

## La grande distribuzione assorbe 4 miliardi di rincari

di *Rosella Savojardo*

06901

**N**ell'ultimo anno l'alta inflazione ha portato a una crescita delle vendite al dettaglio (+6,3%), a fronte però di una forte riduzione dei volumi (-7,2%), e adesso la crisi rischia di frenare ancora di più i consumi a partire dalle famiglie a reddito medio-basso. In questo contesto le aziende della distribuzione moderna, da cui passano l'80% degli acquisti agroalimentari degli italiani, hanno agito da scudo contro i rincari dei prezzi al consumo finale assorbendo 3,9 miliardi di rincari e permettendo di risparmiare fino a 77 euro al mese nella spesa familiare. I dati emergono dall'ultimo *Position Paper* realizzato da The European House-Ambrosetti per l'Associazione Distribuzione Moderna.

Il presidente di Adm, Marco Pedroni, ha evidenziato come negli ultimi anni la Marca del distributore (costituita dai prodotti con lo stesso brand dell'insegna, o con marchi riferibili all'impresa distributiva) sia cresciuta tre volte rispetto alla distribuzione alimentare, spinta da un apprezzamento maggiore del consumatore. Sulla base dei dati Iri, The European House-Ambrosetti ha calcolato che il fatturato della Marca del distributore alla fine del 2022 era pari a 12,8 miliardi, con una crescita del 9,4% in termini tendenziali e una quota di mercato del 20,8%. Dei 600 miliardi di euro di fatturato complessivi della filiera, inoltre, 155 miliardi sono generati dalle aziende della distribuzione moderna, con un valore aggiunto italiano per oltre 52 miliardi. Inoltre tra il 2013 e il 2021 le aziende del campione della Marca del distributore hanno registrato performance migliori rispetto alla media dell'industria alimentare e, anche per il 2022, le aspettative di crescita per le stesse aziende restano positive, con il 51,2% di queste che dichiara un progresso anche a doppia cifra. (riproduzione riservata)

