

“CREARE FUTURO”: A PALAZZO LOMBARDIA IL PRIMO FORUM NAZIONALE DEI GIOVANI DEL MADE IN ITALY

«Fashion, Food e Forniture»

Tre filiere strategiche fanno sistema per promuovere sinergie fra gli imprenditori

Si è svolto mercoledì 14 maggio a Milano, nella prestigiosa cornice di Palazzo Lombardia, il primo Forum Nazionale dei Giovani del Made in Italy, dal titolo “Creare Futuro”. L'evento è nato su iniziativa dei presidenti dei Gruppi Giovani di FederlegnoArredo, Confindustria Accessori Moda e Federalimentare che, insieme ad alcuni esponenti del mondo imprenditoriale e accademico, hanno dato vita a un confronto dinamico e costruttivo per tracciare una visione innovativa e proiettata al futuro.

Il Forum ha rappresentato un'importante occasione di riflessione sul ruolo delle nuove generazioni nel guidare il rinnovamento del sistema produttivo italiano, a partire dai tre pilastri dell'eccellenza manifatturiera nazionale: Fashion, Food e Furniture. Settori chiave che, insieme, contribuiscono a circa il 20% del PIL nazionale e che rappresentano al meglio il saper fare italiano nel mondo.

In un contesto globale sempre più dinamico e complesso, è emersa con forza la necessità di fare sistema, valorizzare le competenze e promuovere sinergie tra le diverse filiere. I giovani imprenditori desiderano essere protagonisti di questo cambiamento, portando visione, innovazione e apertura al dialogo, per continuare a rafforzare e promuovere l'identità del Made in Italy su scala internazionale.

«La moda - ha dichiarato Carlo Briccola, presidente Giovani Confindustria Accessori Moda - è un patrimonio straordinario per l'Italia, ma solo attraverso la connessione tra filiere diverse, unite dallo stesso saper fare italiano, possiamo parlare al mondo con una voce coesa. Con questo Forum desideriamo trasmettere fiducia, ottimismo e senso di responsabilità alle generazioni attuali

e future, affinché possano proseguire nel solco della tradizione, valorizzando il genio creativo e produttivo che distingue il Made in Italy. Il nostro focus è chiaro: rafforzare la competitività delle nostre imprese. Perché se la qualità, soprattutto nella moda, è spesso considerata un dato acquisito, oggi è necessario confrontarsi con uno scenario europeo complesso, fatto di normative difficili da recepire, che richiedono preparazione, visione strategica e coesione». Secondo Guglielmo Gennaro Auricchio, Presidente Giovani Federalimentare, «il confronto

Occasione di riflessione

Le nuove generazioni desiderano essere protagoniste del cambiamento in atto, portando visione, innovazione e apertura al dialogo, per continuare a rafforzare e promuovere l'identità del Made in Italy su scala planetaria

trasversale tra settori strategici è fondamentale per condividere esperienze, visioni e affrontare insieme le sfide di un mondo in continua evoluzione. Crediamo fermamente che il futuro del Made in Italy passi attraverso la sinergia e la collaborazione con le altre eccellenze manifatturiere del Paese ed eventi come quello di oggi ci permettono di riflettere sullo straordinario valore del Made in Italy riconosciuto in tutto il mondo grazie alle scelte di milioni di consumatori. Come Giovani di Federalimentare siamo pronti a dare il nostro



contributo per crescere e costruire insieme questo futuro nel segno della tradizione, dell'innovazione e della sostenibilità».

Filippo Santambrogio, presidente Giovani FederlegnoArredo, aggiunge: «Il forum Creare Futuro va oltre la singola filiera, perché solo facendo sistema tra le eccellenze italiane possiamo costruire un modello di impresa più competitivo, inclusivo e capace di attrarre i talenti di domani. È un'occasione concreta di un confronto trasversale per affrontare sfide comuni e per condividere esperienze e visioni tra settori strategici del Made in Italy che insieme rappresentano il cuore manifatturiero e l'eccellenza del nostro Paese in un mondo sempre più complesso ed in costante evoluzione. Tramite competenze diverse vogliamo rafforzare un'identità imprenditoriale italiana che sia aperta, collaborativa e proiettata al futuro, perché il Made in Italy non è solo un marchio: è un'eredità da innovare, insieme». I settori rappresentati costituiscono una colonna portante

dell'economia italiana, sia per valore generato che per impatto occupazionale. La filiera legno-arredo registra un fatturato annuo superiore ai 51 miliardi di euro, mentre la filiera pelle supera i 30 miliardi. Il settore alimentare, vero gigante del Made in Italy, raggiunge invece la soglia dei 197 miliardi di euro.

Anche sotto il profilo occupazionale i numeri sono rilevanti: quasi 300mila addetti operano nel legno-arredo, circa 150 mila nella filiera pelle e ben 467 mila nel settore alimentare.

Sul fronte dell'export, il 2024 è stato un anno da record per il comparto alimentare, che ha toccato i 56,8 miliardi di euro, con un incremento dell'8,6% rispetto al 2023. La filiera pelle ha totalizzato 25 miliardi di euro di esportazioni, mentre il settore legno arredo ha raggiunto quota 19,4 miliardi.

Confindustria Accessori Moda

Confindustria Accessori Moda è la Federazione che riunisce le associazioni cui fanno riferi-

Nell'immagine, Guglielmo Gennaro Auricchio insieme a Filippo Santambrogio e Carlo Briccola in occasione del Forum Nazionale Giovani del Made in Italy “Creare Futuro”, organizzato dai Gruppi Giovani di Confindustria Accessori Moda, Federlegno Arredo e Federalimentare che si è tenuto mercoledì 14 maggio a Palazzo Lombardia

mento i comparti chiave della filiera pelle italiana: calzaturiero (Assocalzaturifici), pelletteria (Assopellettieri), abbigliamento in pelle e pellicceria (AIP), conca (Unic concherie italiane). La Federazione tutela quella filiera di eccellenza che ha reso l'industria degli accessori moda Made in Italy grande nel mondo. Il suo ruolo è la difesa e la valorizzazione di tutto quel saper fare, creativo e tecnico, che in Italia produce ricchezza, cultura e crescita sociale.

Federalimentare

Federalimentare è la Federazione italiana dell'industria alimentare e delle bevande. Fondata nel 1982, rappresenta e tutela gli interessi delle imprese del settore, a livello nazionale, europeo e internazionale. La Federazione promuove qualità, sicurezza alimentare e competitività del food and beverage Made in Italy, nonché un modello alimentare equilibrato e sostenibile, nell'ambito di corretti stili di vita. Federalimentare sostiene la vocazione all'export delle aziende e preserva le produzioni alimentari italiane da imitazioni (Italian sounding) e contraffazioni, rispondendo alle esigenze del mercato e dei consumatori e favorendo la ricerca e l'innovazione, nel pieno rispetto della tradizione.

FederlegnoArredo

FederlegnoArredo è la Federazione italiana delle industrie del legno, del sughero, del mobile, dell'illuminazione e dell'arredamento. Dal 1945 difende il saper fare italiano, sostiene lo sviluppo delle imprese, ed è ambasciatrice del gusto italiano dell'abitare in tutto il mondo. Partecipa all'affermazione di un sistema imprenditoriale innovativo, internazionalizzato, sostenibile e capace di promuovere la crescita economica, sociale, civile e culturale del Paese.

Raccolta di interviste ai neo iscritti agli Albi e Collegi professionali

LE NUOVE GENERAZIONI DEI PROFESSIONISTI

IL VOLUME È IN VENDITA SUL SITO DI MONDO PADANO ALLA VOCE "INIZIATIVE EDITORIALI"

Un'occasione per capire dove stiamo andando

Sessantasette professionisti che raccontano il loro percorso di studi e i primi approcci al mondo del lavoro. Uno spaccato del nostro territorio che evolve e si trasforma.

EDIZIONE

MONDO PADANO

AP ASSOCIAZIONE PROFESSIONISTI DELLA PROVINCIA DI CREMONA

Illustrazione di Francesca Bellini

GUGLIELMO GENNARO AURICCHIO: «ALLARGHIAMO LA PLATEA DEI CLIENTI»

Dal campo alla tavola, noi leader Il cibo italiano piace sempre di più

di Beatrice Silenzi

L'agroalimentare italiano sta vivendo un buon momento sui mercati internazionali, come dimostrano i dati sull'export. Presidente Auricchio, al di là dei successi, come vede l'attuale stato del comparto e quali sono le sfide più imminenti che si profilano all'orizzonte per mantenerne la competitività?

«Questa domanda mi dà l'opportunità di focalizzare l'attenzione sul vigore dell'export e del Made in Italy agroalimentare, a dimostrazione del fatto che il cibo italiano piace e piace sempre di più, nonostante l'inflazione che, accentuata negli ultimi anni, stia rientrando nel post Covid. Nel rapporto Censis per Federalimentare 2024, i dati pubblicati parlano di un fatturato globale di 197 miliardi di euro, con 52 mila imprese e quasi 500 mila addetti coinvolti nelle fasi della filiera e l'export rappresenta più di un quarto del fatturato totale. Siamo sulla soglia dei 56,8 miliardi di euro, ma va segnalata anche la difficoltà della Germania tutta, a livello di industria e di capacità di spesa, che ha visto, dopo due anni di recessione, un calo dei consumi e delle importazioni. Il mercato tedesco ha dovuto cedere il passo a quello americano, cresciuto l'anno scorso a un tasso che ha raggiunto la doppia cifra: in parte dovuto all'incanalamento di quell'inflazione di cui si è discusso nei mesi e negli anni scorsi. Purtroppo questo rende evidente come il mercato stia vivendo una situazione di incertezza commerciale, trascurando le evidenze legate alle guerre e agli altri impatti macroeconomici e geopolitici».

In questo stato di cose la questione "dazi" minacciati dal Presidente Trump rimane sempre un tema caldo?

«I dazi rendono estremamente incerto tutto il commercio globale e, fortunatamente, ad oggi, sono stati bloccati per tre mesi al 10 per cento, grazie ad un accordo che il 12 maggio scorso ne ha visto il calmieramento, anche tra Stati Uniti e Cina. Anche a livello industriale, il settore agroalimentare, rispetto agli altri, gioca la parte del leone, con una produzione in crescita dell'1,8 per cento l'anno scorso e dello 0,8 per cento nel primo trimestre di quest'anno, in controtendenza col settore industriale italiano. Sul timore dei dazi vorrei sottolineare che il mercato americano, è il nostro primo mercato, è insostituibile e resta, seppur nell'incertezza attuale, quello di riferimento. Tuttavia, come Federalimentare e come Confindustria, ritengo sia tutti consapevoli del fatto di quanto sia importante allargare la platea dei nostri clienti. Credo nell'efficacia del "Free Trade Agreement", come il Ceta, [il tratta-

to internazionale che sancisce un accordo commerciale di libero scambio tra Canada e Unione Europea, *NdR*], o, nel recente passato, quello tra Giappone e Sud Corea, accordi commerciali che hanno permesso l'apertura di mercati importanti. Al momento il nostro punto nodale è rappresentato da uno dei dossier più caldi sui tavoli italiano ed europeo: l'accordo col Mercosur, che, personalmente, credo rappresenti una grande opportunità, sebbene qualcuno la ritenga una minaccia».

Guardando a Bruxelles, quali sono le principali aspettative del settore nei confronti dell'attuale Commissione Europea guidata da Ursula von der Leyen e quali le istanze prioritarie da portare in Europa per sostenere il Made in Italy?

«Il Made in Italy è il nostro focus e riuscire ad essere sempre competitivi sia a livello italiano che a livello europeo, è fondamentale. La competitività si esplica nella possibilità per le aziende di riuscire a produrre in maniera ottimale, vincendo le sfide legate alla transizione digitale e sostenibile, senza doversene sobbarcare interamente i costi. Il prodotto italiano eccellente deve poter essere apprezzato in primis per la sua bontà, intendendo anche il know-how con cui si produce, il buon saper fare. L'obiettivo è che le aziende siano più digitali, sostenibili e competitive, al fine di garantire un risultato eccellente, evitando uno spread eccessivo rispetto alle produzioni degli altri competitor, poiché in questo caso, il prodotto rischierebbe di essere trascurato dai consumatori di fascia media o di fascia medio-bassa nel mondo. Sicuramente all'Europa è necessario chiedere una difesa dei localismi e del prodotto italiano in quanto tale, una maggiore difesa della competitività delle aziende, soprattutto rispetto a quello che si è visto nelle precedenti legislature. Bisognerebbe evitare di andare a creare meccanismi troppo complicati, basati su ragionamenti meramente ideologici, che ostacolano eccessivamente la vita e il funzionamento delle imprese, come, ad esempio, nel caso della Commissione Timmermans, che ha portato inizialmente, solo ad un clima di grande confusione. Riguardo al Decreto Omnibus si è semplificato sugli standard di rendicontazione, senza obbligare le imprese a costi e complessità che hanno un impatto limitato».

Presidente, tracciando un bilancio di questi primi due anni e mezzo di legislatura del Governo Meloni, quali sono, secondo lei, le luci e le ombre nelle politiche adottate a so-



Guglielmo Gennaro Auricchio, Presidente dei Giovani di Federalimentare

stegno dell'agroalimentare italiano?

«Federalimentare e Confindustria non sono soggetti vicini alla politica e neppure io lo sono, tuttavia, da parte del settore industria si apprezza la continuità del Governo nel garantire credibilità a livello internazionale. Si è vista una grande attenzione alle produzioni italiane, che traspare da nomi altisonanti quali "Ministero della sovranità alimentare" e "Ministero del Made in Italy". Mi auguro che si riesca a fare sempre di più e sempre meglio, che la politica interpreti le esigenze delle imprese per garantire un contesto sempre nuovo e competitivo e che si permetta alla nostra economia di riuscire, finalmente, a realizzare una vera crescita».

Lei guida anche i Giovani di Federalimentare e, in un evento come "Creare Futuro", dedicato proprio ai giovani imprenditori, quale messaggio e proposte concrete intravede per le nuove generazioni che desiderano intraprendere una

carriera o avviare un'impresa nel mondo dell'alimentare italiano? Ci sono spazi per fare la differenza?

«Questo aspetto è per me importantissimo. "Creare Futuro" è stato un primo appuntamento, l'edizione di partenza di un ciclo di eventi annuali che vedono coinvolte tre filiere, chiamate "Tre F": Food, Fashion e Forniture. Questo progetto rappresenta la somma delle produzioni Made in Italy: sono cose che arrivano, di fatto, nelle case, negli armadi, nei piatti dei consumatori. Con gli omologhi Presidenti delle altre categorie ci è sembrato logico definirci efficaci Ambasciatori del buon saper fare italiano. Dunque "Creare Futuro" ha visto coinvolti tre ambiti e le loro rispettive realtà. Per Federalimentare abbiamo attraversato tutta la filiera, dal campo alla tavola, con i nostri giovani rappresentanti, imprenditori intraprendenti che si sono messi in gioco in prima persona, fondando una propria azienda, o raccogliendo una sfida, diventando così protagonisti dell'azienda di famiglia. Nel sum-

“

ASPETTATIVE

All'Europa va chiesta una difesa dei localismi e dei prodotti nazionali

I DAZI

Rendono incerto tutto il commercio. Per fortuna sono stati bloccati

GOVERNO

Si apprezza la sua continuità nel garantire credibilità a livello internazionale

”

mit, professionisti esperti e tecnici hanno analizzato le sfide e le opportunità in un ambito in evoluzione, tenendo conto anche del contesto del family business, in cui piccole e medie imprese, date le loro specificità, spesso riscontrano problematiche comuni. "Creare Futuro" ragiona nell'ottica di una contaminazione reciproca che porta vantaggi per tutti, perché c'è sempre possibilità di imparare, guardando le situazioni da prospettive diverse. Ecco perché il summit è, e sarà anche in futuro, un evento vincente di comunicazione trasparente con cui riuscire a rilanciare l'economia italiana».

SEGUICI SU
www.mondopadano.it