

Usiamo i cookie per fornire un'esperienza più sicura e per rivolgere alcune inserzioni al pubblico giusto. Cliccando o navigando sul sito, acconsenti alla raccolta da parte nostra di informazioni tramite i cookie. Puoi anche [disattivare la personalizzazione degli annunci](#) o consultare la nostra [informativa privacy](#).



Non riceve alcun finanziamento pubblico  
**Direttore responsabile:**  
CLARA MOSCHINI






[Home](#)
[Notizie](#)
[Video](#)
[Abbonamenti](#)
[Contattaci](#)


[Home](#) ► [Distribuzione](#)

## Marca del distributore: aumentano gli acquisti e i risparmi delle famiglie

### I prodotti Mdd attivano una filiera produttiva di 1.500 Pmi, con 235.000 occupati diretti e indiretti








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. 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 e sostiene una rete di 235.000 occupati diretti e indiretti lungo l'intera filiera.

Questi alcuni dei dati presentati oggi da The European House – Ambrosetti, nell'ambito dell'edizione digitale 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; **Stefano Bonaccini**, presidente della regione Emilia-Romagna; **Veronica De Romanis**, docente 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**, viceministro presso il ministero per lo Sviluppo economico; **Marco Pedroni**, presidente di Adm.

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.

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 Pedroni. "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”.

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.

Il convegno si inserisce nella cornice più ampia di Marca Digital Session (vedi [articolo EFA News del 20-1-21](#)), 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 (vedi [articolo EFA News del 5-2-21](#)). 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.

hef - 17881

Bologna, BO, Italia, 24/03/2021 12:06

EFA News - European Food Agency

## Collegate



### FIERE Nuove date per MarcabyBolognaFiere

**La manifestazione del settore Mdd slitta al 23 e 24 giugno 2021**

La curva pandemica, il progredire delle campagne di vaccinazione su scala internazionale, i provvedimenti governativi che impediscono (di fatto) lo svolgimento di manifestazioni fieristiche nel primo... [continua](#)

### FIERE BolognaFiere e Adm presentano "Marca Digital Session"

**Una nuova piattaforma a servizio del business**

In attesa di ripartire con la manifestazione fisica, BolognaFiere in collaborazione con Adm (Associazione Distribuzione Moderna), lancia un nuovo progetto digitale Marca Digital Session, per supportare... [continua](#)



## Simili



### DISTRIBUZIONE Eataly perde il 30% del fatturato nell'anno della pandemia

**E in Italia chiude (temporaneamente?) la sede di Bari**

Eataly chiude il 2020 con un fatturato in calo di circa il 30 per cento. Il dato emerge dalla Lettera agli azionisti di Tamburi Investment Partners (Tip), la holding di investimenti socia con circa il... [continua](#)

### DISTRIBUZIONE Deliveristo triplica i volumi e chiude round di investimento a 4,5 milioni

**Intervista esclusiva a Ivan Aimo, fondatore e ceo**

Deliveristo ha sviluppato una piattaforma digitale per il food delivery B2B. Il round di investimento è finalizzato a sostenere il piano di sviluppo della società e l'espansione a livello geografico. [continua](#)



### DISTRIBUZIONE Distribuzione, boom della marca privata alimentare

**Quota di mercato al 20% (+ 9,3%) secondo studio The European House-Ambrosetti per ADM**

Presentata la ricerca "Dall'emergenza al rilancio sostenibile: il contributo della Marca del Distributore", in vista del convegno ADM nella cornice digitale di MarcabyBolognaFiere. [continua](#)








Distribuzione

# SCOPRI I VANTAGGI DI ABBONARSI A



## Ultimi video



### Arriva Segafredo Storia, il caffè 100% tracciabile

Intervista esclusiva con Alberto Lusini, direttore marketing Massimo Zanetti Beverage Group.



### Filippo Gallinella: ecco l'agenda politica per il settore agroalimentare

L'agricoltura e tutto il settore agroalimentare italiano sono a un punto di svolta dato dalla prossima approvazione della strategia Farm to Fork, parte del complesso piano del Green Deal Europeo. Con l...

[Visualizza video precedenti](#)

## Agenzia di Stampa

**Agenzia:** EFA News - European Food Agency **Direttore responsabile:** CLARA MOSCHINI **Direttore editoriale:** LUCA MACARIO **Casa editrice:** WFPA S.r.l. **Partita IVA:** 14324171009 © 2021: EFA News - European Food Agency  
 Agenzia di stampa registrata presso il Registro della Stampa del Tribunale di Roma con il numero 131/2018 e presso il Registro degli Operatori di Comunicazione con il numero 32403

[Reseal](#) [Abbonamenti](#) [Contattaci](#) [Privacy](#) [Condizioni d'uso](#)

## Lingua



## Seguici Su



Esegui l'upgrade a un browser supportato per generare un test reCAPTCHA.

Perché sta capitando a me?