

## COMUNICATO STAMPA

### **Mutti: «Impegno collettivo e investimenti strategici per sostenere la ripartenza. Senza visione di lungo periodo la sostenibilità è uno sterile slogan»**

*Alla web conference “Proposte per un’Italia responsabile e sostenibile” promossa da Centromarca in collaborazione con il Corriere della Sera, idee e progetti per il rinnovamento del Paese. Presentati i risultati della ricerca Ipsos su comportamenti e attese del cittadino in materia di sviluppo sostenibile*

Milano, 23 giugno 2021 - «Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza dà al Paese l’opportunità e le risorse economiche per realizzare uno Stato più moderno, sostenibile, competitivo. Tutti gli attori devono responsabilmente contribuire al rinnovamento, mettendosi in gioco. È il momento della concretezza, del far corrispondere ciò che si fa con ciò che si è affermato. Va ristabilito il primato della competenza, ingrediente indispensabile per il progresso. Ed è necessaria una visione di lungo periodo, senza la quale la parola sostenibilità si riduce a una moda o a uno sterile slogan».

Intervistato questa mattina da **Ferruccio de Bortoli**, editorialista del **Corriere della Sera**, alla web conference “Proposte per un’Italia responsabile e sostenibile”, **Francesco Mutti**, presidente di **Centromarca**, ha sottolineato l’importanza di un impegno collettivo e di un cambiamento di mentalità per sostenere la ripartenza del Paese. «Agganciare la crescita a breve termine non basta. Dobbiamo renderla robusta e duratura, favorendo investimenti e puntando su settori solidi e strategici per l’Italia, tra i quali l’Industria di Marca. Sfruttiamo questa occasione per migliorare noi e il contesto in cui viviamo, sapendo che se non avremo fatto le riforme in grado di aumentare la sostenibilità e la produttività torneremo a registrare tassi di crescita insufficienti, con effetti negativi su competitività, debito pubblico, occupazione, capacità di creare benessere per le famiglie».

Anche in occasione del secondo appuntamento del ciclo “I Valori della Marca”, promosso in collaborazione con il *Corriere della Sera*, Centromarca ha coinvolto autorevoli esperti ed esponenti di primo piano del mondo industriale. Nel corso dei lavori **Stefano Moriggi**, filosofo della scienza dell’**Università Milano Bicocca** è intervenuto con considerazioni sulla conoscenza come valore di riferimento per il progresso sociale ed economico. **Mario Monti**,

presidente dell'**Università Bocconi** è entrato nel merito del ruolo e delle responsabilità della classe dirigente nella gestione del Paese. **Alexandra Palt** e **Paolo Barilla**, rispettivamente vice presidenti di **L'Oréal** e **Barilla**, hanno portato visioni ed esperienze dell'Industria di Marca nel campo dello sviluppo sostenibile. Ferruccio de Bortoli ha condiviso riflessioni sull'importanza di un'ecologia della parola. **Gilberto Pichetto Fratin**, vice ministro dello **Sviluppo Economico**, ha proposto considerazioni sulle priorità definite dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza varato dal governo.

**Nando Pagnoncelli**, presidente della società di ricerche **Ipsos**, ha presentato i risultati di un'indagine realizzata per Centromarca sui comportamenti e le attese del cittadino in fatto di sostenibilità. Alla parola sono associati svariati significati: il 38% del campione la considera un modello di sviluppo, il 35% la riconduce alla tutela dell'ambiente, il 30% la collega all'uso responsabile delle risorse naturali, il 24% a un modello di produzione, il 14% alla gestione di rifiuti/scarti. Solo 9 persone su cento ne percepiscono una valenza in campo sociale.

La responsabilità di uno sviluppo sostenibile è attribuita alle scelte dei cittadini (42% di risposte), a leggi e regole imposte dai governi (29%) e alle modalità di produzione (27%). È interessante evidenziare come la maggior parte delle persone intervistate riconosca alle azioni intraprese dalle aziende un reale impatto sull'ambiente (71% di risposte); solo una parte minoritaria (29%) le considera strumentali al miglioramento dell'immagine.

Ipsos indaga anche quali interventi potrebbero rafforzare la consapevolezza dell'importanza dell'economia circolare tra i cittadini. Tra le risposte più consistenti: incremento del senso civico (59%), incentivi per le aziende sostenibili (59%), campagne informative per i cittadini (39%), sanzioni e controlli sulle imprese (34%), investimenti in ricerca sovvenzionati dallo Stato (32%). Ben 41 persone su cento vorrebbero vivere in modo più sostenibile, ma considerano che non sia "pratico". Altre 28 trovano difficile seguire principi di sostenibilità nella vita di tutti i giorni.

*A Centromarca, Associazione Italiana dell'Industria di Marca, fanno riferimento circa 200 tra le più importanti industrie operanti nel settore dei beni di largo consumo. Realtà italiane e multinazionali, alimentari e non alimentari, che complessivamente sviluppano una quota di mercato del 60% a valore nel settore del largo consumo confezionato. [www.centromarca.it](http://www.centromarca.it)*

Per informazioni:

**Ufficio Stampa Centromarca**

Ivo Ferrario                      Tel. 335.6813017

Ginevra Amoruso                Tel. 392.0485663

Email                                [relazioni.esterne@centromarca.it](mailto:relazioni.esterne@centromarca.it)

LinkedIn

