

## Commercio

I grandi gruppi accelerano  
sulle attività produttive — p.19

# Commercio, i grandi gruppi accelerano sui propri marchi

**Attesa per i prossimi  
anni una crescita  
costante che nel 2030  
porterà a un market  
share del 24,2%**

## Consumi

**Pedroni (Adm): «Limitare  
l'impatto dell'inflazione  
per evitare la stagnazione»**

**Per la fiera Marca 2022  
sono attese a Bologna  
quasi 900 Pmi espositrici**

## Enrico Netti

Ai prodotti con la marca del distributore (Mdd) il compito di difendere il potere d'acquisto delle famiglie. Una mission non facile nei giorni in cui i listini delle materie prime segnano nuovi record e con il gas alle stelle. «Al momento l'inflazione non ha ancora colpito il prezzo finale dei beni della Gdo ma nei prossimi mesi l'impatto ci sarà e bisognerà lavorare per limitare al massimo, da un lato per le tasche degli italiani, dall'altro per evitare una stagnazione che colpirebbe pesantemente le aziende del comparto agroalimentare e l'occupazione - dice Marco Pedroni, presidente dell'Associazione distribuzione moderna (Adm) in occasione della presentazione di Marca by BolognaFiere, la manifestazione dedicata ai prodotti con la marca del

distributore -. C'è un rischio sul mondo agroalimentare e abbiamo chiesto al Governo di intervenire sul tema carburanti, dei trasporti e sull'Iva per limitare il rischio inflattivo. In questa fase i prodotti Mdd possono dare un contributo importante alla difesa del potere d'acquisto dei consumatori».

Quest'anno le vendite dei prodotti con la marca del distributore dovrebbero toccare i 12,2 miliardi, con una quota di mercato del 20,5 per cento. Nel 2021 questo segmento di mercato valeva 11,7 miliardi, con un leggero calo rispetto al 2020. Per i prossimi anni Valerio De Molli, managing partner e Ceo di The European House Ambrosetti, prevede per le private label una crescita costante intorno al mezzo punto l'anno che nel 2030 porterà a un giro d'affari di poco superiore ai 15 miliardi con un market share del 24,2%. Sembra destinato a crescere il valore aggiunto della private label che, ricorda De Molli, vale 3 volte quello del fashion e 4 volte sul legno arredo. Sempre dal punto di vista economico la marca del distributore coinvolge circa 1.500 Pmi con una filiera lunga con circa 240mila addetti (+6%) tra diretti e indiretti includendo la distribuzione. Nel carrello della spesa i prodotti con il marchio del distributore nel 2021 hanno fatto risparmiare 2,1 miliardi agli italiani, circa cento euro a famiglia.

Con questi numeri il mondo della private label si dà appuntamento nel capoluogo emiliano il 12 e 13 aprile per Marca by Bolo-

gnaFiere che in collaborazione con Adm torna in presenza. La manifestazione si svolgerà in 5 padiglioni in cui saranno presenti quasi 900 espositori, un numero in linea con quelli degli ultimi anni, tra cui 19 catene della grande distribuzione tra cui una proveniente dall'Ecuador. Le aziende che producono generi alimentari hanno un peso preponderante e rappresentano i tre quarti degli espositori. Marca si adegua alle nuove tendenze e ha creato diverse aree tematiche come Marca Fresh per i prodotti freschi e freschissimi, la Packaging Lab Area per gli imballi sostenibili. Le novità e i prodotti innovativi delle insegne saranno visibili nella Brand Retail Area e per la prima volta gli espositori potranno partecipare alla «Selezione dei prodotti novità» in collaborazione con Iplc mentre i migliori saranno selezionati da una giuria internazionale di esperti. L'internazionalizzazione avviene in collaborazione con l'Ice. Dal 4 all'11 aprile è stata anche organizzata un'anteprima digitale con l'implementazione di una piattaforma per creare dei contatti preliminari tra espositori e buyer.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

