

L'industria di marca genera più di 73 miliardi di valore condiviso

Il sistema economico che fa capo a **Centromarca**, l'associazione delle industrie di marca, genera ben 73,1 miliardi di valore condiviso: il dato è emerso ieri, 10 marzo, durante l'assemblea pubblica dell'associazione, cui fanno riferimento **circa 200 tra le più importanti aziende operanti nel settore dei beni di largo consumo**: realtà italiane e multinazionali, alimentari e non alimentari, che complessivamente sviluppano **una quota di mercato del 60% a valore nel largo consumo confezionato**.

Ha spiegato **Marco Travaglia, vicepresidente di Centromarca, nonché presidente e amministratore delegato di Nestlé Italia**: "I prodotti di marca riempiono ogni giorno la vita di milioni di persone, che ne apprezzano valori percepibili come qualità, innovazione, prestazione e accessibilità. Ma il cittadino chiede alle marche qualcosa di più: vuole conoscere i valori che le animano, il valore che generano per il mercato e la collettività, l'impegno per la sostenibilità ambientale e sociale".

Secondo uno studio ad hoc, redatto per l'associazione da **Althesys, il valore condiviso rappresenta il 4% del Pil italiano 2019. È un ammontare equivalente al 120% dell'intera produzione italiana di agricoltura, silvicoltura e pesca e a un terzo dei fondi del recovery fund**.

Rispetto al totale, 12,5 miliardi di euro sono generati con il ricorso a fornitori italiani, 16,2 nella fase di produzione, 1,3 con la logistica e **43,1 miliardi grazie ai diversi canali distributivi, di cui 10,3 miliardi dovuti alla distribuzione moderna**.

È parte del valore condiviso anche **la contribuzione fiscale: 30,2 miliardi di euro**, pari al 6,4% delle entrate del fisco nazionale durante il 2019.

Sempre secondo Althesys, **ogni addetto dell'industria di marca genera, come indotto, 7 occupati nella filiera e 10 nell'intera nazione**.