

COMUNICATO STAMPA

I prodotti industriali di marca si confermano al centro delle preferenze delle famiglie

Massaro (IRI): “Ogni cento euro spesi per l’acquisto di beni primari, oltre tre quarti sono destinati all’acquisto di marchi industriali, nonostante la crescita della marca del distributore”

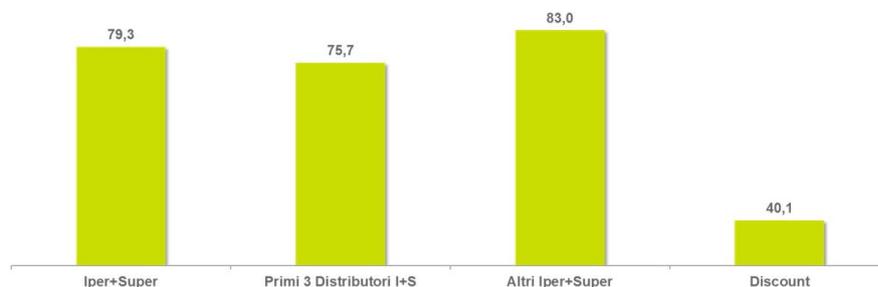
Milano, 25 gennaio 2023 - Dalle analisi proposte dalla società di ricerche IRI, che monitora e misura l’andamento del comparto del largo consumo, presentate oggi nel corso di un incontro stampa promosso da Centromarca, emerge prudenza della filiera nel trasferire gli aumenti dei listini al consumo. Tuttavia, la necessità di ricostituire i margini sembra destinata ad entrare prepotentemente in gioco, con l’effetto di alzare stabilmente i livelli dei prezzi. «Nonostante un’attesa di riduzione dell’inflazione, che nel 2023 potrebbe attestarsi attorno al 3,8%, ancora superiore all’1% fisiologico del comparto, la dinamica dei prezzi non dovrebbe registrare un raffreddamento», ha evidenziato Angelo Massaro, general manager per l’Italia di IRI.

La società di ricerche conferma la crescita della quota della marca del distributore registrata in Italia - determinata anche da politiche distributive che favoriscono la penetrazione a scaffale dei prodotti a proprio marchio, penalizzando l’industria di marca - ma puntualizza che il livello raggiunto nella totalità dei canali distributivi (27,6%) è comunque inferiore alla media europea (36,4%). «Negli ultimi sei mesi», ha rilevato Massaro, «osserviamo una riduzione sugli scaffali dei prodotti a marca industriale che lasciano posto all’offerta delle marche del distributore. E ovviamente ciò che non si trova non si può comprare. Ciononostante, per quanto penalizzate dalle logiche d’offerta di molte insegne della moderna distribuzione, le grandi marche industriali continuano a costituire la parte preponderante del mercato italiano del largo consumo in ipermercati e supermercati. Ogni 100 euro spesi dalle famiglie per l’acquisto di beni primari in questi canali, circa 80 euro sono destinati all’acquisto di marchi industriali. La quota è leggermente inferiore nei primi tre retailer, ma si rafforza nel resto degli operatori» (Grafico 1). In sintesi, in Italia, i prodotti industriali di marca si mantengono al centro delle preferenze delle famiglie consumatrici, esprimendo livelli di qualità, sostenibilità e innovazione che consentono loro di interpretare le più attuali esigenze del consumatore e rinnovare positivamente l’offerta sugli scaffali (Grafico 2).

Grafico 1

**Negli Iper e Supermercati (che soddisfano il 60% della spesa di Largo Consumo)
l'Industria di Marca mantiene un ruolo primario**

Quota di mercato dell'Industria di Marca

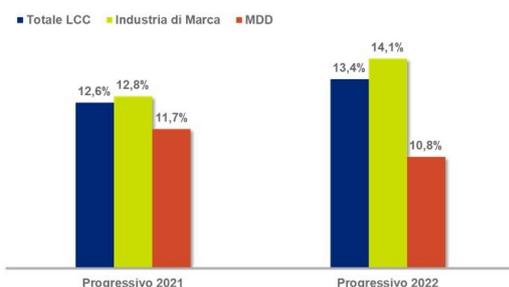


Fonte: IRI Liquid Data. Totale Largo Consumo Confezionato. Quota di mercato calcolata sulle vendite a valore. Approfondimento per canale distributivo.

Grafico 2

Il rinnovo dell'offerta è l'anima dello sviluppo dei mercati e delle marche nel medio e lungo periodo. L'Industria Di Marca guida il rinnovo degli scaffali

Nuova offerta inserita negli ultimi 2 anni: incidenza sul totale vendite LCC



Fonte: Elaborazioni su IRI Liquid Data™. Largo Consumo Confezionato. Iper e Supermercati. Vendite a valore dei nuovi prodotti inseriti negli ultimi 2 anni. Progressivo al 25 Dicembre 2021 e corrente al 2022.

A Centromarca, Associazione Italiana dell'Industria di Marca, fanno riferimento circa 200 tra le più importanti industrie operanti nel settore dei beni di largo consumo. Realtà italiane e multinazionali, alimentari e non alimentari, che complessivamente sviluppano un giro d'affari di 57 miliardi di euro, un valore aggiunto di 11 miliardi di euro e occupano direttamente quasi 100mila addetti. www.centromarca.it

Per informazioni:

Ufficio Stampa Centromarca

Ivo Ferrario Tel. 335.6813017

Ginevra Amoruso Tel. 392.0485663

Email relazioni.esterne@centromarca.it