

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA HANNO “ASSORBITO” QUASI 4 MLD DI AUMENTO PREZZI

Il dato emerge dal Position Paper realizzato da The European House - Ambrosetti per ADM – Associazione Distribuzione Moderna anticipato oggi a Milano. La presentazione dei dati completi verrà fatta alla presenza del Ministro Lollobrigida e, in videocollegamento, del Viceministro Valentini a Bologna il prossimo 18 gennaio in apertura di Marca by BolognaFiere. Pedroni ADM: “necessaria un’azione del governo a sostegno dei consumi”

Milano, 16 gennaio 2023 – Nel 2022 le aziende della distribuzione moderna hanno assorbito 3,9 miliardi di euro di inflazione consentendo un risparmio fino a 77 euro al mese a famiglia. Il dato emerge dal Position Paper *L’Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico della Distribuzione Moderna*, realizzato da The European House - Ambrosetti per ADM - Associazione Distribuzione Moderna, di cui sono state anticipate oggi le evidenze più significative. Il Paper verrà presentato integralmente in occasione del convegno inaugurale di Marca by BolognaFiere il prossimo 18 gennaio alla presenza del Ministro dell’Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, On. Francesco Lollobrigida, e, in videocollegamento, del Viceministro delle Imprese e del Made in Italy, On. Valentino Valentini.

“Risulta evidente il ruolo di calmiera sociale che le aziende della DM continuano a svolgere per quanto possibile”, afferma Marco Pedroni, Presidente di ADM, commentando le anticipazioni “ma che vista l’impennata inflattiva deve vedere l’impegno non solo di tutta le imprese del largo consumo, ma anche delle istituzioni. Il Paper fotografa come negli ultimi anni, tra pandemia e caro vita, la Distribuzione Moderna abbia dimostrato di essere un asset strategico dell’economia del Paese, sia per il valore aggiunto che riesce a generare sia per il contributo occupazionale, in particolare di giovani e donne. È però innegabile la necessità di un’azione del Governo di sostegno dei consumi, a favore in particolare delle famiglie più fragili. Un Paese che vuole tornare a crescere è necessario adotti un’adeguata politica di sostegno dei consumi che rappresentano oltre il 60% del PIL italiano.”

Il **settore distributivo** italiano nella filiera agroalimentare è responsabile dell’80% degli acquisti attraverso una rete di 25mila punti vendita. Dei 600 miliardi di euro di fatturato complessivi della filiera (50 miliardi dall’export), 155 miliardi sono generati dalle aziende della Distribuzione Moderna (DM), con un valore aggiunto italiano per oltre 52 miliardi di euro tra diretto (25,6 miliardi) e indiretto (21,3 miliardi derivante dalle filiere di fornitura e subfornitura) e indotto (5,2 miliardi), cioè generato dagli occupati nella DM e nelle filiere attivate. Grazie alla presenza dei punti vendita su tutto il territorio nazionale, la DM ha circa 440mila occupati diretti (+3,1% vs 2019) e 3,3 milioni indiretti, considerando anche le filiere attivate. Nel Mezzogiorno, inoltre, il settore è al 4° posto per incidenza degli assunti, e in termini di lavoro femminile e giovanile registra rispettivamente un +32% e +67% degli occupati rispetto alla media nazionale.

Un ruolo determinante nel contenimento dei prezzi è svolto dalla **Marca del Distributore** il cui fatturato è, secondo le stime di The European House - Ambrosetti su dati IRI, di 12,8 miliardi di euro (+9,4 rispetto al 2021) e la quota di mercato il 20,8%, quasi raddoppiata rispetto al 2003.

La MDD ha anche consentito di coniugare la convenienza all'elevata qualità e alla sostenibilità, come confermato dal 72% dei consumatori (*survey IPSOS ai consumatori italiani, 2022*). *“La MDD ha progressivamente conquistato la fiducia dei consumatori che la percepiscono come una risposta affidabile e soddisfacente alla ricerca di un buon rapporto qualità-prezzo – commenta **Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House - Ambrosetti**. Il progressivo apprezzamento ha favorito anche la crescita economica di molte medie e anche piccole aziende fornitrici, arrivando a determinare il 60% dell'incremento del fatturato dell'industria alimentare nel mercato domestico”*.

Dall'analisi dei bilanci di 651 aziende espositrici a Marca emerge, infatti, che tra il 2013 e il 2021 le aziende MDD partner hanno avuto performance migliori rispetto alla media dell'industria alimentare e, secondo la survey realizzata da The European House - Ambrosetti e somministrata, in collaborazione con BolognaFiere, **agli MDD partner espositori a Marca 2023**, la tendenza si conferma per l'anno appena concluso: **7 aziende su 10 dichiarano un aumento di fatturato**, di cui il 27,1% in un range tra il 10-20% e il 24,1% tra il 20-30%.

La 19° edizione di Marca by BolognaFiere (18-19 gennaio 2023) organizzata in collaborazione con ADM e con il patrocinio della Regione Emilia-Romagna e della Camera di Commercio di Bologna ospiterà oltre 900 espositori e centinaia di buyer da tutto il mondo.

*“Marca by BolognaFiere – dichiara il **Presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari** – si sta ormai affermando come una delle fiere più importanti dell'agroalimentare. La sua formula continua a incontrare sempre più interesse e siamo orgogliosi di offrire ogni anno la sede più autorevole dove stringere accordi tra chi compra e chi vende, favorire la crescita e l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese grazie ai rapporti con le insegne della Distribuzione Moderna”*.

Per informazioni alla stampa:

UFFICIO STAMPA ADM

Lead Communication adm.ufficiostampa@leadcom.it
Anita Lissona, 335 498993, anita.lissona@leadcom.it
Carlo Petronella, 389 2443460 carlo.petronella@leadcom.it

MEDIACONTACT MARCA BY BOLOGNAFIERE

Absolut eventi & comunicazione
MARCApres@absolutgroup.it
Tel. 051 272523