

# Fiere: Marca distributore cresce, ricavi oltre 10 mld

Al via a Bologna la fiera dedicata al settore, 'trend positivo'

17 gennaio 2018 19:34 ANSACOM



Fiere: Marca distributore cresce, ricavi oltre 10 mld © ANSA

 [Scrivi alla redazione](#)  [Stampa](#)

**BOLOGNA** - Nel carrello della spesa degli italiani aumentano i prodotti a marca del distributore, raggiungendo una quota di mercato del 18,7%. E nel 2017 il settore per la prima volta ha superato nel largo consumo confezionato i dieci miliardi di ricavi, con un trend di crescita costante e sempre più attento alle esigenze dei consumatori.

I numeri sono stati diffusi nel convegno inaugurale di Marca2018, il salone dedicato proprio alla marca del distributore organizzato da BolognaFiere in collaborazione con Adm (Associazione distribuzione moderna) aperto con 656 espositori e 21 insegne. Una fiera sempre più grande, con 35mila metri quadri e due padiglioni in più della scorsa edizione, e internazionale, con 80 delegazioni da 19 Paesi.

Il settore occupa 200mila persone lungo la filiera, con il 18% di lavoratori con meno di 30 anni (+50% rispetto alla percentuale media italiana) e il 62% donne (+48% rispetto alla media nazionale). "Il moltiplicatore economico che abbiamo calcolato è pari a 2,6, vale a dire che per ogni 100 euro di valore aggiunto generato dalla marca del distributore se ne attivano 260 nell'economia", ha spiegato Valero De Molli, managing partner & ceo di The European House - Ambrosetti, nel convegno introduttivo. Il successo, ha proseguito, è collegabile "con la svolta strategica, con il passaggio da una produzione 'me too', tattica, ad una diversificazione della marca industriale, con tipologie di prodotto innovative e a maggiore valore aggiunto".

Anche il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari, ha sottolineato il "salto di qualità" fatto dalla marca del distributore. "Inizialmente veniva considerato un prodotto a prezzo contenuto, oggi il prezzo è importante, ma è molto importante anche l'offerta: ci sono prodotti biologici, sostenibili, dietetici, per le varie esigenze del consumatore". Calzolari ha evidenziato anche la presenza di operatori e catene provenienti dall'estero: "E' un'opportunità per il settore agroindustriale di andare a proporre i propri prodotti in Paesi vicini in Europa e non solo. Il made in Italy è un brand importante, il problema per tutti è arrivare dal consumatore: la grande distribuzione è il veicolo più efficace". L'industria della distribuzione, ha ricordato il presidente di Adm Giorgio Santambrogio, "con il suo indotto vale il 7% di valore aggiunto del Pil e il 9% rispetto all'occupazione, a livello nazionale. In un futuro già realistico immagino che la marca del distributore vada oltre il ruolo di marca per affermarsi come insegna".