

Consumi

Un prodotto su tre è a marca del distributore Lusetti: «Valorizziamo le filiere made in Italy»

Aumentano tra gli scaffali i prodotti a marchio del distributore (Mdd) che rappresentano quasi il 32% degli acquisti nella distribuzione moderna. Il segmento ha registrato un incremento di 3,5 punti percentuali negli ultimi cinque anni, un fatturato di 26 miliardi di euro nel 2024 (+2,4% rispetto al 2023 e +35,4% sul 2019). Secondo il rapporto di Teha realizzato per l'Associazione Distribuzione Moderna (Adm) in occasione dell'apertura di Marca di BolognaFiere 2025, l'Italia si avvicina alla media europea, che è del 35,8%. Il nostro Paese si posiziona all'undicesimo posto in Europa per la quota di mercato dei prodotti Mdd, con la Svizzera, la Spagna e i Paesi Bassi in testa. Secondo la ricerca, i prodotti a marchio del distributore sostengono anche la crescita economica, sociale e ambientale. «Da un lato i prodotti a marchio aiutano le famiglie a contenere i costi senza rinunciare alla qualità — ha dichiarato Mauro Lusetti, presidente Adm — e dall'altro sostengono e valorizzano le nostre filiere».

Emily Capozucca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mauro Lusetti, presidente Adm

