

<https://www.agricolae.eu/la-marca-del-distributore-una-risorsa-per-la-ripartenza-economica-e-la-transizione-ecologica/>

Agricola.EU – Agenzia di stampa quotidiana

Gli acquisti di prodotti alimentari a Marca del Distributore (MDD) sono cresciuti anche nel 2020: +9,3%, raggiungendo una **quota di mercato del 20%** (+0,5 sull'anno precedente) pari a **11,8 miliardi di euro di fatturato** (nel 2019 era di 10,8 miliardi di euro). Per la Distribuzione Moderna la filiera legata a questi prodotti ha dimostrato di essere un fattore che genera valore e una leva che può contribuire allo sviluppo economico del Paese, accompagnandone il rilancio secondo criteri sempre più sostenibili.

Grazie all'innovazione, alla ricerca di qualità, a una maggiore attenzione al sostegno delle produzioni Made in Italy e a criteri di sostenibilità i prodotti MDD, realizzati dalle industrie alimentari partner, sono sempre più apprezzati dai consumatori: si calcola, inoltre, che **nel 2020 abbiano fatto risparmiare alle famiglie italiane circa 2 miliardi di euro**

Questi alcuni dei dati emersi oggi nel corso della conferenza stampa di ADM - Associazione Distribuzione Moderna, e di MarcabolognaFiere che ha anticipato i temi del Convegno che si terrà il 24 marzo 2021 nell'ambito dell'edizione digitale della manifestazione.

Alla conferenza stampa sono intervenuti: **Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere; Marco Pedroni, Presidente di ADM - Associazione Distribuzione Moderna; Valerio De Molli, Managing Partner e Ceo di The European House – Ambrosetti.**

Il Position Paper di The European House – Ambrosetti *“Dall'emergenza al rilancio sostenibile: il contributo della Marca del Distributore”*, le cui linee guida sono state anticipate nel corso della conferenza stampa, ha evidenziato che la Marca del Distributore viene prodotta da una **filiera di 1.500 industrie MDD partner, di cui circa l'85% è rappresentato da piccole e medie imprese italiane**. Le insegne distributive selezionano le industrie partner seguendo vari criteri di produzione e packaging sostenibile. Tra questi, quelli più richiesti sono: attenzione nell'utilizzo di sostanze chimiche; garanzia di tracciabilità della filiera; tutela del benessere animale; riduzione della plastica e utilizzo di imballaggi riciclabili.

(Dati riferiti al Largo Consumo confezionato alimentare esclusi discount)

Dalla survey realizzata da The European House – Ambrosetti risulta che la transizione verso modelli di produzione e consumo sostenibili è considerata una priorità strategica da oltre l'80% delle insegne distributive e delle aziende MDD partner che hanno realizzato investimenti specifici o che li hanno programmati nei prossimi tre anni.

*“La Distribuzione Moderna Alimentare – ha sottolineato **Marco Pedroni, Presidente di ADM, Associazione Distribuzione Moderna** - ha un peso economico e sociale per il Paese forse poco conosciuto dalle stesse Istituzioni: nel 2020 ha generato 143 miliardi di Euro di fatturato, sostiene direttamente 425.000 occupati e rappresenta il primo canale per la spesa alimentare delle famiglie italiane. Ogni settimana 60 mio di consumatori entrano nei nostri punti vendita e anche nel difficile 2020 la Marca del Distributore (MDD) è cresciuta 3 volte di più dei prodotti*

dell'industria alimentare. Se il Paese vuole tornare a crescere deve sostenere i consumi interni, a partire dalla capacità di spesa delle fasce più deboli.”

*“La Marca del Distributore spiega il 78% della crescita dell'industria alimentare nel mercato domestico negli ultimi 17 anni. Grazie alla sua relazione privilegiata con la società, il consumatore e la filiera di riferimento – ha detto **Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti** - la Marca del Distributore è uno dei pochi settori economici ad essere coinvolto su tutti i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e su 71 dei rispettivi 169 target. La Marca del Distributore, ancor più nel 2020, è diventata una leva chiave per l'affermazione di un nuovo modello di Società che mette al centro il benessere dell'individuo”.
“La 17° edizione di MarcabyBolognaFiere si terrà, auspichiamo in presenza, il 23 e 24 giugno 2021 – ha dichiarato **Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere** – ma è già partita, dal 15 marzo con l'adesione di operatori fortemente qualificati, la piattaforma digitale che accompagna aziende e buyer all'evento con occasioni di matching su scala internazionale. Sempre in avvicinamento all'evento, accanto all'appuntamento presentato oggi si terrà il 25 marzo, il Convegno ‘La Marca del Distributore guida il Rilancio Sostenibile in Italia e in Europa - I Distributori e i Produttori in azione’, che comprenderà la presentazione del XVII Rapporto MarcabyBolognaFiere, che analizza l'evoluzione dei prodotti MDD, organizzato da BolognaFiere e ADM, in collaborazione con IRI e IPLC”.*

*Al convegno del 24 marzo 2021, che sarà trasmesso sul sito dedicato alla manifestazione fieristica, intervengono: **Stefano Patuanelli** (Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali); **Stefano Bonaccini** (Presidente, Regione Emilia-Romagna); **Veronica De Romanis** (Professoressa di Politica Economica Europea, Stanford University di Firenze e LUISS di Roma); **Marco Pedroni**, Presidente di ADM - Associazione Distribuzione Moderna; **Gianpiero Calzolari** (Presidente, BolognaFiere); **Valerio De Molli** (Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti); **Massimo Viviani** (Consigliere Delegato, ADM). Modera **Andrea Bignami**, SkyTg24.*

Il Convegno in programma il 25 marzo 2021 amplierà il confronto allo scenario europeo: dopo la presentazione del XVII Rapporto MarcabyBolognaFiere sul Mercato 2020 dei prodotti a Marca del Distributore (a cura di **Gianmaria Marzoli**, Retail Solutions Vice President Iri), seguirà una sintesi dell'indagine, arricchita da testimonianze di alcune insegne non italiane, sulla sostenibilità della Marca del Distributore in Europa condotta per BolognaFiere da IPLC (a cura di **Paolo Palomba**, Partner IPLC Italia).