

Una filiera da 26 mld secondo un'analisi Teha per Marca by BolognaFiere, al via domani

Marca privata motore di crescita

Fra i trend, salute e benessere. Il non food vale il 15%

DI ELENA GALLI

Un «cluster molto dinamico», con investimenti in aumento di quasi il 7% dal 2019, a quota 3,4 miliardi di euro, e una crescita superiore, per valore aggiunto, a quella dell'industria agroalimentare (+3,2% vs +2,9%). La distribuzione moderna si conferma un settore «generatore di crescita e sviluppo estremamente importante», ma «non ha un ministro», al contrario del turismo, che pure «vale esattamente la metà», ha spiegato a Milano **Valerio De Molli**, managing partner e ceo di The European House - Ambrosetti (TeHa), anticipando alcuni dati dell'analisi «Il ruolo guida della Distribuzione moderna e della Marca del distributore per la transizione sostenibile della filiera agroalimentare», a cura di TeHa, che sarà presentata nel corso del convegno di apertura della 21esima edizione di Marca by BolognaFiere, in programma il 15 e 16 gennaio nella città felsinea.

La filiera della marca del distributore (Mdd), nell'anno che si è appena concluso, prosegue la sua crescita, con un fatturato totale, interamente generato sul territorio italiano, di 26 miliardi di euro (14,2 mld solo per la Mdd), in aumento del 2,4% rispetto al 2023 e di ben il 35,4% sul 2019. «Se mettessimo assieme tutto il fatturato, la Mdd sarebbe la quarta impresa in Italia», dopo Eni, Enel e Stellantis Europe, ha osservato **Mauro Lusetti**, presidente Adm. L'Associazione distribuzione moderna a fine 2024 ha «rinnovato fino al 2031 il contratto che ci vede legati ancora per alcuni anni alla fiera bolognese», che dall'edizione 2026 si chiamerà Marca by Bo-

logna fiere ed Adm.

In Italia la Mdd ha una quota di mercato di circa il 32%, «al massimo storico», ha sottolineato De Molli, anche se «in Europa ci posizioniamo a metà classifica» (la media europea è del 35,8%). Questo significa che, se la quota di mercato della Mdd italiana si allineasse ai top 3 paesi europei (Svizzera, Spagna, Paesi Bassi), il suo fatturato nel 2030 supererebbe i 50 miliardi di euro.

Inoltre, sempre secondo il rapporto di TeHa, gli Mdd partner, ovvero gli operatori della filiera che collaborano con la distribuzione moderna, dal 2025 hanno registrato una crescita superiore all'industria alimentare in termini di fatturato (+7,8% contro +3,9%), occupati (+4,5% vs +0,4%, per un totale di oltre 2,9 milioni di posti di lavoro nelle filiere attivate a monte) e valore aggiunto (+8,4% vs +2,7%). Anche la propensione all'investimento è maggiore negli Mdd partner rispetto all'industria alimentare e cresce all'aumentare del livello di relazione. Insomma, in un contesto di produttività stagnante, le imprese Mdd partner sono un motore di sviluppo per il paese.

Sostenibilità economica, ma anche sociale. Tra 2020 e 2024 la Mdd ha reso possibile un «risparmio consolidato di circa 20 miliardi di euro, pari a 150 euro annui per famiglia, democratizzando l'accesso a prodotti sani, sostenibili e di qualità», ha aggiunto De Molli, ricordando che, tra le categorie emergenti, sono da segnalare quelle di Salute e Benessere e che la Mdd non food (cura della casa,

della persona e bricolage) si atesta attualmente al 15%, «con ampi spazi di crescita», dunque.

I nuovi trend del settore saranno protagonisti a Marca by BolognaFiere. L'edizione 2025 del salone italiano della Mdd vedrà 1.300 espositori (+23% rispetto al 2024), di cui «400 del segmento bio, 250 vegan, 110 del fresco», ha precisato **Domenico Lunghi**, responsabile manifestazioni dirette Bologna fiere. Le insegne presenti saranno 24, su 35 mila mq netti di area espositiva, raddoppiata dal 2019 e con due padiglioni in più rispetto allo scorso anno, uno dei quali dedicato al packaging. Le novità di prodotto saranno 450 (di cui 200 relative a diete e benessere alimentare), esposte in un'area dedicata.

Focus anche sull'internazionalizzazione: in fiera saranno presenti tra le altre 50 aziende cinesi non food, mentre la giornata di oggi, martedì 14 gennaio, sarà dedicata agli incontri B2B tra gli espositori e 350 buyer internazionali. E se, grazie alla collaborazione con Banco Alimentare, sono state recuperate finora 14 mila tonnellate di cibo, pari al fabbisogno annuo di 18 mila persone, anche Marca by BolognaFiere farà la sua parte, donando alla Caritas diocesana di Bologna i prodotti alimentari esposti in fiera.

«Siamo giudicati un gigante dal punto di vista economico, ma un nano da quello politico», ha concluso Mauro Lusetti con una riflessione personale. «Ma le potenzialità di questo settore sono enormi se le nostre organizzazioni trovano un obiettivo e una capacità di agire comuni».

© Riproduzione riservata





In Italia la Mdd ha una quota di mercato di circa il 32%