

## **PNRR E GREEN NEW DEAL: DAI GRUPPI FRANCESI IN ITALIA UN INVITO A FARE SISTEMA**

*É quanto emerge dalla tavola rotonda «Le filiere produttive tra crisi e sfide per il futuro»  
organizzata a Milano dalla CCI France Italie*

**Milano, 21 novembre 2022** Fare sistema per un percorso di crescita e sviluppo condiviso a fronte della grave crisi energetica e degli effetti della precaria situazione internazionale. La tavola rotonda «**Le filiere produttive tra crisi e sfide per il futuro**», organizzata oggi a Milano da CCI France Italie nell'ambito del Club CSR con la partecipazione dei CEO e Amministratori Delegati di quattro multinazionali francesi storicamente radicate in Italia Carrefour Italia, Gruppo Lactalis in Italia, Michelin Italiana, Renault Italia – ha fatto emergere un invito alle istituzioni e al sistema economico per una maggiore coesione e sinergia. La crisi ha evidenziato la fragilità delle filiere di approvvigionamento in diversi settori, tra cui quello dell'agroalimentare e dell'automotive, e per garantire gli obiettivi di sostenibilità e innovazione che le Istituzioni europee hanno indicato nel Green New Deal serve una linea d'azione comune che coinvolga non solo le aziende italiane, ma anche i grandi gruppi esteri più attivi e presenti in Italia.

*“Gli obiettivi di competitività e sostenibilità sono oggi più che mai una grande sfida per tutte le aziende e solo attraverso una logica di sistema che vede operare insieme i gruppi italiani e gruppi francesi, sempre più necessaria tenuto conto della situazione di crisi internazionale, avremo la possibilità di raggiungerli – osserva Denis Delespaul, presidente della CCI France Italie – Camera di Commercio. - L'interscambio tra Italia e Francia vale oltre 84 miliardi di euro e crea complessivamente 400.000 posti di lavoro; le aziende che hanno partecipato oggi a questa tavola rotonda contribuiscono fortemente alla creazione di questa ricchezza. Grazie a valori condivisi, una storia comune e a una complementarietà unica, le nostre economie insieme contribuiranno a costruire un futuro responsabile.”*

*“In un periodo storico complesso tra inflazione, costi energetici e diminuzione del potere d'acquisto da parte dei consumatori siamo fortemente convinti che per vincere le sfide di oggi e di domani sia fondamentale fare sistema con tutti gli attori della filiera. Come Carrefour Italia, siamo impegnati per supportare i produttori locali italiani e crediamo si possa lavorare insieme per un ricercare un migliore equilibrio tra sostenibilità e accessibilità in ambito alimentare – dichiara Christophe Rabatel, CEO di Carrefour Italia. – Il nostro obiettivo a livello di Gruppo è realizzare concretamente la transizione alimentare per tutti e crediamo che l'Italia, con la sua grande tradizione alimentare, i suoi valori di territorialità e tipicità regionali e le sue eccellenze agroalimentari, possa giocare un ruolo da protagonista in questo percorso”.*

*“Lactalis è un grande gruppo, leader nel mondo del lattiero caseario, ed è in Italia la prima realtà industriale del Paese del settore agroalimentare, sia per numero di siti produttivi, sia per capillarità sul territorio. La nostra dimensione consente di generare un valore aggiunto importante per l'Italia, con un impatto occupazionale totale di oltre 19.000 persone e un contributo al PIL di 2,2 miliardi di euro, – è il commento di Giovanni Pomella, General Manager di Lactalis in Italia. – Investiamo per un continuo rinnovamento e sviluppo del settore lattiero-caseario. Crediamo nella necessità di fare sistema per supportare al meglio*

*l'intera filiera, ancora di più di fronte al difficile scenario attuale, sostenere un percorso di crescita sui mercati internazionali, che già oggi ci vedono protagonisti: riusciamo infatti ad essere presenti con il brand Galbani in 140 Paesi, e abbiamo raggiunto 30 Paesi con le DOP, vero fiore all'occhiello del nostro settore e su cui intendiamo investire sempre più. L'Italia necessita di misure ed interventi partecipati e condivisi per una maggiore competitività del comparto e il ruolo delle istituzioni oltre che delle imprese italiane è fondamentale."*

*"Alla crisi sanitaria Covid-19 si sono aggiunte in rapida sequenza altre crisi globali, in un crescendo mai registrato in precedenza. Ci troviamo ad operare in un contesto sociale di mercato molto sfidante, che dimostra in pieno la pertinenza della strategia "All Sustainable" del Gruppo Michelin, basata sulla continua ricerca del migliore equilibrio tra le 3 P di People, Planet e Profit, - commenta **Simone Miatton, CEO Michelin Italia**. - L'Italia, per la sua storia industriale e la qualità della sua forza lavoro, ha delle importanti carte da giocare in uno scenario internazionale dove gli equilibri consolidati sono rimessi in discussione. In questa situazione Michelin Italiana, che oggi rappresenta, con oltre 3700 dipendenti, il primo produttore di pneumatici del Paese, contribuisce alla crescita del Gruppo puntando ad essere un riferimento sulla digitalizzazione e l'innovazione di processo, sulla flessibilità organizzativa e l'eccellenza operativa, sulla responsabilizzazione e lo sviluppo del proprio personale all'interno di un quadro di rispetto e attenzione per le tematiche sociali e ambientali. Auspico che su questi temi si possa costruire un dialogo aperto e costruttivo per ricevere supporto da tutti gli stakeholder. In tempi così incerti e difficili le aziende che svolgono un ruolo sociale concreto e tangibile non devono essere lasciate sole."*

*«Per istituzioni ed aziende private, l'arduo compito, nel breve termine, sarà quello di plasmare una società più moderna, in grado di evolvere responsabilmente tra innovazione e sostenibilità, afferma - **Raffaele Fusilli, Amministratore Delegato Renault Italia**. - Oggi, noi che lavoriamo nell'industria dell'auto siamo di fronte ad una rivoluzione copernicana, i cui tre principali ingredienti sono la transizione tecnologica, la transizione energetica e la transizione digitale. Elementi che, sommati l'uno all'altro, possono essere volano di sviluppo economico e opportunità per l'intero comparto, a condizione che vi sia un approccio sinergico pubblico-privato ad accompagnare questa rivoluzione. Per il Gruppo Renault, l'Italia e i suoi fornitori sono una leva fondamentale data la loro centenaria esperienza e conoscenza dell'industria automotive. Ad oggi, il Gruppo realizza acquisti per circa 1 miliardo di euro in Italia, al 40% attorno al gruppo motopropulsore ed i suoi componenti, grande punto di forza del mercato italiano. Renault intende fare un passo avanti e sviluppare un sistema solido attorno alla catena del valore dell'auto elettrica, alla tecnologia, alla digitalizzazione e all'economia circolare.»*

Italia e Francia sono partner economici storici e importanti e le loro economie rappresentano il 30% del PIL europeo. Nel 2021 l'Italia è per la Francia il 3° partner commerciale e il 2° cliente mentre la Francia si assesta come secondo partner commerciale per l'Italia. La Francia si conferma primo investitore in Italia e conta 2.119 partecipazioni in aziende italiane che creano 289 000 posti di lavoro. Le aziende italiane sono a loro volta in piena espansione oltralpe con una forte crescita tra il 2020 e il 2021. Nella lista dei Paesi esteri investitori in Francia, l'Italia è passata dal 9° al 5° posto nel giro di un anno. L'Italia infatti conta oggi oltre 2.000 aziende in Francia che creano oltre 100.000 posti di lavoro.

**CCI France Italie, la Chambre**, è un'istituzione privata di diritto italiano con sede a Milano, appartenente alla rete delle Camere di Commercio e d'Industria Francesi all'Estero (CCI France International). È la prima rete d'affari franco-italiana, con oltre 350 imprese francesi e italiane aderenti. Fondata a Milano nel 1885, è anche la più antica camera di commercio estera in Italia. Il Presidente in carica è Denis Delespaul. La missione della Chambre è quella di favorire e contribuire allo sviluppo e al consolidamento delle relazioni economiche e commerciali tra la Francia e l'Italia offrendo opportunità di incontro e relazione per la comunità d'affari franco-italiana. In questa prospettiva, la Chambre collabora con i Ministeri francesi e italiani, con i Rappresentanti diplomatici, nonché altre Camere di Commercio e associazioni di categoria in Francia e Italia e, in generale, con le autorità pubbliche e private dei due Paesi, per favorire lo sviluppo degli scambi tra Francia e Italia.

### ***Informazioni per la stampa***

Antonio Buozzi | [antonio.buozzi@havaspr.com](mailto:antonio.buozzi@havaspr.com) | +39 320 0624418