

DISTRIBUZIONE, UN PRODOTTO VENDUTO SU TRE È A MARCA DEL DISTRIBUTORE

Presentati oggi al convegno di apertura di fiera MARCA by BolognaFiere 2025 i dati dell'analisi TEHA per ADM – Associazione Distribuzione Moderna - sul ruolo dei prodotti a marchio del distributore in termini di sostenibilità economica, sociale e ambientale nella filiera agroalimentare. Fatturato della MDD in crescita a 26 miliardi, +2,4%.

Milano, 15 gennaio 2025 – I prodotti a marchio del distributore (MDD) rappresentano oggi quasi il 32% di quelli acquistati dagli italiani tra gli scaffali della distribuzione moderna del nostro Paese, con una quota di mercato in aumento di 3,5 punti percentuali negli ultimi cinque anni (dal 2019 al 2024) e hanno generato nel 2024 un fatturato di 26 miliardi di euro, in aumento del +2,4% sul 2023 e del +35,4% rispetto al 2019. Secondo il rapporto **“Il ruolo guida della Distribuzione Moderna e della Marca del Distributore per la transizione sostenibile della filiera agroalimentare”** a cura di TEHA (The European House - Ambrosetti), presentato oggi durante l'incontro di apertura di **MARCA by BolognaFiere 2025**, il nostro Paese sta progressivamente riducendo la distanza con la media europea, che oggi è pari al 35,8% di prodotti MDD sul totale e in aumento dello 0,5% nell'ultimo anno.

SVIZZERA, SPAGNA E PAESI BASSI AL TOP, NORVEGIA ULTIMA. Con il 31,8% di prodotti MDD sui nostri scaffali, l'Italia si posiziona all'11° posto tra i principali paesi europei per quota di mercato dei prodotti “a marchio” in una classifica guidata da Svizzera (52,3% di quota di mercato), Spagna (45,6%) e Paesi Bassi (45,2%). Fra gli altri Regno Unito, Portogallo e Austria si attestano al 44%, la Germania al 41% e il Belgio al 39,8%. Al di sotto della media europea, insieme all'Italia, anche Francia (34,4%), Danimarca (34%), Svezia (30%) e, a seguire, Ungheria, Polonia, Grecia, Repubblica Ceca e Norvegia che chiude la classifica con il 21,4%. *“Se la quota di mercato della MDD italiana si allineasse ai primi tre paesi UE* – ha commentato **Valerio De Molli, Managing Partner e CEO, TEHA** – nel 2030 il fatturato supererebbe i 50 miliardi di euro generando un fatturato aggiuntivo cumulato di 58 miliardi di euro tra il 2024 e il 2030, con un impatto significativo dal punto di vista economico, sociale e di evoluzione nelle dinamiche d'acquisto degli italiani”.*

I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE SOSTENGONO LA CRESCITA DELLA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA, SOCIALE E AMBIENTALE. Dalla ricerca TEHA per ADM emerge con chiarezza come la marca del distributore sia sempre più una leva fondamentale per la crescita sostenibile dell'intero settore della distribuzione moderna e delle aziende che ne fanno parte: dal 2015 al 2023, le imprese con oltre l'80% di fatturato legato all' MDD hanno avuto un incremento medio del giro d'affari dell'8,5%, creando così più occupazione (+5,5% tra il 2015 e il 2023) e generando un valore aggiunto del 9,3%. I prodotti “a marchio” hanno, inoltre, contribuito a far risparmiare alle famiglie italiane quasi 20 miliardi di euro tra il 2020 e il 2024, favorendo l'accesso a prodotti alimentari sani a prezzi contenuti. Non solo, nel 2024, le aziende della distribuzione moderna hanno recuperato 14.000 tonnellate di cibo grazie alla collaborazione con Banco Alimentare. Sul fronte ambientale, per ogni euro di fatturato il settore distributivo ha ridotto le emissioni di CO2 del 30% tra il 2013 e il 2022, stimolando innovazioni nella filiera alimentare e guidando le imprese coinvolte verso una maggiore sostenibilità.

*"La transizione sostenibile è il cuore della nostra visione per il futuro del Paese - **ha dichiarato Mauro Lusetti, Presidente ADM**- La distribuzione moderna e, in particolare, l'offerta dei prodotti a marca del distributore si affermano come una leva strategica per la crescita economica delle aziende italiane, ma contribuiscono altresì al rafforzamento del benessere sociale, promuovendo occupazione stabile e garantendo un accesso più equo ai consumi. Guardiamo al futuro con la consapevolezza che la sostenibilità, nelle sue dimensioni economica, sociale e ambientale, debba essere integrata con l'innovazione tecnologica, in un processo che continui a generare efficienza, a offrire maggiore servizio ai clienti e a generare un impatto positivo sul sistema economico e sociale. Le imprese del retail moderno, che già guidano il 58% delle aziende partner verso pratiche più sostenibili, sono sempre più impegnate a essere un modello virtuoso, capace di coniugare sviluppo, inclusione e responsabilità."*

*"La crescita di mercato dei prodotti a marchio del distributore sono la dimostrazione dell'apprezzamento dei consumatori. Da un lato i prodotti a marchio aiutano le famiglie a contenere i costi senza rinunciare alla qualità e dall'altro sostengono e valorizzano le nostre filiere, che sono l'elemento fondamentale del sistema produttivo italiano e il cuore del made in Italy. Il tutto nell'ottica della transizione sostenibile da un punto di vista economico, sociale e ambientale. Il governo sostiene le imprese della grande distribuzione in questo percorso virtuoso, nell'interesse di tutto il Paese.", **ha dichiarato Valentino Valentini, Viceministro delle Imprese e del Made in Italy del Governo italiano, con delega di Governo del Presidente del Consiglio.***

IN CORSO LA VENTUNESIMA EDIZIONE DI MARCA BY BOLOGNAFIERE. L'appuntamento di Bologna è tra le più importanti manifestazioni della Distribuzione Moderna Organizzata dove poter avere una visione dell'offerta di prodotti MDD, incontrare buyer e manager provenienti dalle principali catene distributive oltre che sviluppare accordi tra le aziende di produzione, food e non food, e i retailer.

**I top 3 Paesi UE considerati sono Spagna, Paesi Bassi e Portogallo, non sono stati considerati Svizzera e UK perché fuori dall'UE.*

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