

MARCA DEL DISTRIBUTORE: 8,5 MLD PRODOTTI TIPICI LOCALI VENDUTI NELLA GDO

Lusetti, Presidente ADM – Associazione Distribuzione Moderna: “La relazione tra i produttori locali di marca del distributore e Distribuzione Moderna fondamentale per lo sviluppo del Made in Italy”

I dati della ricerca The European House - Ambrosetti per ADM, presentati durante il convegno di apertura di Marca by BolognaFiere 2024

Bologna, 16 gennaio 2024 – Quasi il 30% (27,2%) del fatturato delle produzioni tipiche locali italiane, pari a 8,5 miliardi di euro, viene generato direttamente dalla Distribuzione Moderna attraverso i marchi del distributore. Il rapporto “Marca del Distributore e Made in Italy: il ruolo della Distribuzione Moderna”, realizzato da **The European House - Ambrosetti per ADM - Associazione Distribuzione Moderna**, e presentato al **convegno inaugurale di Marca by BolognaFiere 2024** evidenzia, inoltre, come per **i prodotti italiani i marchi del distributore valgono all'estero 4 miliardi di euro, l'8% del totale delle esportazioni internazionali food & beverage di prodotti Made In Italy.**

“La relazione tra i produttori locali di marchi del distributore e Distribuzione Moderna”, ha commentato **Mauro Lusetti, Presidente ADM - Associazione Distribuzione Moderna**, “è fondamentale per lo sviluppo del Made in Italy non solo nel mercato interno, ma anche oltre confine: la Distribuzione Moderna rappresenta un supporto concreto per il processo di internazionalizzazione delle aziende produttrici locali italiane che possono, attraverso i marchi del distributore, far conoscere anche all'estero prodotti e tipicità che rappresentano la cultura e la storia dei territori da cui provengono”.

"In una congiuntura difficile - viceministro delle Imprese e del Made in Italy Valentino Valentini - i prodotti a marca del distributore hanno esercitato un importante ruolo sociale ed economico tutelando il potere di acquisto delle famiglie e sostenendo le filiere e la produzione del made in Italy, come dimostrato dal Position Paper di The European House - Ambrosetti in collaborazione con ADM e Marca by BolognaFiere. Il Mimit - assicura - è pronto a fare la propria parte per sostenere il ruolo della distribuzione moderna con un approccio pragmatico, improntato al dialogo con gli stakeholder privati e alla concertazione delle misure. E' questo lo spirito che ha condotto all'istituzione del tavolo permanente dedicato ai settori della distribuzione, del commercio e dell'industria dei beni di largo consumo. Tra le misure già adottate per il comparto ci sono il trimestre antinflazione e i provvedimenti inseriti nella legge di Bilancio che mirano a contrastare l'inflazione, come il taglio del cuneo fiscale, il rifinanziamento per tutto il 2024 della carta 'Dedicata a te' per l'acquisto di generi di prima necessità e carburanti, il rinvio delle Sugar e Plastic tax". Valentini ricorda anche il programma transizione 5.0 che beneficia di una dotazione Pnrr di oltre 6,3 miliardi e la legge sul made in Italy, nata per tutelare, valorizzare e promuovere le produzioni italiane di qualità. "In primavera - conclude Valentini - presenteremo un documento organico di politica industriale frutto dei tavoli settoriali che stiamo portando avanti con l'intento di individuare chiare linee di azione per lo sviluppo del tessuto imprenditoriale nazionale".

GRAZIE ALLA MARCA DEL DISTRIBUTORE, 42% FATTURATO PRODOTTI TIPICI ABRUZZESI, CAMPANIA AL 36,9%. Oltre il 42% del fatturato complessivo delle imprese di produzione tipiche locali abruzzesi è stato generato dalla collaborazione con la Distribuzione Moderna attraverso i marchi del distributore (MDD). Si scende al 40% per i prodotti del Friuli-Venezia Giulia e al 36,9% per quelli campani. Secondo il report realizzato da The European House-Ambrosetti per ADM i produttori locali Piemontesi hanno realizzato (dati 2022) il 27,1% del fatturato complessivo grazie alla MDD. Percentuali analoghe si registrano in Umbria (26,8%) e nelle Marche

(26,1%). Emilia-Romagna, Veneto e Lazio rientrano tra le prime 10 regioni a beneficiare della collaborazione con la GDO rispettivamente con il 25%, il 24,5% e il 23,8% delle vendite di prodotti locali attraverso la Distribuzione Moderna. Seguono via via Toscana (11°, 23,3% del fatturato), Liguria (12°, 23,2%) e Sicilia (13°, 22,7%). Al di sotto del 20% si collocano il Trentino A.A (19,3%), la Lombardia (19%), le Basilicata (13,3%) e la Puglia (12,1%). Chiudono la classifica Molise (9,8%), Calabria e Sardegna (entrambe al 4,8%).

*“Per comprendere l’impatto fondamentale della Distribuzione Moderna e nello specifico della Marca del Distributore o MDD” ha spiegato **Valerio De Molli, managing partner e CEO, The European House – Ambrosetti** durante il convegno di apertura di **MARCA by BolognaFiere 2024** “basti considerare che la MDD coinvolge indirettamente circa 50 sotto-comparti economici e oltre 1.500 imprese del settore agricolo e food (il 92% italiane e il 78% piccole e medie) che producono alimenti commercializzati con la marca dell’insegna della distribuzione moderna. Gli effetti dell’inflazione e della riduzione dei volumi di vendita colpiscono perciò direttamente il patrimonio di imprese locali italiane che rappresentano la spina dorsale dell’economia del Paese”.*

NEL 2023 FATTURATO RECORD PER I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE. I prodotti a marca del distributore (MDD) rappresentano oggi il **31,5% dell’intero giro d’affari del largo consumo confezionato della Distribuzione Moderna in Italia, compresi i Discount** - nel 2019 era al 28,3%. Il 2023 è stato chiuso con un fatturato record dei prodotti MDD di **25,4 miliardi di euro**, a conferma di come la Marca del Distributore si afferma come unico canale in crescita sostenendo l’intero settore del retail alimentare: +332 milioni di euro anche nell’ultimo anno.

PER INFORMAZIONI ALLA STAMPA

Lead Communication – Tel 02 860616

Anita Lissona, 335 498993, anita.lissona@leadcom.it

Lorenzo Mazzoni, 3498450008, lorenzo.mazzoni@leadcom.it

Carlo Petronella, 389 2443460, carlo.petronella@leadcom.it