



di **Cristina Lazzati**
twitter @clazzati

È tempo di rinnovamento



Benvenuti nella nuova versione di Mark Up. Vent'anni dopo, tempo di crescita; il 2014 è tempo di cambiamento.

Mark Up fu la prima rivista del mondo del retail e del largo consumo che decise, nascendo, di volare alto, riconoscendo così la capacità delle aziende di questo comparto di uscire dal proprio guscio e di pensare in grande.

Nella sua nuova versione questo rimane un focus importante, fa parte del suo Dna. Che cosa cambia? Aldilà della grafica, che ognuno di voi coglie alla prima occhiata, Mark Up prende posizione, lo fa facendosi portavoce di istanze che per troppo tempo sono rimaste chiuse nella riunioni di categoria, negli incontri delle associazioni di settore; lo fa soprattutto stendendo una linea immaginaria, che personalmente vedo da tempo, che lega le varie industry, che parte dalla terra, dalle fabbriche, per arrivare sulla tavola del consumatore. Mentre si discuteva dei problemi tra le par-

È ora di tirare fuori la testa, è arrivato il tempo di ridarsi nuovo coraggio e uscire allo scoperto. Noi ci siamo, Mark UP c'è. Disegniamo insieme questa strada

ti (industria, distribuzione, agricoltura) fuori si rafforzavano potentati che avrebbero nel tempo eroso il potere d'acquisto, che avrebbero portato al tracollo il nostro Paese: non possiamo più permetterlo.

Coloro che, come i retailer, ogni giorno si trovano a combattere con le giuste richieste di convenienza di un consumatore stremato da spese fisse, impossibili da evitare, sa che siamo arrivati alla fine. I tagli prezzo pesano su questo comparto in maniera indicibile, hanno ridotto i margini al lumicino e di conseguenza i tagli si traducono poi in chiusure, licenziamenti, andando a infliggere un ulteriore colpo all'economia del nostro Paese. È ora di tirare fuori la testa, è ora di ridarsi nuovo coraggio e uscire allo scoperto. Noi ci siamo, siamo qui per voi: disegniamo insieme questa strada, guardiamo all'Europa come a un possibile alleato. Impariamo a esportare, impariamo i linguaggi internazionali per valorizza-

re i nostri prodotti, ascoltiamo il consumatore, uniamoci a lui nella richiesta di meno tasse, di contratti di lavoro adeguati ai tempi. Andiamo a premiare quegli istituti di credito che sanno capire le potenzialità di questo merca-

to, senza strozzinare e, dunque, strozzare chi ha business in difficoltà. Facciamo capire alle banche chi siamo, dove vogliamo e possiamo andare. Guardiamo a Expo 2015 come a una possibilità reale e non una chimera irraggiungibile. I temi, dicevo, sono tanti. Condivideteli con noi, aiutateci ad aiutarvi. Abbiamo, per questo, aperto un'agorà dove pubblicheremo idee, commenti e osservazioni, scrivetemi e vi risponderò; un tweet, se vi piace la sintesi, una mail se volete spazio. Insieme abbiamo una lunga strada da percorrere. Buona lettura. ←