

Ascoltare il consumatore
Nuovi paradigmi per l'industria e la moderna distribuzione
Piccolo Teatro di Milano - Teatro Grassi – 15 novembre 2005

Sintesi dell'intervento di Gianfranco Virginio, Presidente Indicod-Ecr

La crisi dei consumi si sta progressivamente aggravando.

Facciamo i conti con:

- contrazione delle vendite
- calo dello scontrino medio (*33,3 euro nel canale super/iper*)
- flessione dei margini
- riduzione delle visite ai punti di vendita
- crescita della pressione promozionale
- incremento dei costi sostenuti dalle imprese.

Il nostro comparto vive una fase di discontinuità che non ha precedenti.

La perdita del potere d'acquisto delle famiglie sta avendo effetti pesanti sull'attività delle nostre imprese.

I consumi hanno registrato una brusca frenata, evidentemente perché i consumatori non hanno visto realizzarsi quella crescita attesa del reddito che in passato ha sostenuto gli acquisti.

Ma sta accadendo anche qualcosa di nuovo: il consumatore sta ridefinendo le sue priorità d'acquisto, concentrando le sue risorse economiche su beni e servizi che sul piano valoriale intercettano meglio dei nostri le preferenze degli italiani.

L'effetto della riduzione del potere d'acquisto si fonde con un complesso fenomeno che vede le famiglie italiane ridefinire di continuo le priorità di spesa in funzione delle nuove esigenze che si profilano e del crescente appeal esercitato dai nuovi prodotti e servizi.

Come reagire a questa discontinuità? Cosa ci serve per farlo?

Prima di tutto crediamo che le imprese abbiano bisogno di un contesto operativo differente da quello attuale. L'Italia non cresce da dieci anni, perde competitività, riduce progressivamente il suo appeal per gli investitori esteri a vantaggio di altre economie, anche emergenti, che stanno giocando meglio di noi le loro carte sul mercato globale.

La fotografia del Paese non è esaltante:

- Dal 1994 a oggi la produttività oraria è cresciuta dell'1,1% contro il 2% della media dell'Unione Europea.
- Nel 1994 le esportazioni italiane rappresentavano il 4,2% del commercio mondiale mentre oggi pesano per il 3,2%.
- Il Paese si sta sempre più impoverendo: nei primi Anni Novanta il reddito pro capite aveva raggiunto il 106% della media europea e il 78% di quella statunitense, mentre oggi è pari alla media dell'Unione Europea ed è sceso al 72% circa del livello Usa.
- Se non ci sarà un'inversione di tendenza, tra non molti anni, il reddito sarà sostanzialmente più basso (la metà) di quello americano.

Ci auguriamo che le forze della maggioranza e dell'opposizione abbiano oggi ben chiara la crisi pesante in cui versa il Paese.

Ma ci chiediamo, a ormai pochi mesi dalle elezioni politiche, con quali azioni, con quali tempi e modalità intende agire (per creare nuove condizioni di crescita per il Paese) chi sarà chiamato dagli italiani a palazzo Chigi.

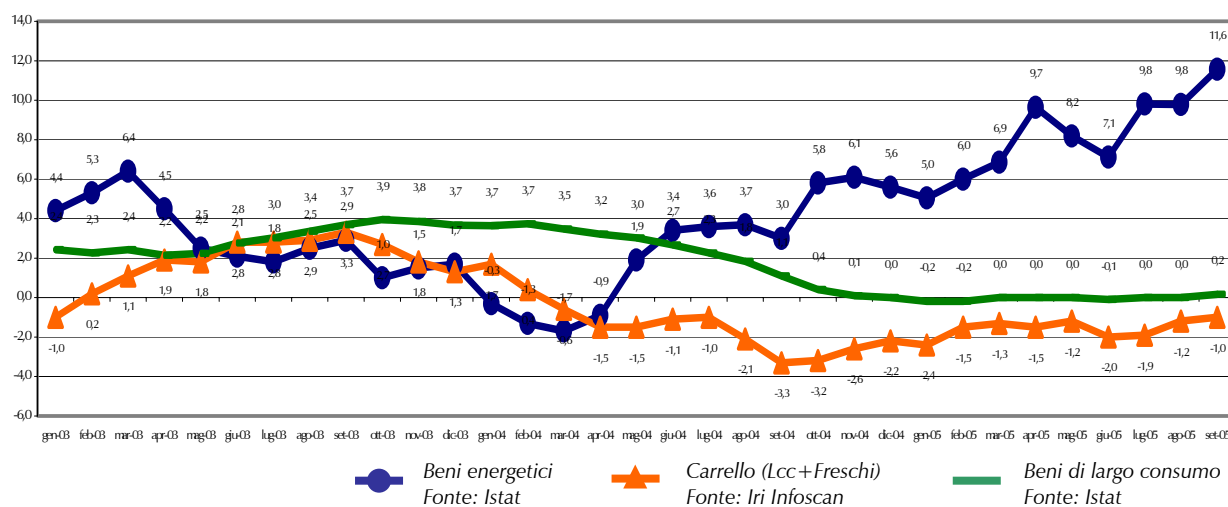
Abbiamo bisogno:

- di servizi che operino in un sistema di libera concorrenza,
- di un quadro normativo più snello, caratterizzato da competenze chiare e definite,
- di un quadro normativo che favorisca gli investimenti strategici per il Paese,
- di infrastrutture adeguate.

Vorremmo, inoltre, che le Istituzioni e il mondo della politica tenessero conto di un dato di fatto:

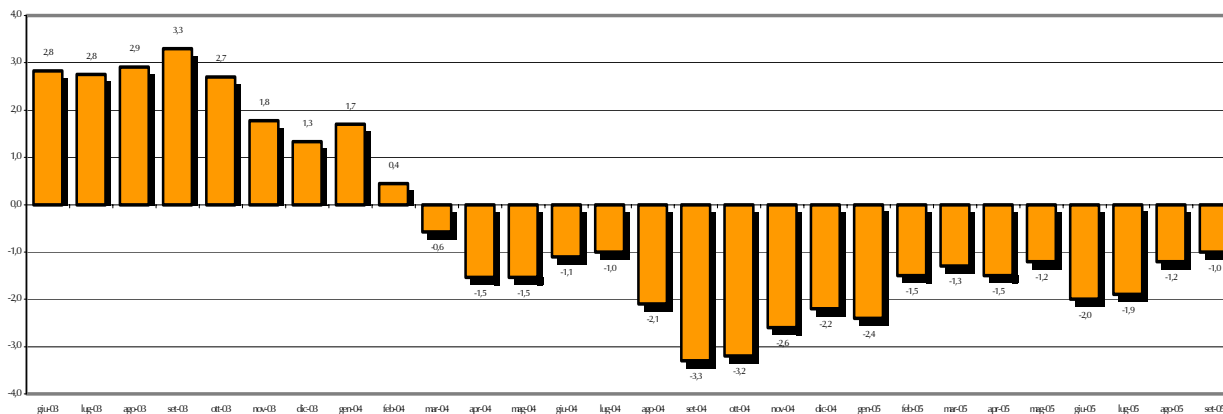
- Negli ultimi 19 mesi abbiamo ridotto i prezzi dei nostri prodotti, grazie alla collaborazione tra industria e distribuzione. Siamo tra i pochissimi settori in Italia ad avere agito con grande senso di responsabilità. Non l'hanno certo fatto le banche, le assicurazioni, le corporazioni protette, i gestori di utenze come l'energia o i carburanti.

ANDAMENTO PREZZI ENERGETICI VS LARGO CONSUMO



- La situazione sta diventando insostenibile, perché non solo riduciamo i prezzi, ma assorbiamo costi crescenti senza scaricarli sul consumatore. Energia, materie prime, trasporto, costo del lavoro pesano sempre di più sui nostri conti economici. Anche noi, industrie del largo consumo e aziende della moderna distribuzione, come le famiglie, siamo vittime di un sistema ingessato, che fa pesare su chi produce, distribuisce o consuma i costi impropri derivanti dalla presenza in Italia di troppe corporazioni e settori protetti non liberalizzati.

VARIAZIONE PREZZI LARGO CONSUMO (LCC+FRESCHI) - IPERMERCATI E SUPERMERCATI

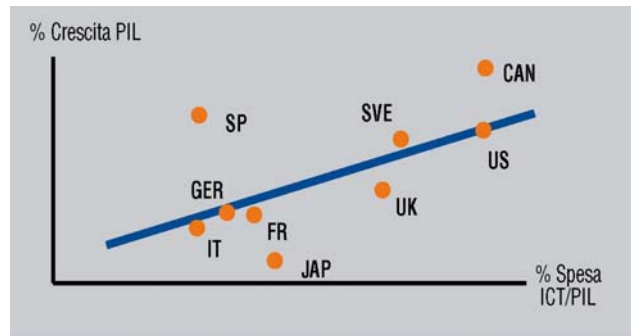


Un altro punto sul quale vogliamo richiamare l'attenzione è l'innovazione tecnologica.

Anche qui gli slogan si sono sprecati, eppure l'ingresso della tecnologia nelle imprese è uno degli assi su cui puntare per il rilancio del Paese.

- Negli ultimi anni le nazioni che sono cresciute di più sono state quelle contraddistinte da un positivo mix tra concorrenza (vera) e applicazione massiccia delle information technology che trasformano le transazioni e le relazioni di un'impresa al suo interno e verso l'esterno e modificano profondamente le regole del gioco.

ICT E CRESCITA DELLE ECONOMIE MODERNE



- La tecnologia, unita a Internet, oggi consente alle aziende di fornire servizi e assistenza, di segmentare i mercati, di operare in modo focalizzato personalizzando prodotti e servizi. Inoltre modifica i rapporti nella catena degli approvvigionamenti, la gestione degli ordini, della logistica, della produzione. Il processo di integrazione consentirà alle imprese di offrire prodotti sempre più personalizzati in grandi volumi e quindi a costi contenuti.

Indicod-Ecr, oltre ad essere il tavolo di raccordo tra industria del largo consumo e moderna distribuzione, oltre a costituire un punto di riferimento importante per l'armonizzazione dei processi di filiera può essere, deve essere un anello importante di questo grande disegno strategico che interessa le information technology.

L'appartenenza al network GS1 ci consente di cogliere i cambiamenti in atto nel mercato globale, e di tradurli sia in progetti specifici su scala internazionale sia in interventi di orientamento per le aziende nazionali.

Coerentemente con questo ruolo nel 2005 abbiamo:

- Varato un articolato piano di formazione, che ha toccato le più importanti città italiane, al quale hanno preso parte oltre 500 manager.
- Attivato i primi moduli di formazione on line.
- Dato impulso all'Edi, contribuendo a portare le aziende del largo consumo che adottano la tecnologia da poche decine ad oltre 700.
- Messo a punto un database con oltre 23mila indirizzi email di associati che ci consente di avere con loro un dialogo diretto e costante e di sviluppare indagini ad hoc con tempi di risposta rapidissimi.
- Lavorato con ottimi risultati nella tracciabilità dei prodotti alimentari, con risultati lusinghieri se consideriamo che attualmente più del 50% dei pallet è codificato in modo appropriato.
- Preparato il terreno all'introduzione dell'Epc, cioè dello standard GS1 di identificazione automatica in radiofrequenza nel largo consumo, attraverso lo sviluppo di un modello operativo di valutazione degli impatti sulla filiera.

Indicod-Ecr mette a disposizione di tutte le sue 30mila imprese associate un know how e un catalogo di servizi in costante evoluzione. Sta alle aziende sfruttare al meglio questo patrimonio per migliorare la loro capacità di esprimere efficienza ed efficacia.