

LA VOCE DEI PROTAGONISTI TRA POLITICA ECONOMICA, INNOVAZIONE E IL CIBO CHE VERRÀ

# Linkontro Nielsen, cala il sipario sull'edizione 2018



Coop: cresce il budget adv a 15-20 milioni per celebrare i 70 anni dei prodotti a marchio. Audiweb: dal 4 giugno i dati daily e weekly. Barilla: nuovi lanci per Voiello e Mulino Bianco

[ pagine dalla 11 alla 13 ]

SERVONO POLITICA ECONOMICA, DIGITALE E REPUTAZIONE. IL CIBO CHE VERRÀ SECONDO BARILLA E COOP

## Il gap italiano sull'equazione 'più innovazione vuol dire più crescita'

di Valeria Zonca

La seconda giornata di lavori de **Linkontro Nielsen** si è aperta con la sessione 'Italia verso il futuro'. **Andrea Boltho**, emeritus fellow Magdalen College, Oxford nel suo speech 'L'Italia nell'Europa della Brexit' ha cercato di identificare i quali potrebbero essere i fattori più a rischio del nostro Paese. "Le cose in Europa non vanno tanto male ma la crescita italiana va a rimorchio e siamo dietro a Spagna e Portogallo. Shock esterni potrebbero però facilmente far deragliare quella crescita", ha detto. Sulla soluzione definitiva della Brexit ci sono ancora incertezze, ci potrebbe essere una stretta sui tassi di interesse, le crisi finanziarie sono cicliche e potrebbe nascerne un'altra a breve, le minacce di Trump di uscire dai negoziati commerciali e quindi le possibili penalizzazioni delle esportazioni dal Vecchio continente, le nuove tensioni sull'euro: sono questi i principali nodi da monitorare secondo il professore. Ma l'aspetto più preoccupante è che "l'euro resta un progetto debole e che il fallimento ita-

liano è ben rappresentato dal divario, mai colmato, tra Nord e Sud - ha proseguito Boltho -. In Italia nessun programma elettorale sembra affrontare i due principali problemi: il debito pubblico e la produttività del lavoro, che in economia è 'quasi' tutto, è la variabile più importante per far crescere il livello di vita. Incertezza, incompetenza e inerzia frenano le riforme". **Elio Catania**, presidente di **Confindustria Digitale** nel suo intervento 'Questione di leadership' ha affrontato il tema del 4.0. "Se negli Stati Uniti tra 10-15 anni un terzo del PIL sarà legato all'AI, in Italia la comunità politica e privata non ha colto questa possibilità: la PA è in notevole ritardo e nell'ultima campagna elettorale si è notata una totale assenza del tema digitale. Il presidente francese Macron ha stanziato 1,5 miliardi di euro per la crescita dell'AI ed è su questo che si gioca la vera leadership, cioè sull'equazione tra quantità di innovazione e crescita". Le aziende si stanno svegliando, anche a livello di Pmi con impatti finanziari del digitale che vanno dal +9,8% di fatturato al +5,3% dell'ex-



Andrea Boltho

port, al +9,7% dei margini. "I cambiamenti dei processi riguardano tutte le imprese in tutti i settori, ma all'interno ci vogliono competenze, promozione manageriale, assetti operativi, stili e priorità improntati sul cambiamento, con uno sguardo sul mondo capace di andare lontano". Di reputazione ha parlato invece **Michele Tesoro-Tess**, executive partner e senior managing director Emea di Reputation Institute. "Oggi sulle decisioni di acquisto il prodotto pesa per il 34% (era del 43,2% nel 2014), è la reputazione che è sempre più correlata al business impact - ha spiegato -. L'area su cui il 43% dei consumatori ha più attesa nei confronti delle aziende è il ruolo sociale con il contributo dato all'interno della società, seguono prodotti e servizi (34,9%) e leadership e performance (24,8%). La fiducia si costruisce con le persone e con i canali, dai tradizionali paid media (reach al 37,2%) agli earned (37,7%) e agli owner (23,3%), con l'uso degli influencer che aumentano l'impatto (+8,7%) se scelti nella maniera giusta, ad esempio tra gli stessi consumatori".

Di sostenibilità hanno parlato **Paolo Barilla**, vice chairman

del gruppo di Parma, e **Marco Pedroni**, presidente **Coop**, nell'incontro 'il cibo che verrà', moderato da **Andrea Cabriani**, direttore Class CNBC. In questi tempi le aziende sono chiamate a prendere parte alle grandi sfide mondiali con politiche di sostenibilità e di equità nei prezzi. Il primo ha posto l'accento sui grandi paradossi cioè la fame, con 805 milioni di popolazione globale denutrita, e l'obesità, con lo spreco di 1,3 miliardi di tonnellate di alimenti. Il secondo ha evidenziato gli interessi economici in gioco che rendono difficile alle imprese combattere per esempio l'uso del glifosato (un erbicida tossico) nell'agricoltura e sul fatto che Coop non acquisti materia prima a basso costo se dietro ci sono situazioni di stampo mafioso. Ci sono battaglie che solo i cittadini possono portare avanti. Le imprese devono lavorare instancabilmente sul miglioramento dei prodotti e dei servizi, possibilmente con regole chiare. Anche la comunicazione può aiutare. "Non ci fermiamo più al 30" o alla pagina sul giornale: oggi possiamo dire altre cose su altri canali nel nome della trasparenza assoluta", ha detto Barilla.



Paolo Barilla



Michele Tesoro-Tess