



Prodotti di marca: piena tenuta nel primo semestre 2010

Milano, 22 luglio 2010 – Sell in con segno positivo per l'industria di marca nel primo semestre 2010. Secondo le rilevazioni del Centro Studi Centromarca tra gennaio e giugno di quest'anno il montante delle vendite di prodotti grocery (alimentare confezionato, articoli per la cura della persona e per la pulizia della casa) alle aziende clienti è cresciuto del +0,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Particolarmente positivo il dato relativo al giugno 2010, in cui il sell in ha registrato una crescita del +1,7% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

“La tenuta registrata dall'industria di marca, in un contesto di stagnazione della domanda, è frutto di uno sforzo enorme compiuto dalle nostre imprese”, sottolinea Luigi Bordoni, presidente di Centromarca. “In questi mesi abbiamo potenziato la nostra attività promozionale nei punti di vendita, moltiplicato le iniziative di co-marketing con i nostri partner distributivi, rafforzato gli investimenti pubblicitari che nel primo trimestre 2010 (ultimo dato disponibile) sono cresciuti del 12% a fronte di un incremento medio del mercato del 5%. Un'attività resa possibile dal costante controllo dei costi e dall'impegno delle imprese nella ricerca di nuovi spazi per recuperare efficienza ed efficacia operativa”.

Centromarca ribadisce l'esigenza di interventi che possano contribuire al sostegno della domanda. “In primis”, sottolinea Bordoni, “iniziative di liberalizzazione che possano ridurre i costi fissi generati dai settori protetti, che oggi gravano in modo improprio sulle imprese e sulle famiglie”.

Per informazioni:

Ufficio stampa Centromarca

Ivo Ferrario
ivo.ferrario@centromarca.it
Cell. 335 6813017

Paolo Ghiggini
paolo.ghiggini@centromarca.it
Tel. 02 777213361

A Centromarca, fondata nel 1965, aderiscono 190 imprese tra le più importanti attive nei diversi settori dei beni di consumo immediato e durevole (alimentare, chimico per la casa e per la persona, tessile, elettrico, bricolage, giocattolo, home entertainment) che complessivamente sviluppano in Italia un giro d'affari di 45 miliardi di euro.