



CONFINDUSTRIA Tavola rotonda dedicata agli effetti dell'inflazione

La Gdo: "Ora i prezzi caleranno"

ROVIGO - Dinamica dei prezzi, consumi in contrazione, referenze a scaffale e strategie di rilancio nelle politiche commerciali. E la pandemia a fare da spartiacque. Molti i temi dell'incontro a palazzo Giacomelli a Treviso promosso dal **gruppo agroittico molitorio zootecnico di Confindustria Veneto Est, presieduto da Carlo Scabin, amministratore delegato della pole-sana Delta Group**; con Coop Italia, rappresentata da Massimiliano Lazzari, direzione commerciale Food e responsabile reparto salumi e gastronomia, e da Francesco Scarcelli, head of category Purchasing-Beverages. Hanno partecipato anche le aziende dei gruppi alimentare, con il presidente Stefano Pavan e la vicepresidente Paola Goppion, distribuzione organizzata, con il vicepresidente Silvano Canella, e vinicolo distillati e liquori con il presidente Stefano Bottega e il vicepresidente Settimo Pizzolato.

I rappresentanti di Coop Italia hanno delineato ai numerosi imprenditori presenti il quadro della situazione. Tra i temi, naturalmente, vi è l'impatto dell'inflazione, che provoca la contrazione dei margini ("all'acquisto paghiamo più 16% mentre alla vendita gli aumenti sono del 9%") e il calo dei volumi, già dall'inizio dell'anno, con consumatori attenti anche a ridurre gli sprechi. Recuperano i supermercati mentre, a sorpresa, calano i discount, e per tutti "l'obiettivo è mantenere le quote di mercato". In

prospettiva, il picco dovrebbe essere stato toccato e per i prossimi mesi si prevede inflazione in calo e una piccola ripresa dei volumi delle vendite.

I cambiamenti nelle abitudini di consumo - hanno rilevato i rappresentanti di Coop Italia - partono anche prima della fiammata dell'inflazione, con lo spartiacque rappresentato dagli effetti della pandemia. Sono cambiati gli stili di vita e quindi gli acquisti: il vino si lega alla convivialità (più spumanti e meno vini fermi), i distillati alla mixology, meno carni rosse più verdure, ma anche conferma del fast food che abbina vantaggiosamente rapidità ed economicità.

Per le catene di distribuzione, la varietà nello scaffale deve contemplare questa pluralità di scelte e al tempo stesso anticipare e promuovere nuove abitudini di consumo, ad esempio nel privilegiare le produzioni di territorio e quelle con alti valori di sostenibilità. Un focus approfondito è stato dedicato al private label, con il quale Coop Italia copre già il 30% dei prodotti a scaffale, con l'obiettivo di arrivare al 50% con 5 mila referenze. Una fascia di prodotti che ha posizionamento costante e subisce meno le oscillazioni di prezzo rispetto ai prodotti a marca. "E' una tendenza europea, che consente anche di orientare il consumatore verso determinate ti-

pologie e che non necessariamente prevede grandi volumi ma può concentrarsi anche in nicchie di mercato, prodotti di territorio e con la possibilità di sviluppare linee di co-branding". E nuovi cambiamenti sono annunciati dall'affermarsi delle vendite online anche per i prodotti alimentari e di largo consumo.

"Come aziende dell'intera filiera agroalimentare e della distribuzio-



ne rappresentiamo in Confindustria Veneto Est 335 imprese per oltre 22mila collaboratori diretti nelle quattro province - ha sottolineato Carlo Scabin, presidente del gruppo agroittico Molitorio Zootecnico - crediamo molto nella collaborazio-

ne tra noi, nel territorio, e nello stabilire relazioni concrete e pragmatiche nelle catene di acquisto e fornitura, offrendo a tutte le imprese la possibilità di accedere ad informazioni aggiornate. Siamo considerati un settore 'anticiclico', che meno risente quindi delle variazioni congiunturali, ma la pandemia prima e ora l'inflazione ci chiedono di essere flessibili e in grado di cogliere i cambiamenti nei consumi, negli stili di vita, nella comunicazione, a fronte di scenari di mercato che saranno sempre più caratterizzati da discontinuità e nuove proposte alle quali sapremo rispondere".

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il convegno
organizzato dal
gruppo
agroittico
molitorio
zootecnico di
Confindustria
Veneto Est,
presieduto da
Carlo Scabin, per
fare il punto
sulla dinamica
dei prezzi al
consumo

