Associazione Italiana dell'Industria di Marca
Via Serbelloni 5, 20122 Milano
Tel. 02 777213.1
www.centromarca.it

CENTROMARCA
Associazione Italiana dell'Industria di Marca

COMUNICATO STAMPA

Centromarca lancia l'Osservatorio sullo sviluppo del Retail Media in Italia

Milano, 20 febbraio 2024 - **Centromarca** lancia l'Osservatorio per monitorare lo sviluppo del **Retail Media** in Italia. L'anticipazione è stata data oggi ai 250 manager dell'industria di marca, riuniti in presenza a Milano in occasione di una giornata di formazione promossa dall'Associazione.
«Il rapporto tra industria e distribuzione è da sempre al centro della nostra attività», sottolinea **Vittorio Cino**, Direttore di Centromarca. «È dunque nella logica delle cose, per noi, presidiare un fenomeno che dopo aver già assunto particolare rilevanza nel mondo avrà sviluppo nel nostro Paese. Siti, piattaforme digitali, social media, newsletter, spazi nei punti di vendita: i retailer agiranno attraverso un'ampia strumentazione di spazi pubblicitari on e off line e tra i loro interlocutori ci saranno anche i fornitori della moderna industria di marca, che sulla base dei dati e delle informazioni sul consumatore forniti dalle insegne potranno costruire messaggi a misura dei loro target ed efficaci azioni di comunicazione».

Durante i lavori dell'incontro "Retail Media e Brand Communication" - aperti dal Presidente di Centromarca **Francesco Mutti** e da una relazione introduttiva di **Alberto Mattiacci**, Ordinario di marketing e business management all'Università **La Sapienza** - **Luca Vergani**, Amministratore delegato dell'agenzia media **Wavemaker** e **Alberto Dal Sasso**, Managing partner della società di digital advertising measurement e benchmarking data **Adjinn** hanno presentato approfondimenti sul Retail Media, sullo sviluppo internazionale e sulle prospettive nel mercato italiano. **Marco Catena**, Partner della società di consulenza strategica **McKinsey & Company**, è entrato nel merito degli aspetti strategici e organizzativi che le imprese industriali devono considerare per un approccio efficace.

La seconda parte dei lavori è stata dedicata alle case study. Sono state illustrate le esperienze del gruppo francese **Carrefour**, a cura di **Flora Leoni**, Responsabile Retail Media in Italia, e della britannica **Tesco**, a cura di **Marco Metti**, Business development manager della società globale di data science **Dunnhumby Italia**. **Andrea Petronio** e **Vittorio Bonori**, Partner della società di consulenza strategica **Bain & Company** hanno approfondito le esperienze della catena statunitense **Walmart** e dell'insegna turca **Migros**. La parte finale della riunione è stata riservata ad una tavola rotonda di approfondimento. **Igor Nuzzi**, (Regional director Italy e Iberia **Luigi Lavazza**), **Sara Scrittore** (Vice president e General manager Southern Europe **Colgate-Palmolive**), **Maniele Tasca** (Direttore generale **Selex - Gruppo Commerciale**), **Marco Travaglia** (Presidente e Amministratore delegato **Nestlé Italiana**) e **Giuseppe Zuliani** (Direttore marketing **Conad**) si sono confrontati in merito allo sviluppo del Retail Media in Italia e ai suoi effetti su strategie, organizzazione aziendale e relazioni di filiera.

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 64 miliardi di euro, un valore condiviso di 73 miliardi di euro e occupano direttamente quasi 100mila addetti.

Per informazioni:
Ufficio Stampa Centromarca
Ivo Ferrario Tel. 335.6813017
Ginevra Amoruso Tel. 392.0485663
Email relazioni.esterne@centromarca.it