

Ecco la Distribuzione Moderna «Aziende argine all'inflazione»

Vetrina domani e giovedì alla fiera Marca di Bologna: novecento espositori in sei padiglioni



Gianpiero Calzolari, presidente di Bologna Fiere

IL PROGRAMMA

Al convegno inaugurale il ministro Lollobrigida e il viceministro Valentini. Il settore impiega 440mila occupati diretti

di **Vittorio Bellagamba**
BOLOGNA

La Distribuzione Moderna ha investito notevoli risorse per tutelare il potere d'acquisto degli italiani, trasferendo solo in parte i rincari della filiera sui consumatori. Tutto ciò in un quadro congiunturale a tinte fosche, caratterizzato da molte criticità: dall'inflazione più alta degli ultimi trent'anni alla guerra in Ucraina, dal caro energia alle problematiche in alcune catene di approvvigionamento. Le aziende distributive hanno assorbito una parte molto significativa di aumento dei prezzi per un valore di 3,9 miliardi, consentendo un risparmio medio per famiglia fino a 77 euro al mese. Il dato emerge dal position paper «L'Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico della Distribuzione Moderna», realizzato da The European House-Ambrosetti per Adm (Associazione Distribuzione Moderna), di cui è stata presentata un'anticipazione ieri a Milano nell'ambito della conferenza stampa dedicata al convegno che aprirà la fiera Marca by BolognaFiere 2023, in programma a Bologna domani e giovedì. L'indagine sarà presentata nel corso del convegno inaugurale: hanno già confermato la presenza il ministro

dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida, e il viceministro delle imprese e del made in Italy, Valentino Valentini.

Dalla ricerca emerge che nel complesso la Distribuzione Moderna contribuisce al valore aggiunto italiano per oltre 52 miliardi; il dato include anche quello generato direttamente (25,6 miliardi). Significativo anche il sostegno del settore all'occupazione. Con un aumento di oltre 58mila occupati dal 2013 al 2021, la Distribuzione Moderna ha circa 440mila occupati diretti (più 3,1% sul 2019) e sostiene una rete di 3,3 milioni di addetti, considerando anche le filiere attivate. «Negli ultimi anni, tra pandemia e caro vita, la Distribuzione Moderna ha dimostrato di essere asset strategico del Paese, sia per il valore aggiunto che riesce a generare sia per il contributo occupazionale, in particolare di giovani e donne – ha detto Marco Pedroni, presidente Adm –. E nel 2022 ha contribuito significativamente al contenimento della spinta inflattiva sui prodotti alimentari, assorbendo parte dei rincari e tutelando il potere d'acquisto delle famiglie». Alla fine del 2022, il fatturato della Marca del Distributore è pari a 12,8 miliardi di euro (più 9,4% rispetto al 2021) con una quota di mercato del 20,8%, quasi raddoppiata rispetto al 2003.

«**La Mdd** ha progressivamente conquistato la fiducia dei consumatori, che la percepiscono come una risposta affidabile e soddisfacente alla ricerca di un buon rapporto tra qualità e prezzo – ha commentato Valerio De Molli, managing partner & ceo di The European House-Ambrosetti –. Il progressivo apprezzamento ha favorito anche la crescita economica di molte medie e anche piccole aziende fornitrici». Gianpiero Calzolari, presidente di Bologna Fiere, ha detto: «I numeri della fiera sono particolarmente significativi con novecento espositori, ventidue insegne della Distribuzione Moderna rappresentate, sei padiglioni utilizzati, uno in più rispetto alla passata edizione». «La fiera Marca – ha aggiunto Brunella Saccone, presidente e direttore agroalimentare e vini di Ice Agenzia – ha avuto il merito di agevolare in Italia la transizione della marca del distributore, considerata in passato dai consumatori come un'offerta di prodotti di primo prezzo, a un'offerta di referenze di qualità, come ora è percepita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 41 %