

Marca del distributore, per Conad affare da 4 miliardi. Coop a quota 3 mld

DI MARCO A. CAPISANI

Su il sipario oggi a Bologna per *Marca*, la fiera bolognese dedicata alla marca privata che ora le insegne della distribuzione moderna preferiscono chiamare marca del distributore (mdd, vedere *ItaliaOggi* del 14/1/2020). Così alcune società hanno annunciato ieri con una nota il dato specifico sul loro business legato alla mdd. Conad, per esempio, arriva a quota 4 miliardi di euro, generati da 4 mila prodotti di cui 1.700 lanciati o rilanciati nel 2019. Coop, invece, tocca la soglia dei 3 miliardi di euro con di 4.500 prodotti (oltre 100 al debutto l'anno scorso). Infine per il gruppo Végé la marca del distributore rappresenta un affare da 390 milioni di euro, con 780 referenze (e 75 nate nell'ultimo esercizio).

Al di là dei differenti casi di mercato, italianità delle referenze, prodotti specifici nel segmento benessere o bio o free from (lattosio per esempio) o rich in (fibre tra gli altri) e ancora la sicurezza alimentare sono i tratti comuni delle diverse offerte. Sulla sicurezza alimentare, in particolare, Coop dichiara investimenti per oltre 5 milioni di euro.

Mentre da Conad aggiungono come «il valore della mdd consente di fare investimenti per diffondere le buone pratiche di sviluppo sostenibile. Ne sono alcuni esempi, i progetti di efficientamento della logistica e dei magazzini della mdd».

— © Riproduzione riservata — ■

