

Data Stampa 0006901 Data Stampa 6901

Data Stampa 0006901 Data Stampa 6901

**LUSETTI (ADM)**  
**è il segmento**  
**più dinamico**  
**Sa leggere i bisogni**  
**dei consumatori»**

**Negli ultimi anni la Mdd (marca del distributore) è stato il segmento più dinamico del consumo e lo dimostrano sia i numeri sia la capacità di intercettare nuove sensibilità. A sottolinearlo è Mauro Lusetti, presidente di Adm (Associazione distribuzione moderna) e di Conad, che evidenzia come la marca del distributore oggi svolga un ruolo sempre più centrale. Secondo Lusetti, infatti, Marca «offre la possibilità a industria e distribuzione di dimostrare la funzione sistematica della marca del distributore: non più un'innovazione a rimorchio della grande industria, ma un'innovazione che nasce dalla capacità della distribuzione di leggere i bisogni dei consumatori e di tradurli in proposte concrete». È anche per questo motivo, aggiunge, che a Marca vengono presentate numerose novità, spesso frutto di una stretta collaborazione con le catene distributive. Questo percorso si riflette anche nei risultati di Conad, dove – sottolinea Lusetti – la marca del distributore si conferma nel 2025 come la principale fonte di crescita. «Da molti anni Conad investe risorse e competenze nella costruzione di un rapporto continuativo con le imprese fornitrice», spiega sottolineando come nel tempo siano state sviluppate «relazioni solide e di lunga durata, che ci consentono di lavorare insieme su innovazione e miglioramento del rapporto qualità-prezzo».**



Mauro Lusetti, presidente Adm

