Industria alimentare e distribuzione insieme per la sostenibilità

sostenibilita-1-1e926828

«Il pilastro è passare a una visione di lungo periodo e non più di breve perché il nostro obiettivo è creare valore nella filiera nel lungo termine, evitare la discountizzazione dell'offerta che porterebbe a un abbattimento delle possibilità di scelta del consumatore»: così ha detto **Francesco Mutti**, presidente di Centromarca, durante l'incontro "Gli orizzonti della ripresa. Scenari e prospettive per la filiera del largo consumo".

L'industria alimentare sta vivendo una fase di profondo rinnovamento all'insegna della sostenibilità e della transizione ecologica. Impegni onerosi in un momento in cui materie prime, noli marittimi, bollette energetiche sono a livelli record. Da qui la richiesta di un aiuto pubblico a supporto delle aziende. *«La transizione ecologica è irreversibile e non indolore* - premette **Anna Ascani**, sottosegretaria del Mise che aggiunge: *«Ci può essere una collaborazione tra Stato e imprese».*

Sul fronte dei consumi quelli delle famiglie continuano a restare stabili, *«con una domanda interna flat, polarizzata perché una parte del paese è in difficoltà* - ricorda **Marco Pedroni**, presidente Associazione Distribuzione Moderna. *Cresce la domanda di fascia alta e green e aumentano molto anche gli acquisti di base»*. Uno scenario in cui *«la fiducia delle famiglie è al massimo ma non si vede una reale ripresa dei consumi ed è raddoppiata la propensione al risparmio. E sostenibilità non è detto che faccia rima con aumento dei prezzi»* aggiunge **Alberto Frausin**, presidente Federdistribuzione. *«C'è un tema di creazione del valore che passa dalla collaborazione tra industria, filiera e distribuzione. Bisogna pensare come catturare il valore»* aggiunge **Alessandro d'Este**, presidente dell'Associazione Industrie beni di consumo.

Industria e distribuzione si preparano quindi a collaborare in una visione di lungo periodo.

Fonte: Il Sole 24 Ore