



## **Vendite al dettaglio**

### **Gennaio positivo per l'Industria di Marca**

In un mercato che dà segni di ripresa, le Grandi Marche crescono in misura superiore alla media grocery. Bordoni: “Segnali importanti, da consolidare”. Appello al Governo: “Indispensabile sterilizzare la clausola di salvaguardia Iva”

*Milano, 26 febbraio 2015* - A gennaio i prodotti delle Grandi Marche hanno registrato una crescita delle vendite al dettaglio del +1,2% a valore e del +1,3% a volume, in linea con i segnali di ripresa del comparto grocery. Lo evidenziano le elaborazioni su dati Nielsen diffuse oggi da Centromarca.

“Sono segnali positivi, frutto dello straordinario impegno delle nostre imprese a sostegno della domanda”, commenta Luigi Bordoni, presidente di Centromarca, ricordando gli investimenti effettuati dalle Grandi Marche nell'innovazione, nelle iniziative di marketing sui punti di vendita della moderna distribuzione e la crescita del +5% registrata dalla pianificazione pubblicitaria a fronte di un calo complessivo del mercato del -2,5% (fonte: Nielsen 2014).

“Nei prossimi mesi”, sottolinea Bordoni, “avremo modo di verificare se la domanda manifesta effettivamente un'inversione di tendenza. Certo continueremo a collaborare con la moderna distribuzione con l'obiettivo di mantenere dinamiche le vendite al dettaglio”. Nel 2014 la filiera ha investito in promozioni circa 8 miliardi di euro.

Per dare vigore alla domanda e non pregiudicare la ripresa, il presidente di Centromarca chiede al Governo di individuare al più presto gli interventi di razionalizzazione e revisione della spesa pubblica dai quali ottenere le risorse necessarie per sterilizzare gli incrementi Iva pianificati con la Clausola di Salvaguardia. “Le imprese”, spiega, “hanno bisogno di indicazioni chiare sulle linee d'intervento che saranno adottate dall'Esecutivo. Se mancano, diventa arduo sviluppare piani strategici, anche di breve periodo. Il rischio è la paralisi degli investimenti, con forte pregiudizio per l'economia, la competitività delle imprese e l'occupazione”.

Secondo le elaborazioni di Ref Ricerche per Centromarca, nell'ipotesi di un intervento nella sua dimensione massima l'impatto degli aumenti Iva determinerebbe: incremento aggiuntivo dei prezzi al consumo superiore al 2%; riduzione dei consumi delle famiglie dell'1,8% e contrazione addizionale del Pil pari allo 0,8%.

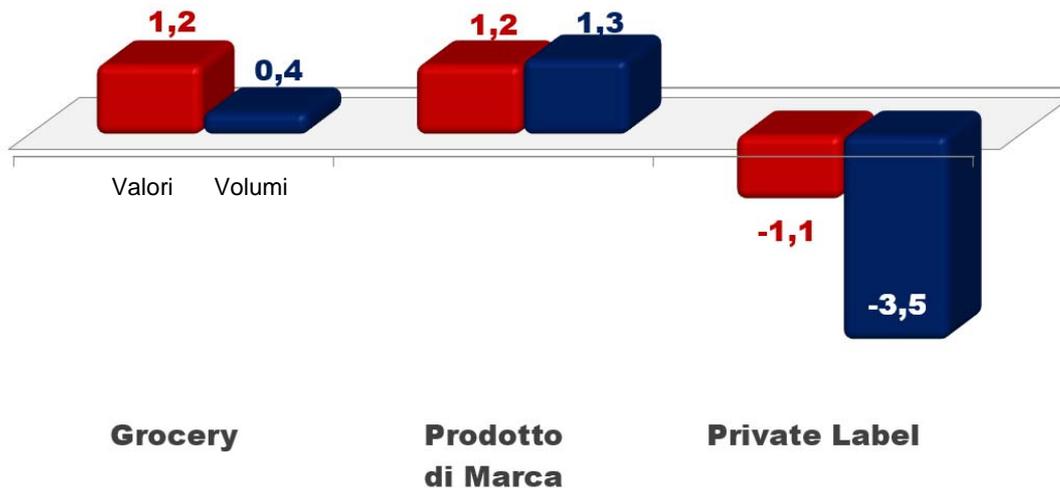


**CENTROMARCA**

COMUNICATO STAMPA

## Il trend delle vendite totale grocery, Industria di Marca e private label

Iper, Super e Libero Servizio - Variazioni % - Gennaio 2015 vs Gennaio 2014



Fonte: elaborazioni Centromarca su dati Nielsen

Per informazioni:

### Ufficio stampa Centromarca

Ivo Ferrario  
335 6813017  
ivo.ferrario@centromarca.it

Paolo Ghiggini  
02 777213361  
paolo.ghiggini@centromarca.it

---

A Centromarca, fondata nel 1965, aderiscono circa 200 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 un giro d'affari di 45 miliardi di euro. [www.centromarca.it](http://www.centromarca.it)