

Prodotti di marca, l'industria crea valore per 73,1 miliardi

SVILUPPO SOSTENIBILE

Ricerche UniRomaTre e Althesys per **Centromarca** sull'impatto dei brand

L'incidenza sul Pil stimata al 4% nel 2019, l'alimentare confermato settore chiave

Enrico Netti

Dalla filiera dell'industria di marca ricadute per 73,1 miliardi di euro, pari al 4% del Pil nazionale nel 2019. Il domino della catena del valore delle industrie alimentari e non food coinvolge fornitori, lavoratori, partner commerciali e di servizi e ogni anello della catena genera la propria quota di valore.

«L'industria di marca italiana è un motore di sviluppo per l'intero sistema economico, che crea ricchezza e benessere ben oltre i confini delle imprese - precisa Alessandro Marangoni, amministratore delegato di Althesys Strategic Consultants che ha curato la ricerca in collaborazione con l'Università di Roma Tre -. «Il nostro studio mostra, numeri alla mano, come il valore condiviso generato dalle imprese aderenti a **Centromarca** pervada l'intera filiera. La capacità della marca di creare valore condiviso è un elemento concreto per la resilienza e il rilancio dell'Italia».

Secondo lo studio redatto per Centro-

marca da Althesys la quota maggiore, ben 43,1 miliardi, del valore viene creata dai diversi canali distributivi di cui 10,3 sono in capo alla moderna distribuzione. L'attività di produzione delle industrie di marca pesa per altri 16,2 miliardi, la scelta di impiegare fornitori italiani oltre a dare un maggiore valore aggiunto ai beni grazie al valore intrinseco del «made in Italy» pesa per altri 12,5 miliardi. Per finire c'è la filiera della logistica al servizio del food e del largo consumo che aggiunge altri 1,3 miliardi.

Pesante il conto che presenta l'erario a cui vengono versati 30,2 miliardi tra imposte e tasse. In altre parole il 6,4% delle entrate fiscali del 2019. Sempre secondo le stime di Althesys, ogni addetto dell'industria di marca genera 7 occupati nella filiera e 10 nell'intera nazione. Un modello virtuoso di occupazione da preservare.

«I prodotti di marca riempiono ogni giorno la vita di milioni di persone, che ne apprezzano valori percepibili come qualità, innovazione, prestazione e accessibilità - sottolinea Marco Travaglia, vice presidente **Centromarca** e presidente e amministratore delegato del gruppo Nestlé in Italia -. 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. Gli studi che abbiamo presentato documentano l'ampia portata e la concretezza dell'attività delle nostre indu-

strie su questi fronti».

Tra i vari comparti il peso massimo si rivela quello alimentare che crea 28 miliardi di valore condiviso, poco meno del 40% del totale, 11,7 miliardi di imposte e tasse ed ha oltre 290 mila posti di lavoro. Qui viene prodotto un elevato valore aggiunto nelle fasi a monte della filiera, ovvero tra i fornitori, confermando il legame tra industria di marca e le filiere agricola e zootecnica. Quasi la metà del valore nelle fasi di distribuzione e vendita è per la moderna distribuzione a cui vanno i maggiori volumi. L'eterogeneo mondo del beverage contribuisce per altri 34 miliardi di valore condiviso, 14 miliardi di contribuzione fiscale e oltre 359 mila posti di lavoro. Nel consumo fuori casa servito dal canale Ho.re.ca. si ritrova il 57% della ricchezza generata. I prodotti per la cura della persona e della casa creano 11,1 miliardi di valore condiviso, 4,5 miliardi di entrate fiscali e oltre 103 mila posti di lavoro. Per quanto riguarda l'anno in corso Gregorio De Felice, Chief economist di Intesa Sanpaolo aggiunge: «ci sono le condizioni per una ripresa importante dell'economia italiana nel 2021. Sul lato finanziario c'è stato un forte incremento dei depositi bancari di famiglie e imprese e le banche sono alla ricerca di buoni impieghi. In presenza di una chiara strategia governativa sul futuro del Paese si creeranno sicuramente le condizioni per la ripresa economica».

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

43,1 miliardi

La distribuzione

La quota maggiore di valore viene creata nei diversi canali di cui 10,3 miliardi sono ad appannaggio della moderna distribuzione

10

Addetti

Per ogni lavoratore dell'industria di marca altri 7 sono impiegati nella filiera e 10 nell'intera nazione

12,5 miliardi

La filiera nazionale

Il valore generato con il ricorso a fornitori italiani



Modello virtuoso

La catena del valore generato dall'industria di marca in Italia

Dati in miliardi di €

ASSOCIATE

Grocery (*)

16,2

Logistica

1,3

Fornitori

12,5

Distribuzione

43,1

73,1

MILIARDI

RICADUTE

Indotte

19,9

Dirette

12,5

Indirette

40,6

73**

MILIARDI

(*) associati [Centromarca](#), ** per effetto degli arrotondamenti. Fonte: [Centromarca](#)