

IL PRIVATE LABEL VALE 32 MILIARDI CORRE L'ETICHETTA DEL SUPER

Con un fatturato in aumento del 6,8% e una quota di mercato sopra il 30%, la Marca del distributore va in controtendenza e traina i consumi. La 22esima rassegna del settore a BolognaFiere il 14 e 15 gennaio, attesi 25 mila visitatori. Mauro Lusetti (Conad): «Punto di riferimento anche per la qualità»

**Nella distribuzione
moderna l'occupazione
è salita del 2%
nel periodo 2019-2014
«Uno stimolo
agli investimenti»**

di **IRENE CONSIGLIERE**

Quasi l'85% dei consumi alimentari è gestito dalla distribuzione moderna (fonte: elaborazione Teha Group su dati Istat 2025). E stimolare i consumi, alimentari e non, è una delle ricette per rilanciare l'economia nazionale. La crescita economica, in particolare, è legata anche all'aumento della spesa alimentare da parte delle famiglie, che contribuisce alla crescita del prodotto interno lordo per il 57,1%. In generale, se a partire dal 2010 fino al 2022 c'è stata una contrazione dei consumi annua dello 0,3% e addirittura dell'1,7% tra 2022 e il 2023, le proiezioni dal 2023 al 2026 indicano un miglioramento dello 0,7% tra il 2023 e il 2024 e dello 0,7% per i due anni successivi. Un'occasione per affrontare il tema sarà la 22esima edizione di Marca by BolognaFiere e Adm, la fiera internazionale dedicata alla Marca del distributore. Si tiene il 14 e 15 gennaio a Bologna con BolognaFiere Group, presieduto da Gianpiero Calzolari, e l'Associazione distribuzione moderna.

I protagonisti

È una manifestazione alla quale parteciperanno 28 insegne della distribuzione moderna e organizzata e 1.500 partner della Mdd (marca del distributore), con dieci padiglioni e una crescita dell'area espositiva del 16%.

Sono previsti 25 mila visitatori e attesi oltre cinquemila buyer internazionali.

«Le vendite dei prodotti Marca del distributore sono in continua crescita: negli ultimi 15 anni hanno registrato un incremento medio del 15% e nell'ultimo anno del 30,6%. E per il futuro prevediamo che ci siano ampi margini per un ulteriore rialzo. Nei Paesi in via di sviluppo questi prodotti sfiorano addirittura il 50% delle vendite», dice Mauro Lusetti, presidente di Conad Consorzio Nazionale.

Quali saranno le novità alla prossima fiera? «Innanzitutto Marca Fresh avrà una superficie espositiva che occupa il doppio dello spazio. Anche Marca Tech dedicata alle novità tecnologiche occuperà un'ampia porzione espositiva. Per noi poi sono importanti anche i Marca Awards, vale a dire i premi ai migliori prodotti. Per dare un'idea del successo della Mdd: nel 2024 la grande distribuzione organizzata ha avuto un fatturato di 173,1 miliardi, in aumento del 15,8% dal 2019, di cui 29,5 miliardi sono rappresentati dalla Mdd, con una crescita nel primo semestre del 4,7% superiore a quella degli altri articoli (fonte dati Circana, ndr.) in un mercato stagnante e nel quale gli investimenti scarseggiano».

Per il 2025 il fatturato previsto è di 31,5 miliardi (+6,8% dal 2024) con una quota di mercato del 30,4%. Un dato che conferma come la Mdd sia il segmento più dinamico del largo consumo confezionato, che ha

espresso un aumento del 3,8% con una quota di mercato del 30,4%.

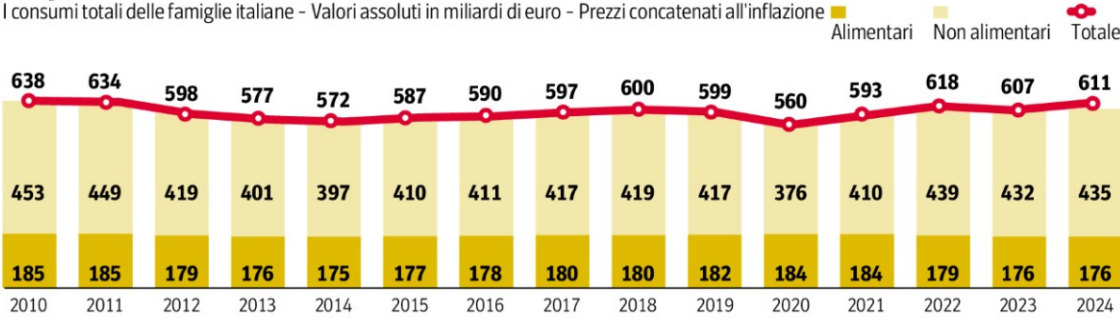
«La Mdd è passata dall'essere un'alternativa di convenienza a essere un punto di riferimento per i consumatori che la scelgono ormai anche per la sua qualità — dice Lusetti —. Infatti a sostenere i consumi sono proprio la Gdo e la Mdd, tra i pochi settori che stanno avendo incrementi. E per la loro ulteriore crescita sono previsti oltre 3,5 miliardi di investimenti in nuove strutture e punti vendita con un incremento dell'8,5% rispetto al 2019, mentre il numero di occupati nel settore è cresciuto del 2,1%, raggiungendo le 454 mila unità».

Sono dati, nota Lusetti, che dimostrano come la distribuzione moderna sia un motore di sviluppo che genera opportunità occupazionali e stimola gli investimenti. «C'è molta attenzione anche ad altri fattori — dice poi il presidente di Conad — come l'ammodernamento dei negozi, la ricerca e sviluppo per i nuovi prodotti, la sostenibilità ambientale e i nuovi trend che caratterizzano i consumi, perché la clientela è sempre più attenta al benessere fisico e alla cura personale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

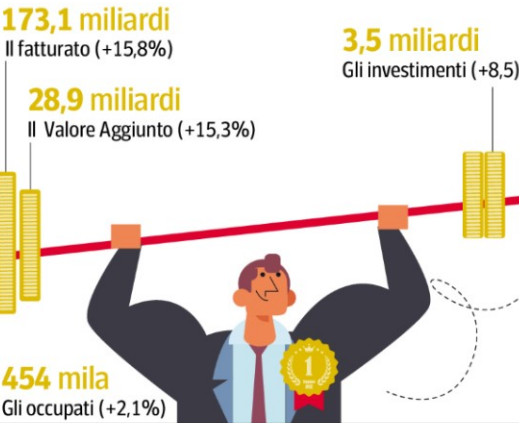


La spesa



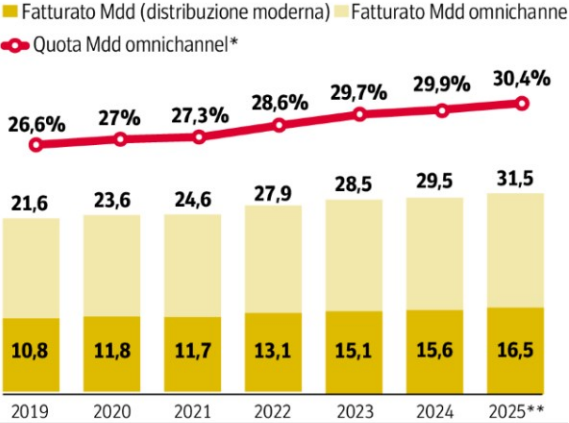
La fotografia

I numeri del settore della distribuzione moderna in Italia nel 2024
Valori in euro - Variazione sul 2019



La crescita

Fatturato della marca del distributore in Italia per la distribuzione moderna (Mdd) e il perimetro esteso - Miliardi di euro



(*) Include i canali di vendita online, distribuzione moderna e discount; (**) Stime a partire da proiezioni sui primi 10 mesi dell'anno scorso (il perimetro su cui è calcolata l'incidenza di Mdd è quello del largo congezionato)
Fonte: Thea su dati Istat Aida Bvd, Circana, Eurostat Pparra



Vendite
Mauro Lusetti,
presidente di
Conad Consorzio
nazionale
dal 2023
e vicepresidente
di Confcommercio



Eventi
Gianpiero Calzolari,
presidente
di BolognaFiere
dal luglio 2017