

# EDITORIALE

## UNITI CONTRO L'AUMENTO DEI PREZZI



ANTONIO PORTACCIO,  
PRESIDENTE ITALGROB

Il biennio pandemico è stato molto complesso per il canale Horeca: **nel 2020 il mercato ha subito una contrazione del 35% con una perdita che nel 2021 non si è riusciti a recuperare.** A peggiorare la crisi, sono arrivate la guerra in Ucraina e la dinamica inflattiva più virulenta degli ultimi 20 anni. Il risultato è l'aumento dei prezzi di vendita al pubblico, con la perdita di potere d'acquisto e la conseguente contrazione della domanda interna.

Come spiega l'ultima indagine del Censis, il canale Horeca vanta oltre 3.500 aziende di distribuzione Food & Beverage, 300.000 pubblici esercizi, che sviluppano più di 100 miliardi di fatturato (2019) e più di 1 milione di posti di lavoro. Proprio per questo, è volano fondamentale della ripartenza dei consumi e pilastro della coesione sociale. Viceversa, **sui distributori si ripercuotono gli aumenti imposti dall'industria, dovuti ai rincari degli imballaggi, delle energie e delle materie prime per effetto della scarsità indotta dal conflitto e dalle dinamiche di un'inflazione da offerta.** A ciò si aggiunga che, dopo la pandemia, quasi il 15% dei pubblici esercizi ha chiuso definitivamente, mentre chi resiste non riesce ancora a recuperare la piena capacità operativa per effetto della mancanza di personale.

In questo scenario, **la distribuzione è impegnata a sviluppare efficienze interne e miglioramenti di processo, ma non può essere chiamata da sola alla responsabilità del salvataggio del canale.** Anche la distribuzione, peraltro, come la somministrazione, è strutturalmente caratterizzata dall'obbligo di razionalizzare gli organici alla ricerca dell'efficienza. Con la conseguenza di alimentare la spirale di incertezza e povertà che frena la ripresa dei consumi.

**E se la distribuzione Horeca è pronta a fare la sua parte nel grande progetto di ripartenza del Paese, non vuole essere lasciata sola nella gestione di un processo che, invece, è e deve essere corale e di sistema.**

In quest'ottica, ribadiamo la nostra totale apertura a un dialogo costruttivo, franco e trasparente sia con l'industria che con i pubblici esercizi.

Allo stesso tempo, **chiediamo all'industria di riconsiderare le logiche di trasferimento dei costi, nel rispetto doveroso sia degli azionisti che degli stakeholders.**

Solo così, insieme, produttori e distributori garantiranno un approccio di sistema capace di andare oltre il risultato economico del trimestre.