

COMUNICATO STAMPA

Inflazione da costi: tempesta perfetta sul largo consumo Centromarca descrive un quadro di forti criticità Mutti: “Pronti a un tavolo con il Governo”

Milano, 25 gennaio 2023 - «Nel settore del largo consumo l'effetto della fortissima concorrenza e la costante ricerca di efficienza hanno sempre contribuito a contenere la dinamica dei prezzi. Il quadro inflattivo attuale è la conseguenza di eventi rilevanti e non prevedibili che hanno investito le imprese. Nell'ultimo biennio sono state indebolite dalle conseguenze della pandemia, dalle tensioni sui prezzi delle materie prime e dalle strozzature delle catene di approvvigionamento globali. Poi si sono presentati gli effetti della guerra in Ucraina, le tensioni geopolitiche e l'incremento dei costi finanziari. Da questa tempesta perfetta è scaturita la più alta inflazione esogena da costi degli ultimi decenni e ne sono derivati pesanti extracosti che nei mesi scorsi non sono stati trasferiti a valle. È una dinamica assolutamente non paragonabile a quella degli Anni Settanta, quando non esisteva ancora il buying power della moderna distribuzione. La crescita dei prezzi - descritta e commentata a più riprese dai mezzi d'informazione - è il segnale che la situazione per le imprese non è più sostenibile». Nel corso della conferenza stampa promossa oggi a Milano da Centromarca, il presidente dell'associazione, Francesco Mutti, ha messo in evidenza le criticità che hanno investito l'industria del largo consumo e che potrebbero pregiudicare la sopravvivenza di molte realtà del tessuto produttivo.

Secondo le stime redatte dalla società di consulenza Prometeia, anche ipotizzando il quasi totale trasferimento a valle dei costi sostenuti, circa il 30% delle aziende industriali del largo consumo si troverebbe comunque ad operare con margini negativi, accentuando una sofferenza già manifestata dal 23% dei produttori nel 2021. Il quadro è critico perché i costi non sono stati immediatamente trasferiti a valle a causa del divario temporale, di parecchi mesi, presente nel passaggio dei listini dall'industria alla distribuzione. I ricercatori ritengono a potenziale rischio il 18% del fatturato dell'industria del largo consumo, rispetto al 16% medio stimato per il manifatturiero nel suo complesso. Alti e bassi cicli di mercato, grande volatilità, tensioni sui beni energetici e politiche monetarie restrittive potrebbero pregiudicare la continuità nel medio termine di molte imprese. «Ovviamente», ha sottolineato Mutti, «i costi si trasferiscono a valle con tempi e intensità diverse, in relazione ai settori e alle differenti strutture dei costi e della

marginalità. Tutto ciò in un contesto di basso potere d'acquisto delle famiglie di cui tutte le aziende sono pienamente consapevoli».

Nel panorama industriale nazionale, secondo Prometeia, le imprese produttrici dei beni di largo consumo confezionato, dell'alimentare in particolare, dovrebbero registrare le maggiori penalizzazioni, in ragione dell'incidenza dei costi per materie prime ed energia molto rilevanti soprattutto nelle fasi di trasformazione a monte. Per l'insieme del settore alimentare e bevande, per esempio, le materie prime incidono in media per il 63% del fatturato. All'interno dell'industria del largo consumo, stando alle stime, soltanto la metà delle aziende oggi sarebbe in grado di assorbire il 50% degli aumenti dei costi operativi senza portare in negativo la marginalità. Gli impatti sarebbero pesanti in termini di investimenti ed occupazione se si considera che l'industria del largo consumo pesa per il 17,3% sugli investimenti e per il 14% sui posti di lavoro del comparto manifatturiero. Se una tale stretta dovesse verificarsi, contribuirebbe ad aggravare di un ulteriore 0,8% la pressione sui consumi delle famiglie indotta dalla minore occupazione. Dalla possibilità di mantenere in salute i conti economici dipendono inoltre gli investimenti per l'innovazione, la sostenibilità e il presidio della qualità che hanno consentito all'industria del largo consumo di presidiare efficacemente settori maturi sul mercato interno e di riposizionarsi sui mercati esteri, fatti rilevanti per la competitività dell'intera filiera.

In merito all'ipotesi di moratoria degli aumenti dei listini, formulata in più occasioni da associazioni e aziende della moderna distribuzione, con la quale le associazioni e le industrie produttrici sono state invitate a un confronto collettivo, Centromarca ritiene che non possa in alcun modo essere valutata nel merito. Determinerebbe, infatti, sia turbative in un mercato che nel tempo ha migliorato la sua efficienza sia distorsioni nella concorrenza non compatibili con la normativa antitrust. L'associazione sottolinea, inoltre, che assumere impegni per conto dei propri aderenti non rientra nelle prerogative statutarie. Le aziende devono intervenire sui listini in totale autonomia, nel rispetto della normativa antitrust, sulla base di strategie commerciali molto differenziate tra di loro. Rileva, infine, che l'industria ha profuso ingenti sforzi per contenere l'inflazione e non ritiene appropriate dichiarazioni di terzi che potrebbero far presumere all'opinione pubblica e ai policy maker che gli autonomi interventi delle singole industrie sui listini siano frutto di decisioni puramente speculative. «Centromarca», ha auspicato Francesco Mutti, «era e resta ampiamente disponibile a discutere con il Governo, ad un stesso tavolo che coinvolga le aziende della moderna distribuzione, per ragionare su vie di sbocco percorribili a una situazione complessa che ha investito la filiera e il Paese».

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 un giro d'affari di 57 miliardi di euro, un valore aggiunto di 11 miliardi di euro e occupano direttamente quasi 100mila addetti. www.centromarca.it

Per informazioni:

Ufficio Stampa Centromarca

Ivo Ferrario Tel. 335.6813017

Ginevra Amoroso Tel. 392.0485663

Email relazioni.esterne@centromarca.it