

https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osservazioni/italia/conad/2021/03/18/news/marca_del_distributore_aumento_vendite-292818201/

la Repubblica

L'ascesa della Marca del distributore: ora vale l'8 per cento del fatturato



Anno 2020 da record con 11,8 miliardi di euro, uno in più rispetto al 2019. La filiera è composta da 1.500 aziende. Piace sempre più ai clienti perché segue modelli sostenibili di produzione e consumo

di Vito de Ceglia
18 Marzo 2021

La Marca del distributore (Mdd) continua a crescere anche nel 2020: +9,3% rispetto al 2019, con un fatturato di 11,8 miliardi di euro, un milione in più dell'anno precedente, e 20% di quota di mercato (+0,5). Numeri che confermano il peso determinante della Mdd per la crescita del comparto alimentare italiana: la sua incidenza sul fatturato totale è dell'8%, il record storico mai raggiunto e spiega il 78% della crescita dell'industria del food nel mercato domestico negli ultimi 17 anni. Nel complesso, la Mdd ha garantito ad ogni famiglia italiana un risparmio di 100 euro, per un totale di oltre due miliardi di euro complessivi.

Sono alcuni dei dati più significativi contenuti nel position paper di The European House – Ambrosetti, dal titolo "Dall'emergenza al rilancio sostenibile: il contributo della Marca del distributore", presentato il 18 marzo nel corso della conferenza stampa di Adm, associazione distribuzione moderna, e di MarcabbyBolognaFiere, che ha anticipato i temi del convegno che si terrà il 24 marzo 2021 nell'ambito dell'edizione digitale.

Il documento rileva che la Mdd viene prodotta da una filiera di 1.500 industrie 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. Non a caso, lo studio sottolinea 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.



Abbondante, online e offerte via e-mail: come la pandemia ha cambiato il modo di fare spesa

di Simone Pazzano

“La Distribuzione moderna alimentare – ha sottolineato Marco Pedroni, presidente di Adm - 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 425mila occupati e rappresenta il primo canale per la spesa alimentare delle famiglie italiane. Ogni settimana 60 milioni di consumatori entrano nei nostri punti vendita e anche nel difficile 2020 la Mdd è cresciuta tre 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.”

Anche Valerio De Molli, managing partner e ceo di The European House – Ambrosetti, si sofferma sull'importanza della Mdd per la crescita dell'industria alimentare italiana: “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. La Mdd è, inoltre, 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 Mdd, 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”.

Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, guarda avanti: “La 17esima edizione di Marca si terrà, auspichiamo in presenza, il 23 e 24 giugno 2021, 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, il 25 marzo si terrà 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”.