

29 gennaio 2020



Focus

Marco Travaglia AD Nestlé Italia: “Qualità, sicurezza e valore dei marchi italiani”



Concretezza, low profile, apertura e chiarezza, sono alcune delle chiavi scelte da Marco Travaglia, neo presidente e amministratore delegato Italia e Malta del gruppo Nestlé, per presentarsi alla stampa.

Una giornata tersa e luminosa al nono piano di un palazzo del centro di Milano, donano smalto all'appuntamento centrato sulla presentazione dello studio, svolto in collaborazione con Althesys, dal titolo “Il Gruppo Nestlé crea valore per l'Italia”.



La ricerca ha analizzato il contributo di Nestlé alla creazione di valore condiviso per il sistema economico e sociale italiano considerando le attività svolte in tutte le fasi della filiera. In Italia, nel 2018, Nestlé ha prodotto un valore condiviso di 3.649 milioni di euro, pari allo 0,2% del PIL, a dimostrazione che, nonostante il contesto sfidante, l'azienda contribuisce ad accelerare la spirale positiva della crescita sostenibile.



“Innanzitutto sono soddisfatto della scelta esercitata dal gruppo Nestlé di affidare la guida dell'Italia a manager italiani. Per carattere tendo a semplificare, ritengo che poche cose fatte bene, in profondità e comunicate con chiarezza siano il giusto obiettivo. Continueremo a investire in Italia e mantenere un forte radicamento sul territorio, l'Italia ha certamente un ruolo di prima classe all'interno del contesto economico internazionale, ma c'è bisogno di maggiore fiducia verso le aziende per mantenere questo potenziale”.



Nestlé conta in Italia dieci stabilimenti da nord a sud (l'ultimo di Buitoni aperto a Benevento) e la proprietà di marchi della tradizione italiana, da San Pellegrino simbolo italiano sulle tavole di tutto il mondo, a Perugia e Buitoni. E la volontà di mantenerne l'identità, è confermata.

"Quello che facciamo deve avere valore per noi come azienda e un ritorno sulle persone e sulla società" ha detto Travaglia, introducendo il professor Alessandro Marangoni di Althesys.



"La teoria del valore condiviso sviluppata negli Stati Uniti - ha spiegato il ricercatore- è stata adottata da Nestlé da diversi anni e si tratta del valore che un'impresa produce sull'intero sistema economico, sull'intera catena del valore, definendo una metodologia capace di misurare questo valore di per sé intangibile.

Viene infatti considerata l'intera catena del valore con ciò che sta a valle e a monte. Fornitori, logistica, distribuzione e vendita come ricadute indirette. Attività del gruppo come ricadute dirette e le ricadute indotte prodotte nelle diverse fasi della filiera".



Il numero e del valore condiviso è 3,6 mld di euro con 797 mln di ricadute dirette, 1081 mln di ricadute indotte e 1771 di ricadute indirette.

“Si tratta di una cifra che vale due volte il fatturato del gruppo - ha aggiunto l'amministratore delegato - parliamo dello 0,2% del pil italiano, ovvero se domani scomparissimo come Nestlé, l'Italia andrebbe in recessione. Un euro generato dal gruppo genera 4,5 euro all'interno della filiera. Raggiungiamo 1,481 MLN di contribuzione fiscale, pari allo 0,32% delle entrate fiscali”.

Un ambito che vale 7,5 mld per tutta la filiera nella quale il 74% dei fornitori di Nestlé è italiano. Tra il 2017 e 2019 il gruppo ha investito 200 mln in innovazione, formazione, efficienza e ambiente in Italia da nord a sud.

La previsione per il triennio 2020/2022 è quella di investire 50 milioni all'anno.

“Parliamo di attività concrete calate sulla realtà territoriale per le famiglie e gli individui, per le comunità, per il pianeta - ha detto Travaglia - tra le iniziative ricordo:

“Nestle for healthier kids” iniziativa globale per aiutare 50 milioni di bambini nel mondo a vivere in modo più sano. La “Nestle needs YOUth” per aiutare l'occupazione giovanile a livello globale. A Milano abbiamo costituito un hub con 150 ingegneri informatici, e ne stiamo cercando altri 40, per gestire nuove tecnologie a livello globale, aprendo un forte rapporto con le università che ci ha portato a incontrare oltre 23000 studenti.

La sostenibilità e la cura del pianeta sono un tema gigantesco in cui Nestlé vuole esser parte della soluzione e non del problema. Entro il 2025, il 100% del packaging sarà riciclabile o riutilizzabile e raggiungeremo le zero emissioni entro il 2050.

L'investimento per sviluppare materiali plastici riciclabili è pari a 2 mld di franchi svizzeri. Oggi c'è carenza di questi materiali, con le necessarie caratteristiche di sicurezza alimentare”.

Il vostro futuro in sintesi ?

“Un senso di crescita sostenibile. Contribuire a rafforzare la “corporale citizenship” ovvero, qualità, sicurezza e impegno sociale. Un’attenzione spasmodica alle persone sulle tematiche di salute e sicurezza”.

Quali critiche ha ricevuto dal suo insediamento ?

“Le persone reclamano quando nei Baci Perugina manca il messaggino d’amore”.