



CENTROMARCA

Associazione Italiana dell'Industria di Marca

OSSERVATORIO DEI CONSUMI E CONSUMATORE AL CENTRO

Incontro stampa di fine anno - Milano, 12 dicembre 2024



I numeri chiave Centromarca

L'Universo delle industrie associate

(alimentari e non food attive nel settore dei beni del largo consumo)

200

Il numero
delle industrie
associate

2.400

I marchi coinvolti

67 Mld €

Il fatturato generato
(omnichannel)

Gli addetti

97.000

Gli occupati

7

Gli occupati nell'indotto
per ogni addetto
alla produzione

Il valore condiviso generato

87,2 Mld €

Il valore condiviso creato
in Italia dalle imprese lungo
la filiera

4,2%

L'incidenza
sul PIL italiano

La contribuzione fiscale

28,7 Mld €

Il valore della contribuzione fiscale

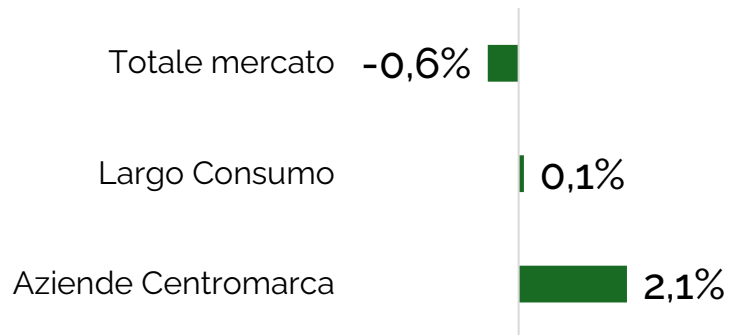
5,0%

La CF sul totale
delle entrate in Italia

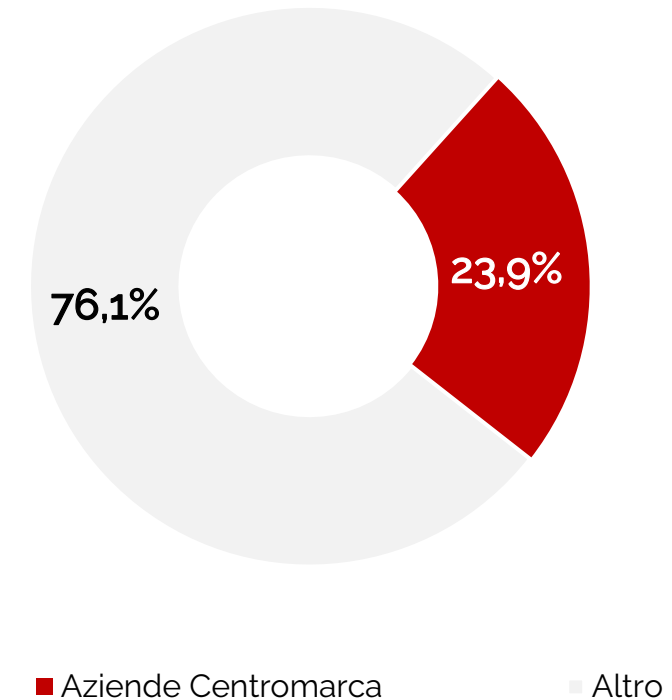
Il peso dell'industria Centromarca nel mercato pubblicitario

Investimenti adv – dati stimati netti

CAGR 2019-2023



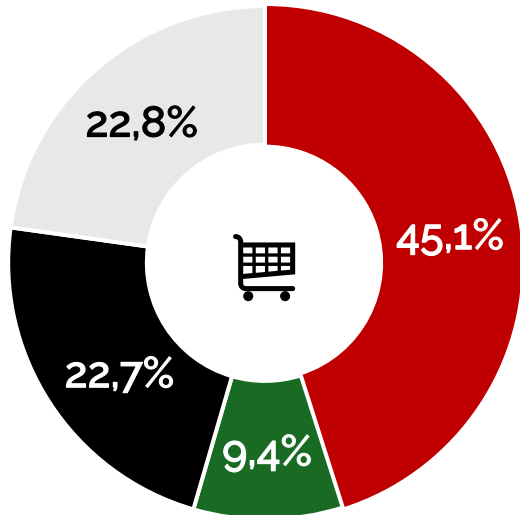
Share – anno 2023



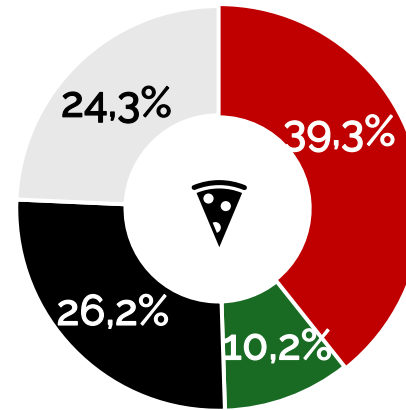
Il peso dell'industria di Marca nel mercato LCC

I+S+LS – Quote% calcolate su dati di vendita a valore – Gen-Set 2024

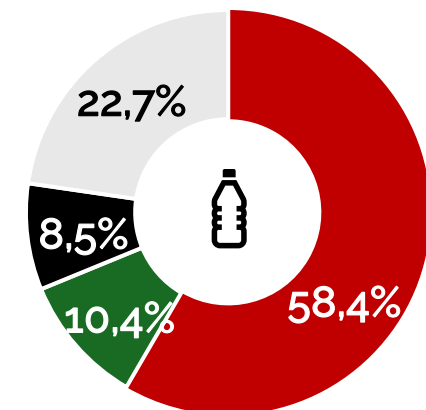
I+S+LS



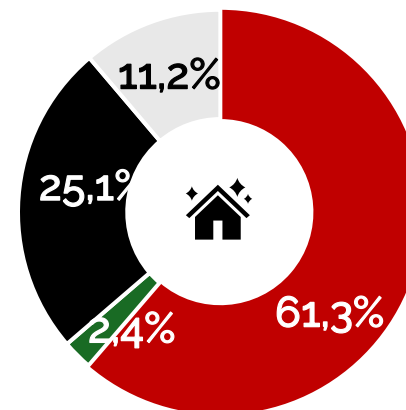
Alimentare



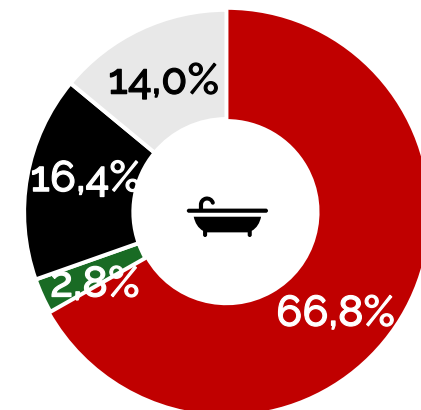
Bevande



Chimico Casa



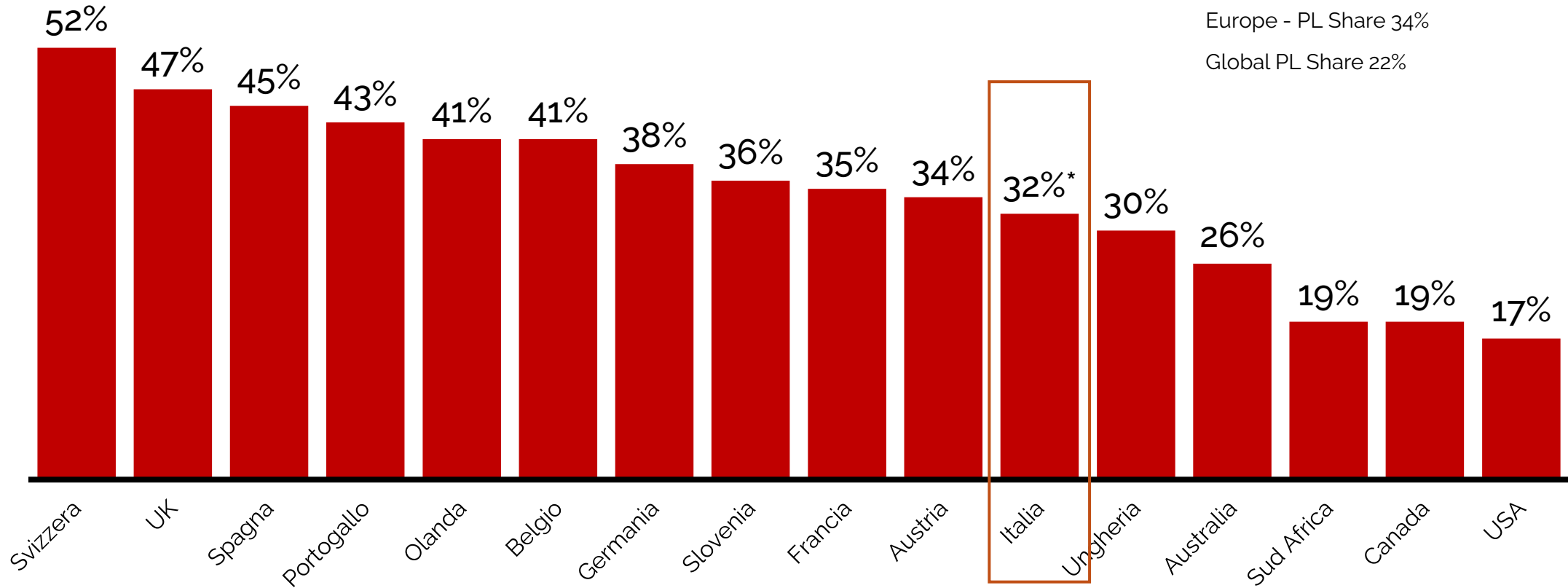
Chimico Persona



- **Grandi Marche** prodotti degli aderenti a Centromarca + aziende con distribuzione ponderata ≥ 80 sul totale I+S+LS
- **Marche Medie** aziende con distribuzione ponderata < 80 e ≥ 40 sul totale I+S+LS
- **Private Label** marchi insegna e marchi fantasia
- **Altro** aziende con distribuzione ponderata < 40 sul totale I+S+LS / piccoli prodotti

La Private Label omnichannel nel mondo

Quote% calcolate su dati di vendite a valore – anno 2024 (Q1)



*Compreso discount, online, AFH, ecc.

Cresce il numero di italiani che acquistano almeno un Brand al Discount



85.7%

% famiglie Italiane che hanno acquistato almeno una volta un Brand in un Discount

Forte presenza dei prodotti dell'industria Centromarca nei carrelli delle famiglie Italiane



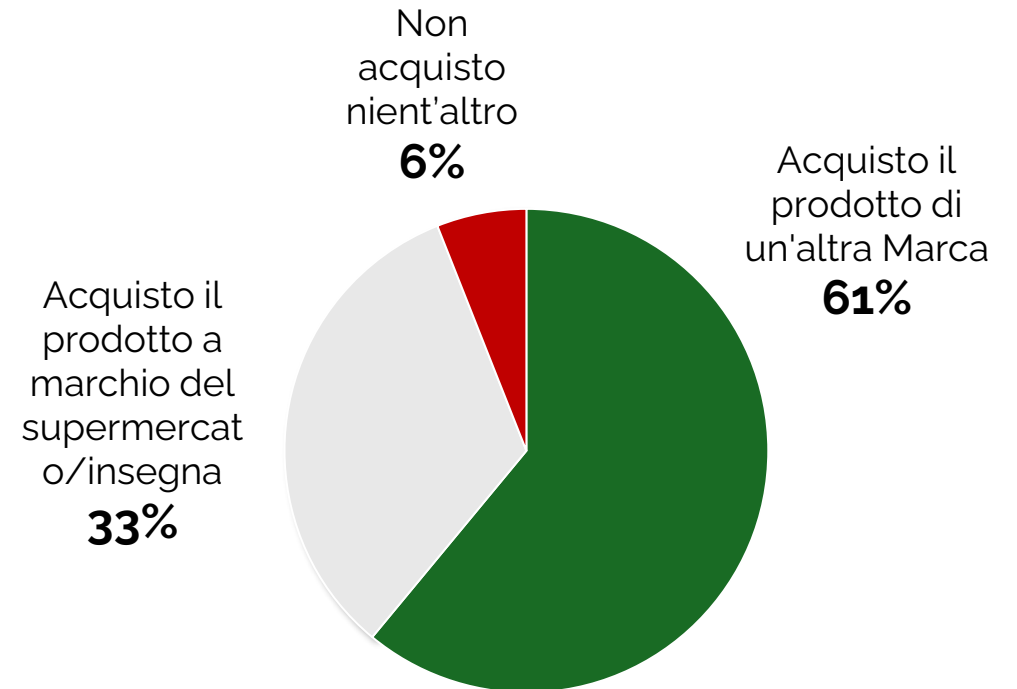
Marca industriale: importanza e fedeltà negli acquisti dei prodotti alimentari

In generale, a prescindere da altre caratteristiche, quanto è importante che i prodotti F&B che acquista siano di una Marca nota?



% calcolate su resp. acquisto prodotti alimentari

Pensi ai prodotti alimentari confezionati di Marca che acquisti di solito. Se nei negozi non trova una delle sue Marche preferite, quale altra Marca acquisti?



% calcolate su coloro che acquistano prodotti di Marche note

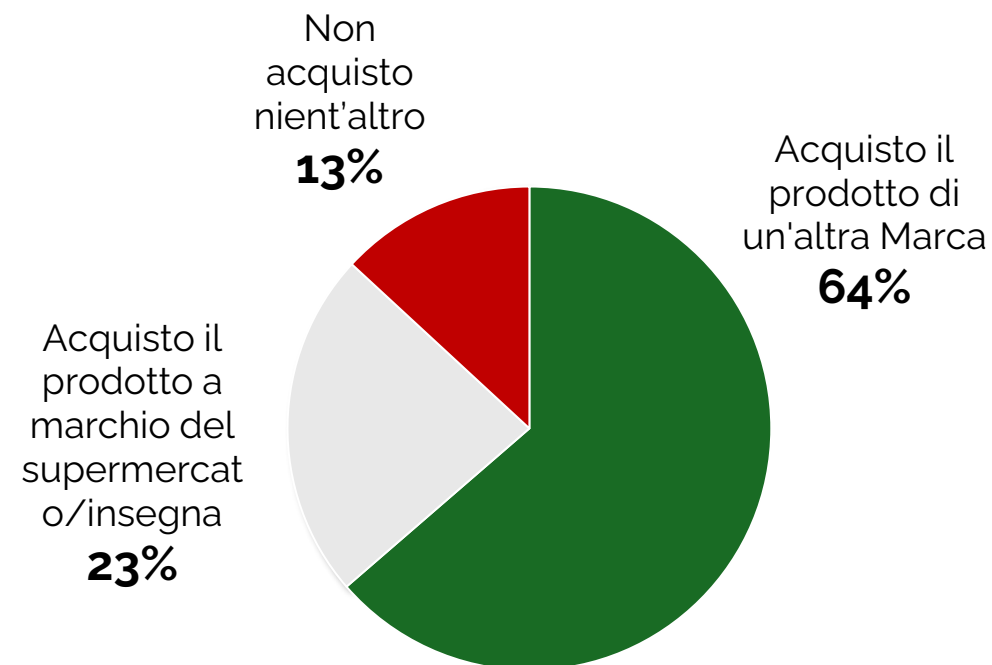
Marca industriale: importanza e fedeltà negli acquisti dei prodotti non alimentari

In generale, a prescindere da altre caratteristiche, quanto è importante che i prodotti per l'igiene della persona e la cura della casa che acquista siano di una Marca nota?



% calcolate su resp. acquisto prodotti per l'igiene della persona e la cura della casa

Pensi ai prodotti per l'igiene della persona e la cura della casa di Marca che acquisti di solito. Se nei negozi non trova una delle sue Marche preferite, quale altra Marca acquisti?



% calcolate su coloro che acquistano prodotti di Marche note