

LA MARCA DEL DISTRIBUTORE RIDISEGNA IL LARGO CONSUMO: NEL 2025, SUPERA I 30 PUNTI DI QUOTA E PUNTA A UN FATTURATO RECORD DI 31,5 MILIARDI DI EURO

Presentato a MARCA by BolognaFiere & ADM 2026 il XXII Rapporto Circana sull'evoluzione 2025 della Marca del Distributore: in un contesto di "ordinaria incertezza", la MDD cresce del +4,1% a valore e traina l'innovazione nei segmenti Premium e Funzionale. Eccellenza nel Fresco e spinta del Non-Food, i nuovi driver dello sviluppo. L'Italia si distingue in Europa per il maggior dinamismo qualitativo.

Bologna, 15 gennaio 2026 – La Marca del Distributore (MDD) si conferma il motore trainante dell'economia italiana del Largo Consumo, consolidando una crescita strutturale che va ben oltre la pura convenienza economica. Il secondo giorno di **MARCA by BolognaFiere & ADM** si apre con la presentazione del **XXII Rapporto Marca sull'evoluzione della MDD**, elaborato da **Circana**: una fotografia nitida di un comparto che, nel perimetro omnichannel, ha raggiunto la quota record del **30,4%** e punta a un fatturato di **31,5 miliardi di euro** entro la fine del 2025¹.

I numeri del successo: la MDD batte il mercato

In un contesto macroeconomico caratterizzato da consumi prudenti e da una ripresa dell'inflazione (+1,1%), la MDD dimostra una resilienza eccezionale e una rilevante capacità di intercettare i nuovi bisogni delle famiglie. Nel corso del 2025, a **totale Omnichannel**, il comparto ha registrato una crescita a valore del **+4,1%** e a volume del **+2,6%**.

Focalizzando l'analisi sul perimetro della **GDO "tradizionale"** (Ipermercati, Supermercati e Libero Servizio Piccolo), si osserva un significativo consolidamento della Marca del Distributore: con una performance a valore del +5,5%, la MDD raggiunge i 23 punti di quota (+0,5 punti rispetto al 2024). Particolarmente positivo è il dato sui volumi di vendita, che segnano un +4,1%, a testimonianza di una fiducia crescente dei consumatori verso le Insegne della Distribuzione Moderna Organizzata, specialmente nei punti vendita con superficie inferiore ai 2.500 mq.

Dalla convenienza all'eccellenza: il boom del Premium e del Funzionale

Il Rapporto Circana evidenzia un cambio di paradigma: il consumatore non cerca più solo il "primo prezzo" (+3%), ma premia la qualità e i valori di filiera.

Il segmento dei **prodotti funzionali** (bio, free-from, arricchiti) è il vero protagonista dell'anno, con una crescita a doppia cifra del **+19%** a valore. Questo trend riflette la trasformazione delle

Insegne in veri e propri centri di innovazione, capaci di intercettare i bisogni di salute, sostenibilità e benessere dei consumatori attraverso un'offerta che integra e arricchisce il mercato.

MDD: l'espansione dell'offerta e la metamorfosi verso il valore

L'aumento dei prezzi della MDD (+1,4%), superiore a quello dell'Industria di Marca, riflette una metamorfosi verso il valore e un'acquisita autonomia strategica. Il consumatore privilegia ormai la qualità e i valori di filiera rispetto al solo risparmio, frenando sulle linee "primo prezzo" (+3%) per premiare i segmenti a più alto valore aggiunto. Questa autorevolezza consente di ridurre la pressione promozionale (16,3%), consolidando la **MDD come scelta preferenziale di valore basata sulla fiducia** e non più come semplice alternativa economica.

La crescita della MDD procede di pari passo con la **crescita dell'offerta**: i prodotti della marca commerciale arrivano a rappresentare il **17,4% dell'assortimento a scaffale**, in aumento di 0,3 punti rispetto a novembre 2024, e di oltre 5 punti rispetto al 2015.

I reparti "core": Fresco e Cura Casa ai vertici

L'eccellenza italiana si conferma nel reparto **Fresco**, dove la MDD guadagna 0,7 punti di quota, con punte significative nelle Carni (+1) e nell'Ortofrutta (+0,6).

Si consolida inoltre il ruolo strategico del **Non-Food**, con il comparto **Cura Casa** che registra una performance d'eccellenza (+0,8 punti di quota), confermando come la MDD stia occupando spazi sempre più rilevanti nel quotidiano delle famiglie.

Lo scenario internazionale: l'Italia benchmark di dinamismo in Europa

A livello europeo (**EU6**), la MDD è una realtà consolidata, con un giro d'affari complessivo di **324 miliardi di euro** e una quota a valore media del **42%**. Sebbene mercati come Olanda (55%) e Spagna (52%) presentino livelli di penetrazione superiori, l'**Italia (31% di quota)** si distingue tra i Paesi più dinamici dell'area.

L'Italia corre a una velocità superiore rispetto alla media europea, affermandosi come benchmark per la capacità di premiumizzazione dell'offerta. Questa crescita qualitativa permette alle insegne italiane di ridurre la pressione promozionale (che si attesta al **16,3%**, in diminuzione di 0,6 punti), consolidando un rapporto di fiducia con il cliente basato sul valore del prodotto.

*"L'Italia è oggi il Paese che registra la crescita più dinamica e, soprattutto, qualitativa in Europa", commenta **Rossano Bozzi, Direttore Business Unit di BolognaFiere**. "I nostri Retailer sono diventati veri benchmark internazionali, capaci di trasformare la Marca del Distributore in un laboratorio di innovazione: il balzo del +19% dei prodotti funzionali e la costante espansione*

dell'assortimento a scaffale dimostrano che il modello italiano, fondato su qualità e fiducia, è il vero trendsetter del settore".

MDD come motore del PIL nazionale

I dati presentati a Bologna si inseriscono in un quadro più ampio: i consumi privati rappresentano oggi il **57,1% del PIL italiano**². In una fase di stagnazione degli investimenti pubblici, la Distribuzione Moderna – che intermedia l'**85% dei consumi alimentari domestici** – e la MDD si pongono come i principali abilitatori di crescita, generando un valore aggiunto complessivo per il Paese di **211 miliardi di euro (10% del PIL)**³.

*“Tra le tendenze più interessanti, emerge un consumatore sempre più attento e selettivo: cresce la componente di spesa di prodotti essenziali e dall'altra parte la spesa per i prodotti legati al benessere”, commenta **Alfonso Giuliano, Italy Retail leader di Circana**. “Inoltre, il mix di acquisto si sposta dal primo prezzo verso fasce di prezzo più alte e il segmento Premium guadagna terreno, segno che il consumatore non cerca solo convenienza, ma anche qualità e valori come sostenibilità e filiera locale”.*

Antonella Maietta, Exhibition Manager di MARCA by BolognaFiere & ADM, conclude: *“La fiera è lo specchio di un mercato in cui la MDD è protagonista dell'innovazione. L'espansione dei padiglioni dedicati al Fresh e al Non-Food testimonia che MARCA by BolognaFiere & ADM è l'unica piattaforma capace di rappresentare questa evoluzione a 360 gradi. Non siamo più solo una vetrina di prodotti, ma un laboratorio permanente dove la DMO progetta il futuro dei consumi”.*

Nota metodologica:

Fonte Dati: Circana Liquid Data™. Anno Terminante a Dicembre 2025 (52 settimane terminanti il 28/12/2025). Perimetro Omnichannel: Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Specialisti Casa Persona+Discount+Online+Petshop. Perimetro GDO tradizionale: Iper+Super+ Libero Servizio Piccolo.

Dati EU 6: Germania, Francia, Olanda, Regno Unito, Spagna, Italia.

Note 1, 2, 3 - Stime macroeconomiche: TEHA Group su dati Istat e Aida BvD. Position Paper Marca 2026 "Costruire Fiducia - Il ruolo della Distribuzione Moderna e della Marca del Distributore".

MARCA by BolognaFiere & ADM 2026

14-15 gennaio, 2026 Bologna

www.marcabybolognafiere.com

UFFICIO STAMPA MARCA by BolognaFiere & ADM:

AD MIRABILIA

Tel. +39 02 4382191

Email: marca@admirabilia.it

Contatto:

Roberta Guarragi [+39 348 288 76 74](tel:+393482887674)

Laura Sanfelici +39 346 6302391

A proposito di MARCA by BolognaFiere & ADM

MARCA by BolognaFiere & ADM è la fiera della Marca del Distributore co-organizzata da BolognaFiere e ADM. Ogni gennaio, a Bologna, inaugura l'anno della Private Label con l'unico format al mondo in cui le Insegne della DMO espongono direttamente, affiancate da oltre 1.500 produttori Food e Non-Food. Più di 25.000 i visitatori attesi nei 10 padiglioni della manifestazione. MARCA by BolognaFiere & ADM offre aree specializzate – MARCA Fresh, MARCA Tech e MARCA Trend con i MARCA Awards –, completando una proposta che include convegni, il Rapporto Annuale MDD di Circana e l'International Buyers Preview per i buyer esteri. Con MARCA Poland e MARCA China, MARCA by BolognaFiere & ADM è al centro di un network internazionale che porta l'eccellenza della MDD sui mercati esteri.