



## **OGGI e Centromarca presentano i risultati della ricerca condotta da MORE: “Qualità della vita, informazione e prodotto di marca”**

Milano, 25 ottobre 2016 - OGGI, il settimanale RCS diretto da Umberto Brindani, in collaborazione con Centromarca, ha presentato i dati della ricerca “Qualità della vita, informazione e prodotto di marca”.

L'indagine è focalizzata sulla percezione della “qualità della vita” e su come l'utilizzo di prodotti di *marca* incida su di essa ed è frutto di circa 7 mila questionari, raccolti attraverso **OGGI** e [oggi.it](http://oggi.it), compilati dagli utenti che hanno partecipato alla terza edizione del concorso: “*OGGI vinci la qualità delle grandi marche*”.

**Un'operazione di successo che ha registrato la partecipazione di 17.700 utenti** e ha premiato 50 famiglie con oltre 800 prodotti di qualità dei brand coinvolti: *Bauli, Branca, Caffè Motta, Campari, Caviro, Duchessa Lia, Fabbri, Ferrero, Generale Conserve, Lavazza, Mareblu, Noberasco, Osram, Pernigotti, Procter & Gamble, Ritter Sport, Sca, Tassoni, Unilever, Vileda*.

Dall'analisi condotta dall'istituto di ricerca MORE emerge che gli intervistati, in prevalenza donne (72%), hanno un atteggiamento verso gli acquisti dei prodotti di marca più razionale che emotivo e, a differenza che in passato, vivono il momento dell'acquisto come un piacere e non come un dovere.

**Il 59% dichiara di essere attento al rapporto qualità-prezzo, di confrontare varie alternative, di informarsi bene prima di effettuare l'acquisto e di essere disposto a pagare di più per un prodotto che lo soddisfi.**

Tra gli indicatori della qualità della vita, in particolare, risultano essere punti indispensabili **la salute, un lavoro che piace, la sicurezza nel luogo in cui si vive e le buone relazioni personali.**

**In questo contesto, l'analisi ha indagato anche la relazione tra *marche* e “qualità della vita” verificando una crescente attenzione per questo tema da parte dei consumatori.**

In tutti i settori analizzati, dal *food* alla cura della *persona* e della *casa*, con picchi ancora più rilevanti per il settore *elettrodomestici*, **alle *marche* vengono riconosciuti competenza ed esperienza, un prezzo adeguato, unicità, lungimiranza e qualità delle materie prime.**

Tra le tematiche emergenti si segnalano, tra le altre, **la capacità di relazione con i clienti, la condivisione, l'etica e l'attenzione all'ambiente.**

**Un grande riconoscimento dunque, ma anche una forte aspettativa verso le *marche*, alle quali viene chiesto non solo di raccontarsi, ma di costruire con i consumatori vere e proprie relazioni autentiche, basate su fiducia, trasparenza e attenzione alle loro esigenze.**

Per informazioni:

**Ufficio stampa Centromarca**

Relazioni.esterne@centromarca.it

---

*A Centromarca, fondata nel 1965, aderiscono circa 200 imprese tra le più importanti attive nei diversi settori dei beni di consumo immediato e durevole (alimentare, chimico per la casa e per la persona, tessile, elettrico, bricolage, giocattolo, home entertainment) che complessivamente sviluppano un giro d'affari di 45 miliardi di euro. [www.centromarca.it](http://www.centromarca.it)*