



Lettere al direttore

Gentile Direttrice,

Mi permetto di intervenire su un tema quello del ruolo del retail nell'economia italiana - che ci vede profondamente coinvolti, sia pure indirettamente.

Come industria del centri commerciali il nostro lavoro consiste nella ideazione, progettazione, realizzazione e gestione di nuovi luoghi del commercio.

Pensare di poterlo fare bene senza comprendere a fondo le dinamiche e i problemi del settore sarebbe un atto di grande presunzione.

In realtà proprio il centro commerciale (e con questo intendo tutti gli aggregati commerciali non spontanei, centri commerciali, retail parks, factory outlets, city malls ecc.) è la dimostrazione del livello di efficienza che si può raggiungere mettendo insieme le competenze di tutto il mondo retail: grandi e piccoli operatori, ristorazione, servizi alla persona, attività ricreative e culturali.

Nessuno è interessato quanto noi alla crescita del settore e per crescita non intendo solo il volume di affari, ma anche - forse soprattutto - la capacità di generazione di nuove imprese, nuove insegne, nuovi formati.

Nessuno comprende meglio di noi il disagio del settore per non vedere riconosciuto il ruolo fondamentale che nei fatti ha nell'economia Italia.

Siamo infatti - purtroppo - anche degli esperti in materia di disattenzione da parte delle istituzioni, alle quali cerchiamo faticosamente di far capire che non siamo né speculatori immobiliari, né gli avversari del commercio, ma che produciamo per il commercio nuove opportunità di sviluppo, realtà dove si realizza il 25% delle vendite e dove lavorano il 25% degli occupati del settore.

Quindi, ben vengano occasioni di confronto, di collaborazione, di elaborazione di posizioni comuni, senza arroccamenti su posizioni di difesa di presunte situazioni di equilibrio ideale o di privilegio settoriale, che non hanno più alcuna ragion d'essere.

Certamente la nostra partecipazione "per ascoltare ed essere ascoltati" non mancherà.

Cordialità,

Pietro Malaspina
Presidente, CNCC Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali

Buongiorno Cristina,

bravissima, ha centrato il punto, il fattore umano è stato messo da parte e concordo nel dire che è tra le prime leve di competitività delle aziende. Solo per ringraziarla e salutare cordialmente.

Vincenzo Giummarra
Direttore Comm.le e Mktg,
Apicoltura Casentinese

Gentile Direttrice,

IBC si sta spendendo in un'intensa attività per promuovere l'adesione delle industrie associate a "Immagine", la piattaforma web varata da GS1 Italy | Indicod Ecr che consente di condividere immagini e informazioni di prodotto nelle relazioni di filiera e con il consumatore. I motivi di questo impegno sono legati all'esigenza delle imprese distributive ed industriali di disporre di un catalogo elettronico in cui reperire informazioni di prodotto, da utilizzare nei processi di business (dall'attività di referenziamento, alla redazione di un volantino, all'allestimento di una vetrina digitale..) e di relazione con il consumatore che siano corrette, uniformi e certificate. La piattaforma, in considerazione dell'affidabilità delle informazioni che offre, è uno strumento per esprimere competitività nel grande mercato globale multicanale e digitale. Soprattutto per le piccole medie realtà produttive impegnate nel presidio del mercato interno e nello sviluppo all'estero, che costituiscono l'ossatura dell'industria italiana dei beni di consumo e la più parte dei nostri associati.

Aldo Sutter, Presidente IBC,
Associazione Industrie
Beni di Consumo