutazioni 2006 delle nostre imprese sono positive e le aspettative 2007 sono abbastanza ottimistiche. Il nostro export è in moderata crescita e nel mercato interno il clima di fiducia è ai massimi degli ultimi 4 anni.

**Qual è il bilancio del nuovo modello contrattuale industria-distribuzione elaborato in Indicod-Ecr?**

Il nuovo modello di relazione è un buon passo in avanti per spostare la relazione dal rapporto di forza alla creazione congiunta di valore. Per le imprese del largo consumo, è la via principale per ridare attrattività all'offerta, sfuggire al circolo

vizioso della concorrenza di prezzo e all'esasperato ricorso alla "promozionalità". Le sperimentazioni del nuovo modello offrono risultati incoraggianti e ne suggeriscono ampliamento ed estensione.

**Ci sono aree critiche nel coordinamento di una così ampia associazione tra industriali che riunisce realtà aziendali di dimensioni e settori merceologici diversi?**

Non è semplice sviluppare lavori nell'interesse di un gruppo di imprese così articolato, ma Ibc ha già attivato un modo di lavorare che valorizza ricchezza e varietà degli associati.

Nel caso di progetti congiunti con la distribuzione moderna, la complessità delle implementazioni, la necessità di adeguamento culturale, organizzativo e degli strumenti in uso fa sì che le imprese leader sperimentino per prime le nuove modalità.

Affinché il nuovo modello si consolidi, le grandi imprese sanno che deve evolvere l'intero sistema e che le aziende di minori dimensioni vanno coinvolte.

Tra le priorità Ibc, vi è lo sviluppo di interventi mirati a rendere le opzioni più avanzate di relazione con il trade alla portata delle pmi. Valutiamo soddisfacenti i passi in avanti fatti per favorire la diffusione dell'innovazione e dei nuovi prodotti nel nostro mercato: una linea di azione promossa da Ibc per contribuire alla crescita dei mercati in una fase di stanca e per colmare il nostro gap rispetto agli altri Paesi.

**Il private equity è stato uno strumento di maturazione per molte medie imprese**

I NUMERI DI IBC (numero di associati e stima sell in totale in mld): 2005	
Aziende associate totali	32.000
Aziende associate grocery	21.000
Aziende associate beni durevoli	11.000
Fatturato consolidato di sell in	oltre 200 miliardi
Fonte: Ibc	<b>Largo Consumo</b>

**italiane. Quale sarà l'evoluzione futura?**

La limitata disponibilità di capitale finanziario da investire in crescita e sviluppo è stato sempre un punto debole delle pmi. Negli ultimi anni, si è assistito all'accelerazione della presenza dei fondi di private equity con investimenti in primarie aziende produttive del largo consumo.

È un segnale di apprezzamento delle realtà industriali create dai nostri imprenditori e rappresenta uno stimolo e un supporto al raggiungimento di dimensioni aziendali più idonee alla complessità della concorrenza.

È prevedibile che gli investimenti di fondi di private equity in pmi italiane proseguano. L'auspicio è che non portino a eccessive finanziarizzazioni delle strategie. Sarebbe un peccato per la memoria imprenditoriale e per la futura dotazione industriale.

**Dopo le delocalizzazioni, si può pensare al ritorno di "rilocalizzazioni" in Italia per le produzioni più qualificate?**

Per la nostra industria, è fondamentale posizionarsi con coerenza nella produzione sulle fasce alte del mercato, dove si può esprimere unicità e sottrarsi alla concorrenza dei prodotti a basso costo dei Paesi in via di sviluppo. Che tale strategia passi o meno attraverso rilocalizzazioni riguarda le decisioni dei singoli imprenditori.

**Qual è la sua opinione sulla dotazione infrastrutturale italiana?**

Soffriamo un deficit infrastrutturale notevole rispetto all'Europa, nei trasporti, nell'energia, nelle reti tecnologiche e di comunicazione, nei servizi alle imprese.

Gli effetti di questa arretratezza sono oneri aggiuntivi, una "zavorra" rispetto ai concorrenti esteri. L'ammodernamento infrastrutturale, sempre presente nell'agenda politica dei governi, deve diventare una priorità per sostenere la nostra competitività. Sono programmi di lungo termine per cui occorre convinzione, determinazione e un adeguato flusso di risorse da investire. ■