

Il Velino presenta, in esclusiva per gli abbonati, le notizie via via che vengono inserite.

ECO - Assolowcost: nasce la prima associazione europea di categoria



Roma, 8 mag (Velino) - Nasce la prima Associazione europea del low cost. Obiettivo: diffondere una corretta cultura delle offerte a basso costo e creare regole per lo sviluppo di questo nuovo mercato nell'interesse dei consumatori. La conferenza di presentazione si è svolta questa mattina nella sede della Camera di commercio di Roma. "Con questa iniziativa vogliamo segnare il punto zero nello studio di questo nuovo segmento di mercato – ha spiegato **Andrea Cinosi**, **presidente di Assolowcost** – e cominciare a studiare gli aspetti economici, l'andamento del mercato, il numero delle aziende, degli addetti, e l'impatto sul Pil e sull'occupazione di questo grande fenomeno sociale ed economico. Ogni anno il Centro studi di **Assolowcost** ci dirà se siamo più avanti o più indietro rispetto agli altri paesi industrializzati. La nostra opinione è che non siamo lontani dal punto di vista della domanda, ma riteniamo che dal lato dell'offerta si possa e si debba ancora fare molto. Il tutto non solo a vantaggio del consumatore, ma anche a vantaggio di chi fa impresa visto che i dati di redditività delle aziende che adottano questa moderna filosofia produttiva sono di assoluta rilevanza". Il progetto di **Assolowcost** ha attirato da subito l'attenzione delle principali aziende che operano in questo mercato. Sei di queste imprese hanno già scelto di aderire come soci sostenitori e hanno già superato con successo la verifica del rispetto dei parametri classificatori (Bravofly, Dacia Logan, Genertel, Genialloyd, Ikea, Ing Direct), altre hanno chiesto di associarsi ed è in corso la verifica del rispetto dei parametri fissati da **Assolowcost**. I prezzi continuano a salire, i salari non crescono in proporzione all'inflazione e perdono potere d'acquisto, aumenta il debito delle famiglie italiane che supera il 45 per cento. In questo contesto i consumatori si stanno orientando sempre di più verso l'acquisto di prodotti e servizi a prezzi bassi. Ma spendere meno non è sempre garanzia di qualità. **Assolowcost** ha elaborato i parametri classificatori del low cost - high value: una serie di regole che consentono di individuare le aziende che riducono i costi sulla base di ottimizzazioni che non incidano sulla qualità dei prodotti/servizi.

Sono passati poco più di dieci anni da quando, all'inizio degli anni Novanta, si è cominciato a parlare low cost. Un termine nato da un'idea di business semplice e vincente: eliminare i costi superflui, i passaggi e gli intermediari inutili, lasciando intatta la qualità del servizio o del prodotto. A fare da apripista al fenomeno fu il settore aereo, e, grazie a questa piccola grande rivoluzione, viaggiare in Italia e all'estero è alla portata di tutte le tasche. Il tema, quindi, è diventato argomento quotidiano sulle pagine dei giornali, come nei piani di sviluppo delle aziende. Nonostante ciò non sono ancora in molti, a parte gli addetti ai lavori, ad assegnare a questa espressione il corretto significato. L'espressione low cost non si riferisce direttamente al prezzo del prodotto o del servizio ma a un modo nuovo e più efficiente di interpretare la produzione e la commercializzazione di beni e servizi grazie al quale è possibile proporre sul mercato prezzi minori per i consumatori. Come in passato altre importanti innovazioni tecnologiche sono state le leve della rivoluzione industriale, nuovi modelli e concetti di gestione e organizzazione del business hanno oggi sostituito i metodi tradizionali di lavoro non più adatti ai nuovi scenari. Siamo ormai alle soglie di una nuova era, guidata sia dalle tecnologie di produzione e di trasporto più avanzate ed efficienti sia dalle tecnologie di informazione, di comunicazione e di coordinamento. Queste tecnologie possiedono il potenziale per trasformare la natura del modo di produrre e commercializzare tradizionale in un modo più efficiente e adatto alla rivoluzione che la globalizzazione ha portato nel panorama mondiale. Mentre solo pochi anni fa l'organizzazione delle aziende poteva essere rappresentata come un insieme di funzioni deputate alla gestione dei processi aziendali oggi, grazie alla crescita della tecnologia dell'informazione, dirigenti aziendali, lavoratori, clienti e fornitori sono tutti coinvolti nelle attività di progettazione, produzione, consegna e uso di prodotti e servizi in tutto il mondo. È da questa moderna concezione dell'impresa che nasce il low cost-high value, una nuova filosofia produttiva che è considerata da molti economisti come il nuovo paradigma organizzativo che guiderà la gestione delle imprese nei prossimi venti anni.

(sch) 8 mag 2008 17:42



Agenzia stampa quotidiana nazionale

Via del Tritone, 169 - 00187 Roma

Tel. 066977051 r.a. - Fax 066793559

web: www.ilvelino.it - e-mail: news@ilvelino.it

Direttore Daniele Capezzone
Direttore responsabile Maurizio Marchesi

Marketing e Comunicazione Chiara Proietti

Direttore generale Michele Guerriero

La riproduzione in fotocopia o a stampa non è consentita. Gli
abusi verranno perseguiti