

### L'EVOLUZIONE VERSO UN NUOVO MODELLO DI SOCIETÀ CON AL CENTRO IL BENESSERE DELL'INDIVIDUO

È in corso un'evoluzione verso un modello di Società che pone al centro il **benessere dell'individuo**:

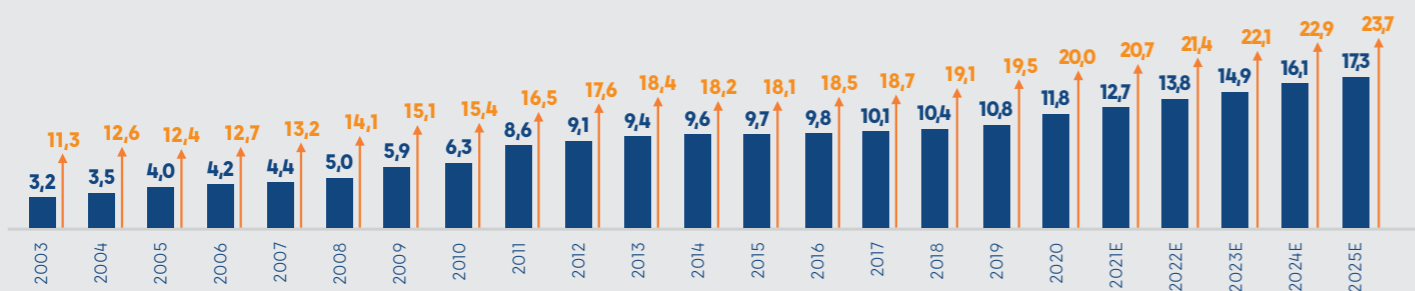
- All'interno del nuovo scenario definito dal piano di rilancio Next Generation EU, il **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza** italiano definisce le linee evolutive verso cui il sistema-Paese deve tendere
- Le azioni di rilancio, condivise a livello europeo, sono connesse a tre assi strategici: **digitalizzazione** e **innovazione**, **transizione ecologica** e **inclusione sociale**
- Queste linee evolutive **ridefiniranno la società italiana ed europea di domani** ponendo al centro, come punto di riferimento del tessuto civile e dell'economia, **le persone e il loro benessere**

La **Marca del Distributore**, nel più ampio contesto della **Distribuzione Moderna**, è una delle leve chiave per l'attuazione di questo nuovo modello di Società

### QUALE CONTRIBUTO DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE ALL'ATTUAZIONE DEL NUOVO MODELLO DI SOCIETÀ CHE SI PONE L'OBIETTIVO DI METTERE AL CENTRO IL BENESSERE DELL'INDIVIDUO A 360°

#### 1 Contributo della MDD al benessere della società **Benessere Economico**

La Marca del Distributore è la determinante principale per la crescita dell'industria alimentare italiana: l'incidenza della Marca del Distributore sul fatturato totale dell'industria alimentare è pari all'**8%**, il **record** storico mai raggiunto e spiega il **78%** della crescita dell'industria alimentare nel mercato domestico negli ultimi 17 anni



Fatturato e quota di mercato della Marca del Distributore in Italia (valori in miliardi di Euro e %), 2003 - 2025E. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati IRI e ADM, 2021.

#### 2 Benessere Sociale

Con **425.000** occupati diretti, la Distribuzione Moderna alimentare è il **5° settore economico su 245** per crescita occupazionale in Italia negli ultimi sei anni. La Marca del Distributore sostiene una rete di **235.000** occupati diretti e indiretti lungo l'intera filiera, in aumento del 7% rispetto all'anno precedente

Settore	Occupati diretti	
1°	Ristoranti	225.883
2°	Produzioni di software e servizi di consulenza	107.539
3°	Servizi alla persona	52.084
4°	Trasporto merci su strada	51.406
5°	<b>Distribuzione Moderna Alimentare</b>	<b>45.442</b>
243°	Gestione delle Risorse Umane	-17.420
244°	Finitura edifici	-50.431
245°	Costruzione edifici	-93.036

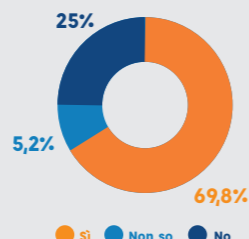
Incremento degli occupati nella Distribuzione Moderna Alimentare e in altri settori economici in Italia (valori assoluti), 2019 vs. 2013  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e MISE, 2021.

Inoltre la Distribuzione Moderna:

- È **3° settore** per contributo all'occupazione nel Mezzogiorno
- Favorisce l'occupazione giovanile (**+12%** vs. media Italia), femminile (**+21%** vs. media Italia) e con contratti a tempo indeterminato (**+10%** vs. media Italia)

#### 3 Benessere Ambientale

**70%** delle aziende MDD partner vede come stimolo i requisiti della Distribuzione a favore di una maggiore diffusione di modelli sostenibili e circolari



Le aziende MDD partner prevedono di mettere in atto **meccanismi di partnership** con le aziende della Distribuzione:

- Progetti di tracciabilità
- Tutela del benessere animale
- Riduzione della plastica e packaging riciclabile
- Definizione di criteri e obiettivi di fornitura coerenti
- Trasporto sostenibile

Risposte alla domanda "Ritiene che i requisiti specifici chiesti dalle aziende della Distribuzione, per le quali realizza prodotti a Marca del Distributore, costituiscono per la Sua Azienda uno stimolo ad adottare modelli orientati alla sostenibilità e circolarità?"

Fonte: rielaborazione The European House - Ambrosetti su risultati della survey tra gli investitori istituzionali nell'ambito dell'Osservatorio sull'Eccellenza dei Sistemi di Governo in Italia, settembre 2019

### CONTRIBUTO DELLA MDD AL BENESSERE DEL CONSUMATORE

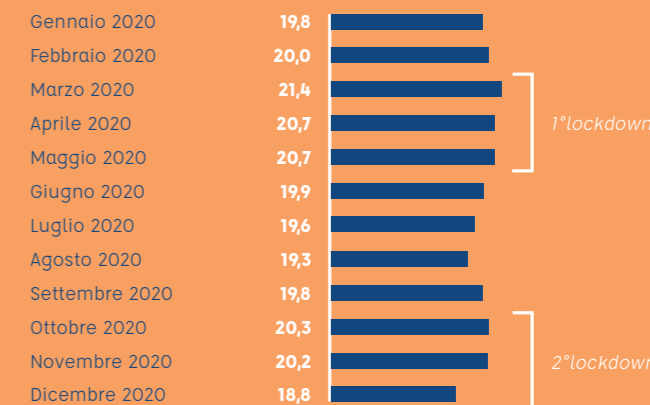
La Distribuzione Moderna Alimentare ha sperimentato per prima l'**applicazione dei protocolli di sicurezza COVID-19** durante i mesi di *lockdown*, fungendo da **apripista per le riaperture** dei mesi successivi anche in altri settori.

Durante la chiusura delle attività produttive, i **punti vendita della Distribuzione Moderna** hanno rappresentato gli unici luoghi di relazione per i cittadini, di cui hanno saputo interpretare il bisogno di socialità e sicurezza.



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su fonti varie, 2021. (\*) È stato calcolato solo sulle 12 settimane di apertura da marzo 2020 fino a fine anno

### Nei mesi più critici della pandemia la Marca del Distributore si è rafforzata significativamente

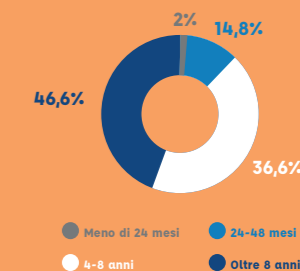


Quota di mercato della Marca del Distributore in Italia (valori percentuali), gennaio-dicembre 2020. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati IRI, 2021.

Nel 2020 le famiglie italiane hanno beneficiato di un **risparmio** complessivo pari a **2,1 miliardi di Euro** attraverso l'acquisto di prodotti a Marca del Distributore, pari a **~100 Euro a famiglia**.

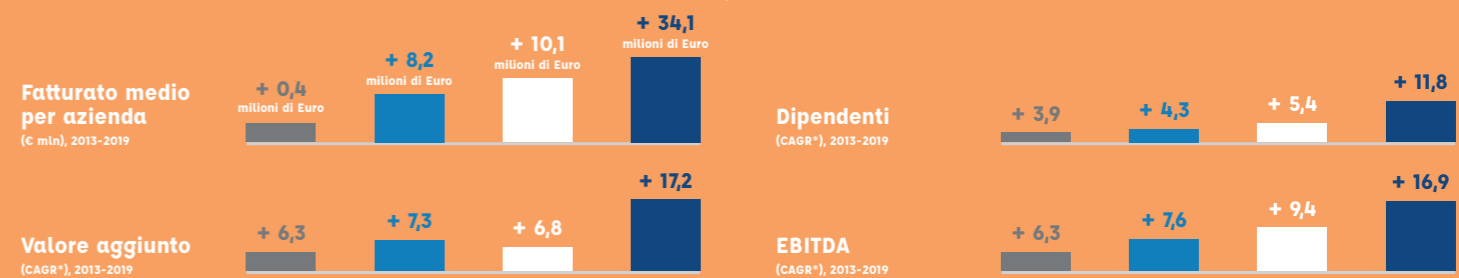
### CONTRIBUTO DELLA MDD ALLA FILIERA DI RIFERIMENTO

La Marca del Distributore attiva una filiera di **1.500 imprese MDD partner**, di cui circa l'**85%** è rappresentato da PMI e il **92%** è italiano. La filiera di fornitura industriale della Marca del Distributore segue **logiche di collaborazione strategica di lungo periodo**



Durata delle relazioni di fornitura con le aziende MDD partner nel settore della Distribuzione Moderna Alimentare (valori %), 2018. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati IRI e IBC, 2021.

Tra il 2013 e il 2019 Le aziende MDD partner che più collaborano con i Gruppi della Distribuzione Moderna hanno avuto **performance economiche, occupazionali e di redditività migliori** rispetto alla controparte e al settore alimentare



Crescita fatturato medio per azienda, dipendenti, Valore Aggiunto ed EBITDA nelle aziende alimentari e nelle aziende MDD partner per classi di intensità di MDD (valori in milioni di Euro e tasso medio annuo di crescita composto), 2013-2019

Le aziende MDD partner che più collaborano con i Gruppi della Distribuzione Moderna hanno mostrato una **maggior resilienza** alla crisi COVID-19



Stima della variazione del fatturato del settore dell'industria alimentare e delle aziende MDD partner per classi di intensità di MDD (variazione % 2020 vs. 2019)

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati AIDA Bureau Van Dijk e Toolkit per la resilienza di The European House - Ambrosetti, 2021. (\*) Tasso di crescita medio annuo composto (\*\*) Dall'industria alimentare sono state escluse le 565 aziende MDD partner



La MDD impatta su tutti i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e 71 dei 169 target e, grazie al suo ruolo di fattore abilitante per l'attuazione di un nuovo modello di Società con al centro il benessere dell'individuo