

# **HUB DI POLICY DI CENTROMARCA E IBC**

## Sommario

|                                                                                                                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Premessa</i> .....                                                                                                                                                             | 3  |
| <i>Competitività</i> .....                                                                                                                                                        | 4  |
| 1. Supportare le aziende nei processi di merger G acquisition per favorire la crescita e la solidità del settore .....                                                            | 5  |
| 2. Snellire le procedure d'emissione dei "minibond" per le imprese il cui fatturato sia inferiore a 10mln di euro e che partecipino a basket bond per finalità d'innovazione..... | 5  |
| 3. Incentivare la managerializzazione delle PMI aderenti a una rete d'impresa "soggetto" .....                                                                                    | 5  |
| 4. Semplificare gli obblighi di disclosure delle Pmi quotate.....                                                                                                                 | 5  |
| 5. Incentivare le forme di partenariato tra imprese .....                                                                                                                         | 5  |
| 6. Incentivare la nascita di marketplace nazionali di eccellenza .....                                                                                                            | 6  |
| <i>Innovazione</i> .....                                                                                                                                                          | 7  |
| 1. Dematerializzare i documenti di trasporto attraverso l'adozione dell'EDI - Electronic Data Interchange .....                                                                   | 7  |
| 2. Promuovere l'utilizzo del QR code .....                                                                                                                                        | 7  |
| 3. Alleggerire il carico fiscale per startup e PMI innovative per stimolare lo sviluppo tecnologico .....                                                                         | 8  |
| 4. Investire in logistica verde, riducendo l'impatto ambientale del settore .....                                                                                                 | 8  |
| 5. Incentivare l'uso di imballaggi innovativi .....                                                                                                                               | G  |
| <i>Legalità</i> .....                                                                                                                                                             | 10 |
| 1. Sostenere norme di contrasto alle pratiche commerciali sleali.....                                                                                                             | 10 |
| 2. Promuovere linee guida settoriali contro la contraffazione nel largo consumo di marca. ....                                                                                    | 10 |
| 3. Incentivare la formazione .....                                                                                                                                                | 10 |

## Premessa

L'evoluzione del contesto economico e normativo, sia a livello nazionale che europeo, impone alle imprese del largo consumo di adottare approcci innovativi per affrontare le sfide future del settore.

Da qui nasce l'esigenza di dotarsi di un **Hub di Policy**, uno strumento per sviluppare un dialogo strutturato tra gli attori della filiera e le istituzioni, con l'obiettivo di individuare soluzioni condivise capaci di orientare le politiche di settore.

Dopo un'analisi approfondita, sono stati individuati tre temi chiave su cui costruire un percorso di collaborazione sinergica:

- **Competitività**
- **Innovazione**
- **Legalità**

L'Hub punta a tradurre questo confronto in azioni concrete, fornendo spunti e proposte per migliorare il quadro normativo e le dinamiche di mercato, rafforzando così la competitività del settore e promuovendo uno sviluppo sostenibile e responsabile.

## Competitività

*Uno studio del McKinsey Global Institute del 2024 ha messo in evidenza due temi centrali per il futuro delle PMI italiane: il gap di produttività e la bassa scalabilità. Questi problemi limitano la capacità delle PMI di crescere e competere a livello globale.*

*Secondo i dati dell'ISTAT, al 2024 in Italia ci sono circa 5.083.500 aziende attive, di cui la maggior parte sono microimprese con meno di 10 dipendenti. Le PMI, che hanno tra 10 e 249 dipendenti, sono circa 221.000 e generano il 78% dei posti di lavoro e il 66% del valore aggiunto nel Paese.*

*Tra le principali difficoltà che le PMI italiane devono affrontare vi sono:*

- *Pressione fiscale elevata, tra le più alte in Europa, che riduce la redditività.*
- *Difficoltà nell'ottenere finanziamenti e di accesso ai mercati regolamentati azionari e/o obbligazionari.*
- *Burocrazia complessa.*
- *Internazionalizzazione: le PMI italiane spesso faticano ad espandersi all'estero a causa della mancanza di risorse e competenze adeguate.*

*Un altro tema che merita di essere affrontato in parallelo a quello che riguarda la raccolta di capitali di rischio e/o risorse finanziarie a debito da parte delle PMI finalizzate alla crescita e all'innovazione attiene alla scarsa attitudine delle PMI ad affidarsi a gestioni di tipo propriamente manageriale/professionale. Ciò è dovuto sia a questione di struttura della proprietà (tipicamente familiare) che al contesto fiscale/burocratico.*

*La managerializzazione può comportare vantaggi in termini di*

- *Maggiore professionalità e competenze specifiche.*
- *Visione oggettiva e meno condizionata da legami familiari.*
- *Apertura all'innovazione e al cambiamento.*
- *Migliore accesso a finanziamenti e partnership.*
- *Continuità e pianificazione del futuro.*

*Si ritiene altresì che vi sia ancora ampio spazio ad incentivare forme di partneriato tra imprese. In un contesto di crescente competizione internazionale e trasformazione tecnologica, le PMI italiane si trovano spesso in condizione di fragilità strutturale, limitata capacità di investimento e scarsa propensione alla cooperazione interaziendale. Tali elementi rappresentano un ostacolo al rafforzamento della competitività, all'innovazione e alla sostenibilità dei processi produttivi. Le forme di partenariato che si possono ipotizzare sono: contratti di rete, consorzi, associazioni temporanee d'impresa, Joint ventures contrattuali (come ad esempio accordi di produzione e/o commercializzazione e/o di R&S in comune), cluster o poli tecnologici.*

*Investire nella standardizzazione delle infrastrutture e dei sistemi di gestione dei trasporti (ad esempio, container e piattaforme digitali di monitoraggio) e l'adozione di un linguaggio comune per la gestione dei dati e dei flussi logistici consentirebbe una maggiore collaborazione nella filiera. A questo investimento si deve aggiungere la promozione di modelli di business basati sulla sharing economy, come il carpooling e il freight-sharing, che, attraverso la condivisione delle risorse come veicoli o magazzini, può ottimizzare l'utilizzo delle infrastrutture esistenti, riducendo i costi per le imprese e migliorando la capacità di carico dei mezzi di trasporto.*

*L'automazione dei magazzini e l'uso di tecnologie innovative come l'intelligenza artificiale e la robotica possono rendere la logistica più efficiente. Si potrebbero finanziare startup e progetti che favoriscano l'uso di nuove tecnologie come l'intelligenza artificiale e la robotica per ottimizzare i processi logistici. Questo dev'essere accompagnato da investimenti in formazione del personale, che sappiamo poi gestire le innovazioni tecnologiche inserite (e l'utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale per la gestione della logistica).*

*Per migliorare la competitività del settore, è necessario intervenire quindi su più fronti:*

1. **Supportare le aziende nei processi di merger & acquisition** per favorire la crescita e la solidità del settore

**In che modo:**

- Concedere un **credito d'imposta sulle spese sostenute per l'acquisizione di partecipazioni estere**, eventualmente legato a vincoli di mantenimento dell'investimento per un certo numero di anni.
  - Permettere una **maggior deducibilità degli interessi passivi** relativi a finanziamenti utilizzati per acquistare partecipazioni estere, in deroga alle limitazioni ordinarie previste dall'Art. 96 TUIR.
2. **Snellire le procedure d'emissione dei "minibond"** per le imprese il cui fatturato sia inferiore a 10mln di euro e che partecipino a **basket bond** per finalità d'innovazione.

**In che modo:**

- Prevedere fondi statali (sottoforma di contributi o facilitazioni fiscali) volti ad incentivare l'emissione di obbligazioni destinate alla crescita dell'impresa, sulla falsariga di quanto già previsto per le imprese lombarde da Assolombarda (<https://www.assolombarda.it/servizi/credito-finanza-e-incentivi/informazioni/bando-mini-bond-contributo-per-abbattimento-costi-e-sottoscrizione-obbligazione-fino-al-40>)

3. **Incentivare la managerializzazione delle PMI aderenti a una rete d'impresa "soggetto".**

**In che modo:**

- Prevedere **forme di decontribuzione** per i lavoratori assunti in codatorialità e di agevolazioni fiscali per le attività di formazione del personale condiviso in rete quali un credito d'imposta o un finanziamento a fondo perduto vincolato alle attività menzionate.

4. **Semplificare gli obblighi di disclosure delle Pmi quotate.**

*Un mercato per lo scambio di titoli per lo sviluppo e la crescita delle PMI dovrebbe prevedere una disciplina apposita per la disclosure, che tenga conto della peculiarità delle PMI e tipizzi le informazioni rilevanti da diffondere per le PMI quotate e/o prevedere un obbligo di comunicazione su base periodica.*

5. **Incentivare le forme di partenariato tra imprese.**

**In che modo:**

- **Fornire maggiore sostegno finanziario ai progetti in partenariato tra imprese:** l'intento è incentivare la collaborazione stabile e strutturata tra soggetti economici, favorendo la condivisione di risorse, competenze e rischi, e la creazione di sinergie produttive e tecnologiche.
- **Agevolare gli investimenti congiunti e l'adesione a network tecnologici:** introducendo specifici incentivi fiscali sotto forma di credito d'imposta per le imprese che investono in modo collaborativo in ricerca, sviluppo, digitalizzazione e innovazione, anche attraverso reti d'impresa o consorzi. La norma intende valorizzare i modelli aggregativi capaci di generare valore aggiunto e posizionare le PMI in filiere a più alto contenuto tecnologico.
- **Detassare gli utili reinvestiti all'interno di partenariati:** rafforzare la solidità patrimoniale delle imprese che operano in partenariato, prevedendo la detassazione degli utili conseguiti all'interno delle

collaborazioni interaziendali, a condizione che tali utili vengano reinvestiti entro due esercizi successivi in attività coerenti con gli obiettivi del partenariato. Si tratta di una misura che vuole premiare il reinvestimento produttivo a beneficio della crescita strutturale dell'impresa e dell'economia reale.

*Si tratta di misure coerenti con le linee strategiche delineate a livello europeo per favorire l'innovazione, la cooperazione e la transizione digitale delle PMI. Inoltre, contribuiscono a rafforzare i modelli di business cooperativi, aumentando la resilienza del sistema produttivo nazionale, soprattutto nelle aree meno sviluppate e nei settori ad alta intensità di capitale umano, cioè quelli in cui il valore prodotto dipende in larga misura dalla qualità, competenza e specializzazione della forza lavoro.*

*Le proposte qui presentate con riguardo al partenariato non comportano nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica, in quanto le agevolazioni previste potranno essere attuate mediante risorse già disponibili nei fondi nazionali o comunitari destinati alla competitività, alla ricerca e all'innovazione*

## **6. Incentivare la nascita di marketplace nazionali di eccellenza**

### **In che modo:**

- Favorire la creazione di consorzi digitali per la promozione congiunta di brand Made in Italy.
- Accelerare la diffusione dell'e-commerce in Italia affinché il mercato interno possa fare da volano per la formazione di marketplace italiani.

*Nel Rapporto "Esportare la Dolce Vita 2023 - Confindustria", il tema "Canali di vendita digitale & branding Made in Italy" è trattato con attenzione particolare, sottolineando il suo ruolo strategico per superare il sottodimensionamento delle PMI e valorizzare il Made in Italy nel contesto globale. L'e-commerce non è solo uno strumento di vendita, ma anche una leva identitaria e competitiva per le aziende che vogliono affermarsi sui mercati internazionali con una marca forte e riconoscibile.*

### **Potenziati alleati strategici:**

- ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
- Netcomm – Consorzio del Commercio Digitale Italiano
- Università e centri di ricerca (es. Politecnico di Milano – Osservatorio eCommerce B2C)

### **Azioni operative (medio termine):**

- Avviare una mappatura dei marketplace verticali esistenti, italiani ed europei, per identificare modelli replicabili e casi di successo.
- Realizzare un kit formativo digitale per PMI, con focus su marketing online e branding.

### **Azioni operative (lungo termine):**

- Lanciare un bando pilota con ICE e Netcomm per supportare un primo nucleo di imprese del largo consumo nell'avvio di una piattaforma Made in Italy multibrand.

## Innovazione

L'innovazione è un fattore chiave per aumentare l'efficienza del settore. Molte aziende devono ancora completare la transizione digitale per restare competitive a livello globale.

Dal punto di vista normativo, la strategia per supportare la digitalizzazione delle imprese si basa principalmente sui piani di Transizione 4.0 e Industria 4.0. Per garantire che l'intervento delle istituzioni abbia un impatto positivo tangibile sulle PMI, è essenziale definire meglio i dettagli applicativi delle normative e ridurre la complessità burocratica.

Alcuni interventi fondamentali includono:

1. **Dematerializzare i documenti di trasporto** attraverso l'adozione dell'EDI - Electronic Data Interchange

**In che modo:**

- Automatizzare i processi, eliminando interventi manuali.
- Standardizzare per garantire interoperabilità tra piattaforme diverse.
- Migliorare la sicurezza nella trasmissione dei dati.
- Velocizzare il ricevimento e la verifica delle merci in consegna, garantendo accuratezza e trasparenza con processi standardizzati.

*Per la messa a terra della linea di policy in questione, si prevede di percorrere la stessa strada seguita per la fatturazione elettronica.*

*Di seguito le principali tappe per l'introduzione dell'obbligo di fatturazione elettronica sia verso la Pubblica Amministrazione, sia tra privati (tenuto conto che è in approvazione a livello UE il pacchetto VIDA che introdurrà un sistema di fatturazione a livello europeo):*

- [Decreto-legge 24 aprile 2014, n. 66](#) "Misure urgenti per la competitività e la giustizia sociale" (art 25), con cui si anticipa al 31 marzo 2015 il termine di decorrenza degli obblighi di fatturazione elettronica per le amministrazioni centrali e per le amministrazioni locali;
- [Direttiva 2014/55/UE](#) del 16 aprile 2014 relativa alla fatturazione elettronica negli appalti pubblici, recepita con il [Decreto Legislativo 27 dicembre 2018, n. 148](#);
- [Legge 27 dicembre 2017, n. 205](#), "Legge di Bilancio 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020" - l'art. 1, comma 916, introduce l'obbligo di fatturazione elettronica tra privati a partire dal 1° gennaio 2019;
- Per fare questo, tuttavia, l'Italia ha dovuto chiedere l'autorizzazione al Consiglio UE, concessa fino al 31 dicembre 2021 con la Decisione del Consiglio UE [n. 593/2018](#) e successivamente prorogata con la Decisione [n. 2251/2021](#), che ha esteso la misura fino al 31 dicembre 2024. Da ultimo, la Decisione del Consiglio UE [n. 3150/2024](#) ha prorogato l'autorizzazione all'obbligo di fattura elettronica fino al 31 dicembre 2027 (o prima, dovesse essere introdotta la fatturazione elettronica europea).

*Essendo i documenti di trasporto impattati a livello internazionale (perché per import/export si parla di processi transfrontalieri) è sicuramente necessario un intervento legislativo europeo (anche per evitare che ci sia un ostacolo alla libera circolazione delle merci).*

2. **Promuovere l'utilizzo del QR code**

**In che modo:**

- Comunicare l'impatto ambientale dei prodotti ai consumatori con dati certificati (LCA/PEF) e standard GS1.
- Migliorare la tracciabilità dei prodotti per verificare il rispetto delle regole di mercato e per garantire trasparenza.

*A partire dal 2027, è prevista una significativa transizione nel settore del largo consumo: l'abbandono del tradizionale codice a barre a favore dei QR code standard GS1. Quest'iniziativa, denominata "Sunrise 2027", è promossa da 22 aziende leader mondiali nel settore del largo consumo e della grande distribuzione - come, ad esempio, Barilla e Carrefour - che hanno firmato una dichiarazione congiunta (giugno 2024) per sostenere l'adozione globale dei QR code entro dicembre 2027.*

*I QR code standard GS1 offrono numerosi vantaggi rispetto ai codici a barre tradizionali. Possono contenere una quantità significativamente maggiore di informazioni sui prodotti, rendendole facilmente accessibili ai consumatori tramite smartphone. Questo permette di fornire dettagli aggiuntivi come istruzioni per l'uso, informazioni sulla sicurezza, dati nutrizionali e certificazioni, migliorando l'esperienza d'acquisto e promuovendo scelte più consapevoli. Inoltre, i QR code facilitano la comunicazione di informazioni sulla sostenibilità.*

*Al momento, non esiste una normativa obbligatoria che imponga il passaggio dai codici a barre ai QR code entro il 2027, così come non è mai stato previsto alcun obbligo normativo per il codice a barre. L'utilizzo dei codici a barre in Italia è, infatti, guidato da standard internazionali e dalle best practice del settore, piuttosto che da obblighi legislativi specifici.*

*Centromarca può giocare un ruolo chiave nell'incentivare l'adozione dei QR code come nuovo standard di tracciabilità e comunicazione dei prodotti. Attraverso la definizione di best practices settoriali, Centromarca potrebbe guidare le aziende in questa transizione, promuovendo Linee guida condivise che garantiscano un'implementazione efficace e armonizzata di questa tecnologia. Un approccio strutturato e coordinato potrebbe non solo agevolare le imprese nell'adattarsi al cambiamento, ma anche valorizzare il ruolo della marca nella costruzione di un rapporto più trasparente e informato con il consumatore.*

### **3. Alleggerire il carico fiscale per startup e PMI innovative per stimolare lo sviluppo tecnologico**

**In che modo:**

- Promuovere un credito d'imposta per start-up e PMI innovative, utilizzando i 3 miliardi di disavanzo del Piano transizione 5.0

*La Legge per il mercato e la concorrenza 2023 ([Legge 16 dicembre 2024, n. 193](#)) è intervenuta in materia di startup innovative e incubatori certificati che si occupano del loro sviluppo, con gli articoli da 28 a 35. Le start-up innovative sono state ridefinite, sono state individuate agevolazioni per quelle a vocazione sociale e per incentivare investimenti su di esse. Inoltre, sono stati definiti i criteri minimi per essere riconosciuti quali incubatori certificati e sono individuate agevolazioni fiscali per gli stessi incubatori.*

*Alcune delle disposizioni contenute necessitano dei decreti attuativi volti a disciplinare le attività di incubazione e sviluppo svolte dagli incubatori certificati, nonché i criteri e le modalità di applicazione e fruizione del credito d'imposta per gli investimenti nel capitale delle start-up innovative.*

### **4. Investire in logistica verde, riducendo l'impatto ambientale del settore**

**In che modo:**

- Identificare i fattori di maggiore impatto ambientale nelle principali categorie del largo consumo.
- Automatizzare la condivisione di informazioni climatiche lungo la filiera per la rendicontazione delle emissioni di Scope 3.

- Misurare il livello di adozione dell'economia circolare nel settore.
- Quantificare i risparmi di emissioni di CO2 grazie all'implementazione di buone pratiche.
- Standardizzare la condivisione dei dati ambientali di Scope 3 per migliorare la raccolta e la rendicontazione.
- Implementare gli strumenti di auto-valutazione della circolarità e diffondere buone pratiche lungo il ciclo di vita dei prodotti.

*Su questo tema, sono diversi gli elementi che si devono tenere in considerazione. Il primo attiene all'effettiva attuazione da parte delle aziende di quanto già previsto in materia di sostenibilità a livello comunitario (e dunque a livello italiano), introducendo linee guida e strumenti di valutazione per i piani di sostenibilità delle aziende, che poi confluiscono all'interno della rendicontazione (la normativa di riferimento sulla rendicontazione di sostenibilità è il [Decreto Legislativo 6 settembre 2024, n. 125](#)). Questo permetterebbe alle stesse aziende di promuovere realmente iniziative e investimenti in logistica verde, e dunque azioni concrete volte a ridurre l'impatto ambientale.*

*Inoltre, GSI ha già promosso alcuni strumenti volti a promuovere la sostenibilità delle aziende e della filiera:*

- *L'Efficient Consumer Response (ECR) è un modello di collaborazione nella catena di approvvigionamento tra produttori, distributori e retailer. Mira a migliorare l'efficienza, ridurre i costi e ottimizzare la gestione delle scorte, diminuendo gli sprechi e aumentando la disponibilità dei prodotti.*
- *La piattaforma "Ecogentra" calcola e rendiconta le emissioni di CO<sub>2</sub> lungo tutta la filiera aziendale, includendo Scope 1, 2 e 3 dei fornitori. Queste informazioni possono essere condivise con i clienti attraverso un linguaggio standard comune, rendendo i dati coerenti e confrontabili.*

## 5. Incentivare l'uso di imballaggi innovativi

**In che modo:**

- Incentivare le aziende a migliorare la loro linea produttiva di macchinari (tax credit), guidandoli su soluzioni che vadano incontro al nuovo imballaggio innovativo: materiali più sostenibili, con minore impatto ambientale lungo il ciclo di vita e minori emissioni di CO<sub>2</sub>.

Secondo le recenti disposizioni della PPWR, la **riduzione dell'immesso al consumo** (in termini di materiale utilizzato e non di quantità di pezzi) sarà un obiettivo prioritario per le aziende di Centromarca. Partendo da questo, sarà necessario per le aziende **orientarsi verso un tipo di imballaggio che rispetti i nuovi standard** che saranno definiti nei prossimi mesi dal MASE insieme alla Commissione europea (**51 Atti delegati della PPWR**).

In questo contesto, siamo pienamente consapevoli che la sostenibilità – ambientale ed economica – si costruisce attraverso una responsabilità condivisa di filiera, e che sarà sempre più necessario **lavorare in modo integrato tra fornitori di imballaggi e costruttori di tecnologie e i produttori di beni di consumo**.

## Legalità

### 1. Sostenere norme di contrasto alle pratiche commerciali sleali

#### In che modo:

- Partecipare all'esame normativo in atto (COM (2024) 576 definitivo) e aprendo un dialogo con l'ICQRF per l'istituzione di meccanismi di cooperazione tra autorità di contrasto di diversi stati membri.
- Collaborare con la Commissione allerta prezzi per la definizione di una Linea guida illustrativa volta a spiegare la definizione del prezzo finale a scaffale.

### 2. Promuovere linee guida settoriali contro la contraffazione nel largo consumo di marca

#### In che modo:

- Raccolta di **buone pratiche aziendali e benchmarking** con altri settori già normati.
- Redazione delle **Linee Guida**, con validazione da parte del MIMIT.
- Promozione e diffusione presso le imprese aderenti, con supporto operativo per l'adozione.

Sulla base delle esperienze già maturate in altri comparti, come quello della moda, è opportuno estendere l'approccio collaborativo alla lotta alla contraffazione anche al settore dei beni di largo consumo (in particolare di marca), fortemente esposto a fenomeni di falsificazione, italian sounding e imitazioni ingannevoli.

Centromarca si propone come attore promotore, in collaborazione con il **CNALCIS – Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding**, di sviluppare un documento di **Linee Guida specifiche per il settore** grazie alla costituzione di un **tavolo tecnico bilaterale**.

L'obiettivo è quello di definire un quadro d'azione condiviso tra imprese, associazioni di categoria e istituzioni per:

- migliorare il coordinamento e la tempestività delle segnalazioni di casi sospetti di contraffazione;
- individuare standard comuni per la prevenzione e la gestione dei fenomeni illeciti, anche attraverso sistemi di tracciabilità avanzati;
- promuovere campagne di sensibilizzazione rivolte al consumatore;
- rafforzare il presidio nei canali digitali, marketplace e social media;
- favorire l'adozione di strumenti digitali per la tutela del marchio (es. piattaforme di segnalazione rapida, blockchain, QR code con funzioni di verifica).

La formalizzazione di queste linee guida rappresenterebbe un passo concreto nella costruzione di un sistema di tutela integrato per i brand del largo consumo, capace di unire prevenzione, protezione e valorizzazione del patrimonio industriale e reputazionale delle imprese italiane.

*Inoltre, si può lavorare attraverso l'Associazione Europea - AIM e i suoi Trade Mark e Anticounterfeiting Committee che hanno l'obiettivo di rafforzare le leggi sulla proprietà intellettuale per promuovere l'innovazione e l'imprenditorialità, e collaborano costantemente con le istituzioni UE per colmare il divario tra politica e realtà di mercato, anche lavorando a stretto contatto con uffici come l'EUIPO, dove è uno dei cinque osservatori delle associazioni di utenti presso il Management Board.*

### 3. Incentivare la formazione

#### In che modo:

- Collaborare con la nuova Fondazione Imprese e Competenze del Made in Italy.

Alcuni settori strategici per il largo consumo, come la **logistica** e l'**industria manifatturiera**, stanno attraversando una **fase critica a causa della difficoltà crescente nel reperire personale qualificato**. In particolare, la carenza di figure professionali fondamentali, come gli autotrasportatori, sta generando impatti concreti sul sistema produttivo e distributivo.

Questa situazione, oltre a **compromettere la competitività delle imprese**, apre la strada a fenomeni di **irregolarità e lavoro sommerso**, con potenziali ricadute sulla sicurezza, sui diritti dei lavoratori e sulla reputazione complessiva del comparto.

Diventa quindi **prioritario intervenire con politiche mirate che favoriscano la formazione settoriale e promuovano condizioni eque e trasparenti lungo tutta la filiera**.

In quest'ottica, Centromarca si pone l'obiettivo di **collaborare con la nuova Fondazione Imprese e Competenze del Made in Italy**, che nasce proprio con l'obiettivo di rafforzare il legame tra mondo produttivo e formazione. Attraverso percorsi di qualificazione professionale, la Fondazione può rappresentare un alleato chiave per affrontare le criticità occupazionali e rilanciare la qualità e la sostenibilità del lavoro nel settore.