

"Cittadini apprezzano valori dei prodotti di marca"

Mercoledì 10 Marzo 2021 di AdnKronos

(AdnKronos/Labitalia) - "I prodotti di marca riempiono la vita di milioni di cittadini ogni giorno che apprezzano i valori percepibili, in termini di qualità, innovazione, prestazione e accessibilità". A dirlo Marco Travaglia, vicepresidente Centromarca e presidente e amministratore delegato del gruppo Nestlé in Italia, in occasione della web conference pubblica Centromarca Industria di Marca: un comparto sostenibile che crea ricchezza e benessere per l'Italia.

"Oggi però - osserva - alle marche viene chiesto di diventare, per essere sempre più considerate da un cittadino attento ed esigente delle case di vetro attraverso cui leggere i valori che le muovono, vedere le persone che le rendono realtà concrete e conoscere gli impegni che si intendono portare in ambito sociale o ambientale".

"Nell'anno complicato che abbiamo vissuto e che stiamo in larga parte vivendo - spiega - abbiamo potuto osservare come il cittadino-consumatore si sia rivolto in prevalenza ai prodotti di marca per trovare da un lato rassicurazione ma anche chiedendo loro uno sforzo ulteriore per rappresentare le nuove istanze che stanno fortemente emergendo".

"Oggi - fa notare Travaglia - le nostre aziende si devono impegnare per proporre prodotti che siano sostenibili, ma allo stesso tempo proprio attraverso le marche devono interpretare una missione sostenibile. Impegni come la tutela della società, dell'ambiente, comportamenti corretti nei rapporti di mercato, attenzione alle esigenze dei territori sui quali incidiamo, equilibrio ed equità all'interno delle nostre aziende sono i valori che le aziende associate a Centromarca cercano nel quotidiano di portare dentro ai prodotti di marca".

"Ma come trovare - si chiede - una misura per esprimere questo valore? La ricerca sul valore condiviso ci dice quanta ricchezza è prodotta a monte e a valle del nostro sistema di impresa, genereranno posti di lavoro contribuendo alla crescita del prodotto interno lordo e al gettito fiscale".

"Misurare l'importanza di questo impatto per il nostro Paese - avverte il vice presidente Centromarca - anche semplicemente in termini di contributo al pil ci dà consapevolezza e forza per portare poi avanti concretamente le nostre azioni. Le nostre aziende si distinguono in positivo rispetto alla media nazionale del campione Istat: sono state anticipatrici nel campo dell'eco-efficienza, hanno ridotto l'uso eccessivo di risorse primarie, intervengono sugli imballaggi per favorirne il riciclo, hanno ridotto le emissioni di anidride carbonica e i consumi energetici per prendere parte alle sfide che sono di tutti i cittadini".

"Sono sfide - commenta - ampie e di grande attualità in ambito non solo italiano ma anche europeo. L'industria di marca si trova posizionata in modo ideale per raccogliere queste sfide".

Essere vicini al mercato - assicura Marco Travaglia - fa parte del nostro dna. Continueremo a riempire di contenuti, non solo innovazione ma anche di esperienze e di valore i nostri prodotti e le nostre marche, consapevoli che il cittadino ci richiede sempre di più, ma ci riconosce anche un ruolo e guarda alle aziende di marca come parte della soluzione e non del problema.