

## Comunicato stampa

(La cartella stampa è disponibile al  
link: <https://eventi.ambrosetti.eu/adm2021/documenti-2021/>)

### MARCA DEL DISTRIBUTORE: AUMENTANO GLI ACQUISTI, LE FAMIGLIE RISPARMIANO

***I prodotti a Marca del Distributore attivano una filiera produttiva di 1.500 piccole e medie aziende, per lo più italiane, con 235.000 occupati diretti e indiretti***

Bologna, 24 marzo 2021 – I prodotti a Marca del Distributore (MDD) sono sempre più apprezzati dai consumatori italiani: coniugano la tradizionale convenienza a qualità, innovazione di prodotto, sostenibilità. **Nel 2020 gli acquisti di MDD sono aumentati del 9,3% rispetto all'anno precedente, per un valore di 11 miliardi e 800 milioni di euro.** Una crescita che vale il **78% della crescita dell'industria alimentare** nel mercato domestico e incide per l'**8% sul fatturato totale dell'industria**. Nel 2020 la Marca del Distributore ha consentito un **risparmio di oltre 2 miliardi di euro per le famiglie italiane**, pari a un risparmio di **100 euro per ogni famiglia**. Ma non solo: la Marca del Distributore attiva una **filiera di 1.500 imprese, di cui circa l'85% è rappresentato da piccole e medie imprese e il 92% è italiano**; sostiene una rete di **235.000 occupati diretti e indiretti** lungo l'intera filiera; consente l'entrata di tante PMI italiane nel mass market; contribuisce alla **tutela del made in Italy** e alla difesa della qualità e varietà della tradizione enogastronomica italiana.

Questi alcuni dei dati presentati oggi da **The European House – Ambrosetti**, nell'ambito di **MarcabyBolognaFiere**, durante il convegno "Dall'emergenza al rilancio sostenibile: il contributo della Marca del Distributore", organizzato da **ADM - Associazione Distribuzione Moderna** e da **BolognaFiere**. Al convegno, condotto da **Andrea Bignami** di Sky TG24 Economia, hanno partecipato: **Gianpiero Calzolari**, Presidente BolognaFiere; **Massimo Viviani**, Consigliere Delegato di ADM Associazione Distribuzione Moderna; **Stefano Bonaccini**, Presidente della Regione Emilia-Romagna; **Veronica De Romanis**, Professoressa di Politica Economica Europea, Stanford University di Firenze e LUISS di Roma; **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti; **Alessandra Todde**, Viceministra Ministero per lo Sviluppo Economico; **Marco Pedroni**, Presidente di ADM Associazione Distribuzione Moderna.

*"Lo studio conferma il ruolo della Distribuzione Moderna nel difendere i consumatori e rendere più efficiente il sistema agroalimentare italiano – ha osservato nel corso del suo intervento **Marco Pedroni**, Presidente di ADM Associazione Distribuzione Moderna - La Distribuzione è un settore che crea occupazione, rende disponibile un servizio essenziale a milioni di consumatori e permette di crescere all'intera filiera. La MDD, poi, svolge un ruolo davvero rilevante per lo sviluppo delle piccole e medie imprese dell'agroalimentare italiano. Anche nel periodo pandemico, i prodotti a Marchio del Distributore hanno saputo dare risposte importanti alle esigenze di sicurezza e di convenienza espresse dai consumatori, con risparmi, come si è visto, fino a 100 euro a famiglia".*

L'analisi presentata oggi offre una lettura che integra i dati di mercato con l'analisi dei bilanci di 565 aziende partner della Marca del Distributore e un sondaggio condotto tra le stesse aziende e i Gruppi della Distribuzione Moderna. Il position paper, inoltre, sottolinea il ruolo fondamentale di continuità di servizio e di punto di riferimento per la comunità svolto dalla Distribuzione Moderna nei mesi

dell'emergenza pandemica. Oggi la Distribuzione Moderna si candida a giocare un ruolo di primo piano nella ripartenza economica e verso un nuovo modello di società più orientato alla sostenibilità economica, ambientale e sociale, in linea con tutti i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

*“La Marca del Distributore rafforza la dimensione industriale e competitiva delle aziende MDD partner – ha detto **Valerio De Molli**, Managing Partner e CEO di The European House – Ambrosetti - Le aziende che fanno Marca del Distributore hanno performance economiche, occupazionali e reddituali migliori delle altre aziende del settore alimentare e incrementali al crescere della quota di fatturato generato tramite Marca del Distributore”.*

Il convegno è stata inoltre l'occasione per evidenziare come si sia intensificato il confronto tra gli attori della filiera agroalimentare su temi di grande urgenza, come il **contrasto alle pratiche sleali**, il **no alle aste al doppio ribasso**, la **lotta al caporalato** e il sostegno ai **diritti dei lavoratori agricoli**. La Distribuzione Moderna sta portando avanti concretamente questi impegni e ha promosso la sottoscrizione di documenti d'intesa con le associazioni dell'industria di marca e del mondo agricolo per contribuire al percorso di integrazione della Direttiva UE 2019/633 nell'attuale quadro normativo nazionale.

*“La MDD si è incamminata con decisione anche sulla strada della sostenibilità ambientale dei propri prodotti e dei processi a monte. Così come è impegnata per la legalità su tutta la filiera, sostenendo la Rete del Lavoro Agricolo di Qualità e i protocolli GRASP – ha osservato a questo proposito **Marco Pedroni**, Presidente di ADM Associazione Distribuzione Moderna - E' un momento in cui conta molto trovare la collaborazione tra soggetti diversi, agricoltura, industria, distribuzione; è per questo che ci siamo fortemente impegnati come distributori per realizzare accordi importanti di contrasto alle pratiche sleali con tutte le associazioni dei tre comparti agroalimentari.”*

Infatti, dopo l'impegno sottoscritto nel 2020, e confermato quest'anno, di richiedere a tutti i fornitori agricoli e alle aziende partner della Marca del Distributore l'iscrizione alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità, le aziende della Distribuzione Moderna si sono impegnate ulteriormente offrendo la possibilità di utilizzare una ulteriore certificazione. Da oggi, infatti, si impegnano ad accettare, per i propri fornitori, la certificazione secondo il **modulo GRASP di GLOBALGAP**, che ha tutti i criteri per essere considerata adeguata agli obiettivi di tutela e rispetto delle buone pratiche sociali, in particolare la salute e sicurezza dei lavoratori, e può essere considerata equivalente e alternativa all'iscrizione alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità.

**Stefano Patuanelli, Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali**, ha inviato un messaggio rimarcando l'importanza del “rilancio sostenibile”, tema che per il settore della Distribuzione è centrale anche con l'importante contributo della Marca del Distributore. Secondo il Ministro *“ricostruire significa compiere scelte decisive per il futuro delle nuove generazioni”* e ha sottolineato come *“l'agricoltura sarà certamente protagonista di questo ‘approccio nuovo’ che dovrà garantire l'integrazione delle politiche ambientali, produttive e sociali. L'auspicio è che il nostro comune impegno possa davvero incidere nel diffondere stili di vita sani e rispettosi delle persone e del pianeta, promuovendo un modello di consumo che sappia premiare l'identità qualitativa e territoriale dei prodotti e che garantisca un'equa distribuzione del valore tra tutti i soggetti che intervengono nel processo produttivo”*.

Anche la **Viceministra allo Sviluppo Economico Alessandra Todde** intervenuta al Convegno ha sottolineato che: *“Il settore agroalimentare è strategico per il nostro Paese e lo ha dimostrato ancora di più nel corso degli ultimi anni e in questo anno di pandemia. Questo settore non solo smuove e mobilita fortemente l'occupazione in tutte le parti d'Italia ma è chiaramente il fronte diretto del consumatore. Lo stato di emergenza conseguente alla pandemia ha evidenziato la centralità del settore, anche da un punto di vista strategico. Infatti la filiera del cibo ha saputo dimostrare una*



ASSOCIAZIONE  
DISTRIBUZIONE MODERNA



*straordinaria capacità di resilienza, non solo resistendo alla crisi ma contribuendo in maniera significativa al rilancio e alla ripresa necessari per l'Italia. La transizione verso modelli di produzione e consumo più sostenibili e circolari è uniformemente considerata come una priorità strategica. L'Italia adotterà le migliori pratiche per la sostenibilità ambientale in un'ottica di transizione ecologica indispensabile per il rilancio e lo sviluppo del Paese”.*

Il convegno si inserisce nella cornice più ampia di MARCA DIGITAL SESSION, l'iniziativa che si è aperta il 15 marzo e si concluderà il 25 marzo, a supporto dell'edizione fisica di MarcabyBolognaFiere in programma il 23 e 24 giugno. Forte l'adesione registrata da parte di aziende e buyer, che hanno potuto incontrarsi su una piattaforma digitale propedeutica alla definizione di nuove strategie di business e di incontri che potranno proseguire in presenza a MarcabyBolognaFiere.

Sullo sviluppo della manifestazione MarcabyBolognaFiere è intervenuto **Gianpiero Calzolari**, Presidente BolognaFiere: *“Abbiamo assistito, nei 17 anni di svolgimento di MarcabyBolognaFiere, a una profonda evoluzione della Marca del Distributore con trend di crescita decisamente positivi e performance per quanto riguarda quote di mercato, qualità e innovazione dei prodotti, sempre più apprezzati dai consumatori. In parallelo anche la manifestazione è cresciuta, accreditandosi come momento commerciale di riferimento e occasione di approfondimento e analisi dello sviluppo del comparto. Dedicare una fiera a questo settore, e realizzarla in collaborazione con ADM, ci ha consentito di offrire al mercato nuove opportunità di business, valorizzando alcune fra le principali filiere nazionali le cui eccellenze sono riconosciute in tutto il mondo”.*

L'importanza della Marca del Distributore è stata sottolineata anche da **Stefano Bonaccini**, Presidente della Regione Emilia-Romagna: *“Grazie per questo dettagliato approfondimento su un settore così rilevante per la vita quotidiana delle famiglie, a maggior ragione in un periodo drammatico come quello che viviamo. Abbiamo di fronte una sfida fondamentale: far convivere l'impresa, la sostenibilità e l'innovazione, mantenendo allo stesso tempo un rapporto stretto con le persone. Come Regione Emilia-Romagna abbiamo promosso questi valori nel Patto per il Lavoro e per il Clima e in questo solco siamo pronti a collaborare per costruire insieme una nuova idea di società, sempre più a misura d'uomo e rispettosa dell'ambiente che ci circonda”.*

### **Per informazioni alla stampa:**

#### **UFFICIO STAMPA ADM**

Lead Communication – Tel 02 860616 [contact@leadcom.it](mailto:contact@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 BOLOGNAFIERE**

Isabella Bonvicini, Tel. 051 282920, cell. 3357995370, [isabella.bonvicini@bolognafiere.it](mailto:isabella.bonvicini@bolognafiere.it)  
Gregory Picco, Tel. 051 282862, cell. 334 6012743, [gregory.picco@bolognafiere.it](mailto:gregory.picco@bolognafiere.it)

#### *Disclaimer*

*Lead Communication è un'agenzia di pubbliche relazioni che si occupa di comunicazione d'impresa, media relations ed eventi in vari ambiti. In conformità a quanto disposto dal Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati UE 2016/679 (GDPR), abbiamo aggiornato la nostra Informativa Privacy e in linea con la trasparenza in cui crediamo ti invitiamo a prenderne visione cliccando qui. Nel caso in cui nessuna azione venga da te intrapresa, continueremo a mandarti le nostre comunicazioni e inviti a questo indirizzo mail. Se non desideri più ricevere comunicazioni da parte nostra, ti invitiamo a rispondere alla presente mail scrivendo CANCELLATEMI e i tuoi dati saranno definitivamente rimossi dai nostri database.*