

L'EVOLUZIONE VERSO UN NUOVO MODELLO DI SOCIETÀ CON AL CENTRO IL BENESSERE DELL'INDIVIDUO

È in corso un'evoluzione verso un modello di Società che pone al centro il **benessere dell'individuo**:

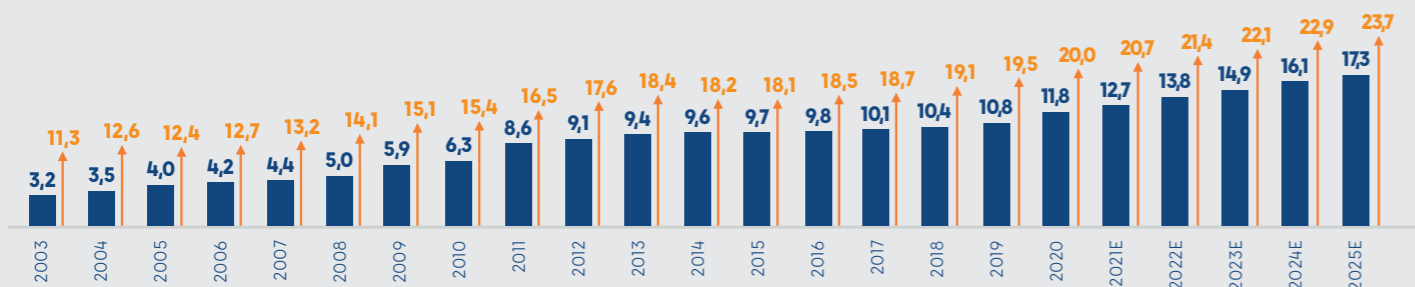
- All'interno del nuovo scenario definito dal piano di rilancio Next Generation EU, il **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza** italiano definisce le linee evolutive verso cui il sistema-Paese deve tendere
- Le azioni di rilancio, condivise a livello europeo, sono connesse a tre assi strategici: **digitalizzazione** e **innovazione**, **transizione ecologica** e **inclusione sociale**
- Queste linee evolutive **ridefiniranno la società italiana ed europea di domani** ponendo al centro, come punto di riferimento del tessuto civile e dell'economia, **le persone e il loro benessere**

La Marca del Distributore, nel più ampio contesto della Distribuzione Moderna, è una delle leve chiave per l'attuazione di questo nuovo modello di Società

QUALE CONTRIBUTO DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE ALL'ATTUAZIONE DEL NUOVO MODELLO DI SOCIETÀ CHE SI PONE L'OBIETTIVO DI METTERE AL CENTRO IL BENESSERE DELL'INDIVIDUO A 360°

1 Contributo della MDD al benessere della società **Benessere Economico**

La Marca del Distributore è la determinante principale per la crescita dell'industria alimentare italiana: l'incidenza della Marca del Distributore sul fatturato totale dell'industria alimentare è pari all'**8%**, il **record** storico mai raggiunto e spiega il **78%** della crescita dell'industria alimentare nel mercato domestico negli ultimi 17 anni



Fatturato e quota di mercato della Marca del Distributore in Italia (valori in miliardi di Euro e %), 2003 – 2025E. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati IRI e ADM, 2021.

2 Benessere Sociale

Con **425.000** occupati diretti, la Distribuzione Moderna alimentare è il **5° settore economico su 245** per crescita occupazionale in Italia negli ultimi sei anni. La Marca del Distributore sostiene una rete di **235.000** occupati diretti e indiretti lungo l'intera filiera, in aumento del 7% rispetto all'anno precedente

Settore	Occupati diretti	
1°	Ristoranti	225.883
2°	Produzioni di software e servizi di consulenza	107.539
3°	Servizi alla persona	52.084
4°	Trasporto merci su strada	51.406
5°	Distribuzione Moderna Alimentare	45.442
243°	Gestione delle Risorse Umane	-17.420
244°	Finitura edifici	-50.431
245°	Costruzione edifici	-93.036

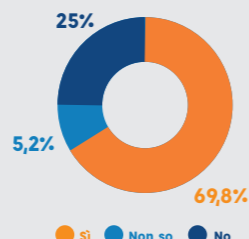
Incremento degli occupati nella Distribuzione Moderna Alimentare e in altri settori economici in Italia (valori assoluti), 2019 vs. 2013
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat e MISE, 2021.

Inoltre la Distribuzione Moderna:

- È **3° settore** per contributo all'occupazione nel Mezzogiorno
- Favorisce l'occupazione giovanile (**+12%** vs. media Italia), femminile (**+21%** vs. media Italia) e con contratti a tempo indeterminato (**+10%** vs. media Italia)

3 Benessere Ambientale

70% delle aziende MDD partner vede come stimolo i requisiti della Distribuzione a favore di una maggiore diffusione di modelli sostenibili e circolari



Le aziende MDD partner prevedono di mettere in atto **meccanismi di partnership** con le aziende della Distribuzione:

- Progetti di tracciabilità
- Tutela del benessere animale
- Riduzione della plastica e packaging riciclabile
- Definizione di criteri e obiettivi di fornitura coerenti
- Trasporto sostenibile

Risposte alla domanda "Ritiene che i requisiti specifici chiesti dalle aziende della Distribuzione, per le quali realizza prodotti a Marca del Distributore, costituiscano per la Sua Azienda uno stimolo ad adottare modelli orientati alla sostenibilità e circolarità?"

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su risultati della survey alle aziende MDD partner, 2021

CONTRIBUTO DELLA MDD AL BENESSERE DEL CONSUMATORE

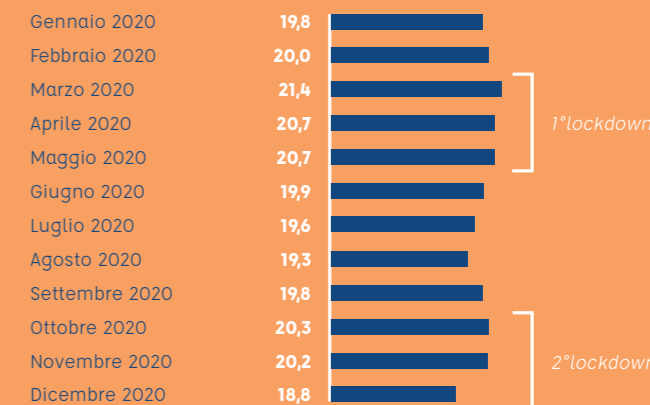
La Distribuzione Moderna Alimentare ha sperimentato per prima l'**applicazione dei protocolli di sicurezza** COVID-19 durante i mesi di **lockdown**, fungendo da **apripista per le riaperture** dei mesi successivi anche in altri settori.

Durante la chiusura delle attività produttive, **i punti vendita della Distribuzione Moderna** hanno rappresentato gli unici luoghi di relazione per i cittadini, di cui hanno saputo interpretare il bisogno di socialità e sicurezza.



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su fonti varie, 2021. (*) È stato calcolato solo sulle 12 settimane di apertura da marzo 2020 fino a fine anno

Nei mesi più critici della pandemia la Marca del Distributore si è rafforzata significativamente

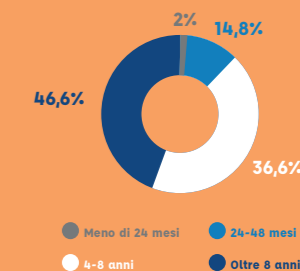


Quota di mercato della Marca del Distributore in Italia (valori percentuali), gennaio-dicembre 2020. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati IRI, 2021.

Nel 2020 le famiglie italiane hanno beneficiato di un **risparmio** complessivo pari a **2,1 miliardi di Euro** attraverso l'acquisto di prodotti a Marca del Distributore, pari a **~100 Euro a famiglia**.

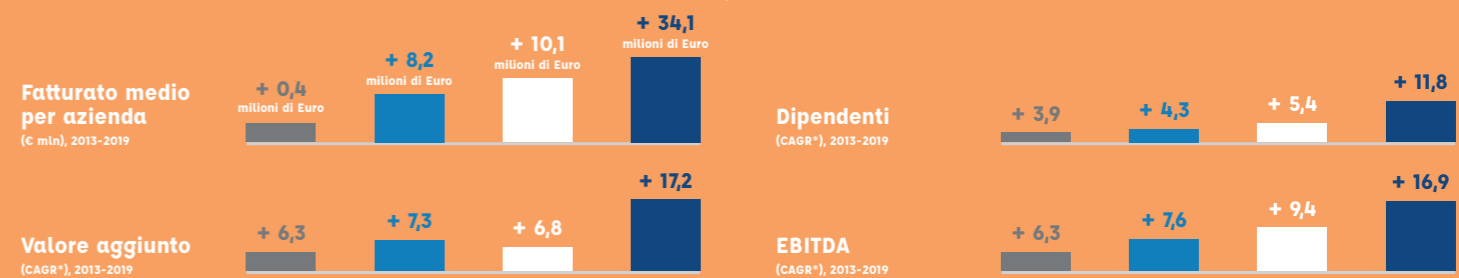
CONTRIBUTO DELLA MDD ALLA FILIERA DI RIFERIMENTO

La Marca del Distributore attiva una filiera di **1.500 imprese MDD partner**, di cui circa l'**85%** è rappresentato da PMI e il **92%** è italiano. La filiera di fornitura industriale della Marca del Distributore segue **logiche di collaborazione strategica di lungo periodo**



Durata delle relazioni di fornitura con le aziende MDD partner nel settore della Distribuzione Moderna Alimentare (valori %), 2018. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati IRI e IBC, 2021.

Tra il 2013 e il 2019 Le aziende MDD partner che più collaborano con i Gruppi della Distribuzione Moderna hanno avuto **performance economiche, occupazionali e di redditività migliori** rispetto alla controparte e al settore alimentare



Crescita fatturato medio per azienda, dipendenti, Valore Aggiunto ed EBITDA nelle aziende alimentari e nelle aziende MDD partner per classi di intensità di MDD (valori in milioni di Euro e tasso medio annuo di crescita composto), 2013-2019

Le aziende MDD partner che più collaborano con i Gruppi della Distribuzione Moderna hanno mostrato una **maggior resilienza** alla crisi COVID-19



Stima della variazione del fatturato del settore dell'industria alimentare e delle aziende MDD partner per classi di intensità di MDD (variazione % 2020 vs. 2019)

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati AIDA Bureau Van Dijk e Toolkit per la resilienza di The European House – Ambrosetti, 2021. (*) Tasso di crescita medio annuo composto (**) Dall'industria alimentare sono state escluse le 565 aziende MDD partner



La MDD impatta su tutti i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e 71 dei 169 target e ha un ruolo-chiave ed abilitante per l'attuazione di un nuovo modello di Società che pone al centro il benessere dell'individuo