



CONSUMI IN TEMPO DI CRISI

Piena tenuta delle Grandi Marche

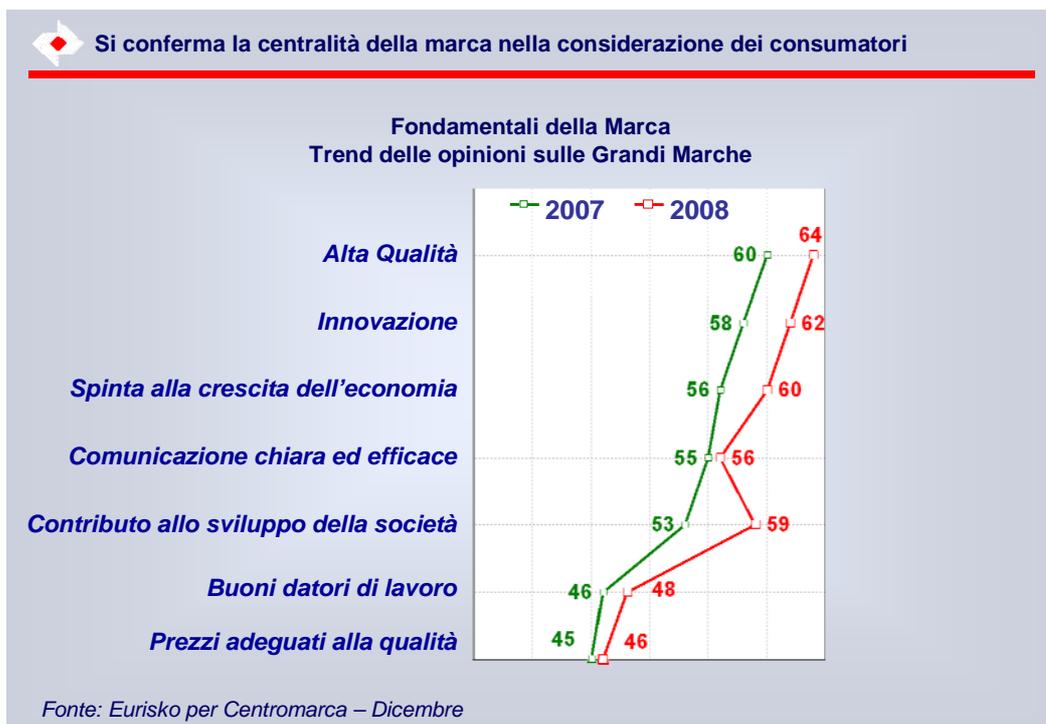
Milano, 2 febbraio 2009 – Le vendite dei beni di consumo delle grandi marche (sell in a volume) hanno registrato lo scorso dicembre un incremento del 6,8% rispetto allo stesso periodo del 2007. Un consuntivo altrettanto positivo è previsto per il mese di gennaio. “E’ un risultato in netta controtendenza rispetto alle previsioni fortemente pessimistiche che erano state formulate”, sottolinea Luigi Bordoni, presidente di Centromarca. “Risultato che ha consentito di limitare la flessione registrata l’anno passato (-1,6%) e contiene segnali positivi per il 2009”.

La leadership dei brand è comunque netta: il 70% dei beni di consumo acquistati nei supermercati e negli ipermercati italiani è costituito da prodotti delle grandi marche. “E’ la quota di mercato più alta d’Europa e dei paesi industrializzati”, spiega Bordoni, “costruita con l’innovazione di prodotto e di processo e la ricerca continua di efficienza ed efficacia”.

Alla positiva chiusura d’anno si affianca la crescita dell’apprezzamento degli italiani verso i prodotti delle grandi marche. Lo rivela un’indagine Gfk Eurisko sugli orientamenti del consumatore nei confronti delle diverse tipologie di offerta, da cui si evince un miglioramento (vedi grafico) delle valutazioni positive su fattori come la qualità, l’innovazione, la sicurezza e il prezzo corretto.

Incrementano anche la presa di coscienza del ruolo delle grandi marche per il rilancio dell’economia e l’evoluzione della società. “Operiamo in un sistema in cui competizione è fortissima”, evidenzia il presidente di Centromarca, “e questa è una straordinaria forma di garanzia per il consumatore, perché impone alle imprese di fare del loro meglio per offrire prodotti eccellenti, sicuri, contraddistinti dal miglior rapporto tra qualità e prezzo. E’ per questo che l’industria di marca, in Italia, costituisce un’area di eccellenza del sistema produttivo dalla quale non si può prescindere per il rilancio della nostra economia”.

Centromarca registra - e le rilevazioni Isae di gennaio lo confermano - un miglioramento delle opinioni e delle aspettative delle famiglie sia sul quadro economico generale sia su quello personale. “Ci sono meno tensioni sul fronte dei prezzi”, conclude Luigi Bordoni. “Stiamo assistendo a un ridimensionamento dell’inflazione e credo che le nostre imprese, grazie anche alla collaborazione delle aziende distributive, stiano dando un importante contributo in questa direzione confermando la loro attenzione verso le difficoltà economiche delle famiglie. E’ chiaro che nessuna industria, in questa situazione di crisi e perdita del potere d’acquisto dei salari, può permettersi di procedere ad aumenti non indispensabili. E’ una situazione molto diversa da quella di chi opera in mercati che a causa delle mancate liberalizzazioni sono al riparo della concorrenza. E con i suoi costi grava in modo improprio sui bilanci delle famiglie e delle imprese”.



Per informazioni:

Ivo Ferrario

Tel. 02 777213369

Cell. 335 6813017

Mail: ivo.ferrario@centromarca.it