

Comunicato stampa

## MARCA 2023: LA DISTRIBUZIONE MODERNA SEMPRE PIÙ CENTRALE NEL SISTEMA PAESE

***Argine all'inflazione, impulso al fatturato della filiera agroalimentare, occupazione e sostegno alla crescita: le evidenze nel Position Paper realizzato per ADM – Associazione Distribuzione Moderna per il convegno inaugurale di Marca by BolognaFiere 2023. Confermata la presenza a Bologna del Ministro Lollobrigida e, in videocollegamento, del Viceministro Valentini.***

Milano, 16 gennaio 2023 – In un anno caratterizzato da molte criticità - dall'inflazione più alta degli ultimi trent'anni alla guerra in Ucraina, dal caro energia alle problematiche in alcune catene di approvvigionamento – la Distribuzione Moderna ha investito notevoli risorse per tutelare il potere d'acquisto degli italiani, trasferendo solo in parte i rincari della filiera sui consumatori. **Le aziende distributive hanno assorbito una parte molto significativa di aumento dei prezzi per un valore di 3,9 miliardi di euro, consentendo un risparmio medio per famiglia fino a 77 euro al mese.**

Il dato emerge dal Position Paper *L'Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico della Distribuzione Moderna*, realizzato da The European House-Ambrosetti per ADM - Associazione Distribuzione Moderna, di cui è stata presentata un'anticipazione oggi a Milano nell'ambito della conferenza stampa dedicata al convegno che aprirà la fiera **Marca by BolognaFiere 2023**, in programma a **Bologna il 18-19 gennaio**. Il paper sarà presentato integralmente nel corso del convegno inaugurale di **Marca** mercoledì 18 gennaio a cui ha già confermato l'intervento in presenza il Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, **On. Francesco Lollobrigida**, e, in videocollegamento, il Viceministro delle Imprese e del Made in Italy, **On. Valentino Valentini**.

L'analisi del paper delinea l'**importanza fondamentale del settore distributivo italiano nella filiera agroalimentare**: è responsabile dell'80% degli acquisti attraverso una rete di 25mila punti vendita e sui 600 miliardi di euro di fatturato complessivi della filiera (50 miliardi dei quali derivanti dall'export), **155 miliardi sono generati dalle aziende della Distribuzione Moderna, con un valore aggiunto diretto di 25,6 miliardi.**

Nel complesso, la Distribuzione Moderna contribuisce **al valore aggiunto italiano per oltre 52 miliardi di euro**; questo dato include quello generato direttamente (25,6 miliardi), quello indiretto (21,3 miliardi), cioè derivante dalle filiere di fornitura e subfornitura, e il valore indotto (5,2 miliardi) generato dagli occupati nella Distribuzione Moderna e nelle filiere attivate.

Significativo anche il **sostegno del settore all'occupazione in tutte le aree geografiche della Penisola**, da Nord a Sud, dalle città ai piccoli centri, grazie alla presenza omogenea dei punti vendita su tutto il territorio nazionale. In particolare, **nel Mezzogiorno il settore è al 4° posto per incidenza degli assunti**, e in termini di **lavoro femminile e giovanile** registra rispettivamente un +32% e +67% degli occupati rispetto alla media nazionale. Complessivamente, con un aumento di oltre 58mila occupati dal 2013 al 2021 (6° settore economico su 245 in Italia per crescita occupazionale dal 2013), la Distribuzione Moderna

ha circa **440mila occupati diretti** (+3,1% vs 2019) e sostiene **una rete di 3,3 milioni di addetti**, considerando anche le filiere attivate.

*“Negli ultimi anni, tra Pandemia e caro vita, la Distribuzione Moderna ha dimostrato di essere un asset strategico dell’economia del Paese, sia per il valore aggiunto che riesce a generare sia per il contributo occupazionale, in particolare di giovani e donne”, afferma **Marco Pedroni, Presidente di ADM**. “Ha dimostrato inoltre di essere un attore responsabile della filiera: nell’anno appena trascorso ha contribuito significativamente al contenimento della spinta inflattiva sui prodotti alimentari, assorbendo una parte dei rincari e tutelando così il potere d’acquisto delle famiglie a basso reddito, quelle su cui pesano maggiormente gli aumenti. Un ruolo di calmiera sociale che continua a svolgere per quanto possibile, ma che vista l’impennata inflattiva deve vedere l’impegno non solo di tutte le imprese del largo consumo, ma anche delle istituzioni. E’ innegabile la necessità di un’azione del Governo di sostegno dei consumi, a favore in particolare delle famiglie più fragili. Un Paese che vuole tornare a crescere è necessario adotti una adeguata politica di sostegno dei consumi che rappresentano oltre il 60% del PIL del Paese.”*

Il Convegno sarà l’occasione per fare un punto sul mercato della **Marca del Distributore (MDD)**, quest’anno anche grazie a una **survey condotta tra alcuni dei principali business leader del settore e delle aziende MDD partner**.

Dai dati elaborati emerge il ruolo determinante della MDD nel **contenimento dei prezzi al consumo**. Secondo le stime di The European House – Ambrosetti, sui dati messi a disposizione da IRI, **a fine 2022 il fatturato della Marca del Distributore è pari a 12,8 miliardi di euro (+9,4% rispetto al 2021)** con una **quota di mercato del 20,8%**, quasi raddoppiata rispetto al 2003. La MDD ha anche consentito un effetto di democratizzazione della spesa alimentare, coniugando la convenienza all’elevata qualità e a un approccio sempre più sostenibile, come confermato dal 72% dei consumatori (*da survey IPSOS ai consumatori italiani, 2022*).

*“La MDD ha progressivamente conquistato la fiducia dei consumatori che la percepiscono come una risposta affidabile e soddisfacente alla ricerca di un buon rapporto qualità-prezzo – commenta **Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti** –. Il progressivo apprezzamento ha favorito anche la crescita economica di molte medie e anche piccole aziende fornitrici, arrivando a determinare il 60% dell’incremento del fatturato dell’industria alimentare nel mercato domestico”.*

Dall’analisi dei bilanci di 651 aziende espositrici a Marca, emerge che tra il 2013 e il 2021 le aziende MDD partner hanno avuto performance migliori rispetto alla media dell’industria alimentare e, **secondo la survey** realizzata da The European House – Ambrosetti e somministrata, in collaborazione con BolognaFiere, agli MDD partner espositori a Marca 2023, la tendenza si conferma per l’anno appena concluso: **7 aziende su 10 dichiarano un aumento di fatturato**, di cui il 27,1% in un range tra il 10-20% e il 24,1% tra il 20-30%. Questo grazie anche alle relazioni di lungo periodo instaurate con le aziende della Distribuzione Moderna: oltre un terzo del campione dichiara di avere contratti di collaborazione superiori agli 8 anni.

La conferenza stampa è stata anche l’occasione per presentare il programma della diciannovesima edizione di **Marca by BolognaFiere**, organizzata in collaborazione con ADM e con il patrocinio della Regione Emilia-Romagna e della Camera di Commercio di

Bologna. Marca by BolognaFiere è l'**unica fiera dedicata alla marca commerciale in Italia**, la grande vetrina dove si espongono i prodotti food e non food dell'eccellenza italiana a Marca del Distributore. La manifestazione è anche l'unica a livello internazionale a offrire un grande spazio espositivo alle 22 principali insegne della Distribuzione Moderna che siedono nel Comitato Tecnico Scientifico della fiera. Un'occasione importante per andare alla sostanza del business, toccare con mano i prodotti e chiudere i contratti tra aziende di qualità e i retailer interessati a proporre prodotti con il proprio marchio. La diciannovesima edizione di Marca by BolognaFiere si annuncia già in crescita, con oltre 900 espositori e centinaia di buyer di altissima qualità provenienti da tutto il mondo.

*“Marca by BolognaFiere è la prima fiera dell'anno – afferma il **Presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari** – e si sta ormai affermando come una delle fiere più importanti dell'agroalimentare. La sua formula molto smart e molto veloce, due giorni di business puro, continua a incontrare sempre più interesse nelle catene distributive e nelle aziende che producono. Siamo orgogliosi di offrire ogni anno la sede più autorevole dove stringere accordi tra chi compra e chi vende, favorire la crescita e l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese grazie ai rapporti con le insegne della Distribuzione Moderna”.*

Alla conferenza stampa sono intervenuti: **Marco Pedroni, Presidente di ADM Associazione Distribuzione Moderna; Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere; Brunella Saccone, Direttore Agroalimentare e Vini di ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane; Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti.**

Materiali per la stampa e Position Paper The European House – Ambrosetti al link:

<https://eventi.ambrosetti.eu/adm-marca-2023/>

Per informazioni alla stampa:

#### **UFFICIO STAMPA ADM**

Lead Communication [adm.ufficiostampa@leadcom.it](mailto:adm.ufficiostampa@leadcom.it)

Anita Lissona, 335 498993, [anita.lissona@leadcom.it](mailto:anita.lissona@leadcom.it)

Carlo Petronella, 389 2443460 [carlo.petronella@leadcom.it](mailto:carlo.petronella@leadcom.it)

#### **MEDIACONTACT MARCA BY BOLOGNAFIERE**

Absolut eventi & comunicazione

[MARCAPress@absolutgroup.it](mailto:MARCAPress@absolutgroup.it)

Tel. 051 272523