

COMUNICATO STAMPA

Milano, 22 novembre 2021

IN UN QUADRO INTERNAZIONALE DI STRAORDINARIA PRESSIONE SUI PREZZI DELLE MATERIE PRIME, E IN RELAZIONE A RECENTI DICHIARAZIONI RILASCIATE DA ESPONENTI DI AZIENDE DELLA MODERNA DISTRIBUZIONE, CENTROMARCA - ASSOCIAZIONE ITALIANA DELL'INDUSTRIA DI MARCA, RILEVA CHE:

- Anche in un contesto di straordinarie tensioni inflattive che investono i mercati delle materie prime, l'industria dei beni di consumo di Marca mantiene come fondamentale obiettivo garantire prodotti con il più corretto rapporto qualità/prezzo, attraverso le strategie aziendali più opportune.

Questo obiettivo è per altro reso obbligato dal fatto che il comparto produttivo dei beni di consumo è caratterizzato da una fortissima competizione orizzontale tra produttori di beni spiccatamente sostituibili e allo stesso tempo da un'accesa concorrenza verticale tra imprese della produzione e della distribuzione.

La concorrenza, in questo duplice sviluppo, è il fondamentale e più efficace strumento di difesa degli interessi del consumatore.

Il risultato è un'elevata fedeltà al prodotto di Marca, effetto dell'attenzione delle famiglie italiane per l'alto livello di qualità, l'innovazione e l'ampiezza dell'offerta espresse dall'industria di Marca, che si traduce concretamente nella più alta quota di mercato a livello europeo.

- La definizione della strategia di prezzo è un momento cruciale della politica di ogni azienda. Entrano in gioco relazioni di filiera, piani di sviluppo, investimenti legati all'obiettivo di competere sul mercato interno/internazionale, esigenze di conto economico.

In questa fase di imponente crescita dei costi, l'industria di Marca continua ad operare per assicurare la continuità produttiva degli stabilimenti, il mantenimento dei livelli occupazionali, le risorse economiche destinate al presidio di qualità, ricerca, sostenibilità ambientale e sociale, sviluppo e comunicazione.

È dunque improprio e fuorviante sostenere genericamente che eventuali aumenti di listino sono "ingiustificati". Riteniamo, invece, che la moderna distribuzione dovrebbe porre la massima attenzione agli effetti negativi che questa straordinaria anomalia dei mercati internazionali genera su un sistema produttivo strategico per il Paese.

Una crisi dell'industria italiana dei beni di largo consumo avrebbe pesanti ripercussioni sull'indotto a monte e a valle, con ricadute occupazionali negative in un contesto già di per sé critico.

L'impressione è che le dichiarazioni rilasciate alla stampa rispondano a intenti autopromozionali, riconducibili all'esigenza di acquisire vantaggi nella competizione tra insegne.

Dialogo, rispetto e collaborazione fra tutti gli attori della filiera, insieme al corretto dispiegarsi della concorrenza, specie in un momento così particolare e complesso, sono requisiti fondamentali per favorire la miglior prestazione al consumatore.

In questa direzione industrie di Marca e Centromarca continueranno ad operare.

Centromarca proseguirà il suo impegno nel portare a conoscenza del Governo, delle forze politiche e dell'opinione pubblica una situazione di mercato che, se perdurante nel tempo, avrà pesanti effetti negativi sulla struttura produttiva dell'intero settore industriale dei beni di consumo operante in Italia.

A Centromarca, Associazione Italiana dell'Industria di Marca, fanno riferimento circa 200 tra le più importanti industrie operanti nel settore dei beni di largo consumo. Realtà italiane e multinazionali, alimentari e non alimentari, che complessivamente sviluppano una quota di mercato del 60% a valore nel settore del largo consumo confezionato. www.centromarca.it

Per informazioni:

Ufficio Stampa Centromarca

Ivo Ferrario Tel. 335.6813017

Ginevra Amoruso Tel. 392.0485663

Email relazioni.esterne@centromarca.it

LinkedIn

