

FTSE MIB **+0,02%** FTSE IT All Share **-0,01%** CAC 40 **+0,75%** DAX 40 **-0,38%** FTSE 100 **-0,25%** Dow Jones **0%** NASDAQ **-1,41%** Spread BTP-Bund **161,00**

CORRIERE DELLA SERA

L'Economia

ABBONATI

LOGIN

RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

FINANZA BORSA E FONDI RISPARMIO TASSE CONSUMI CASA LAVORO PENSIONI IMPRESE MODA OPINIONI EVENTI PROFESSIONISTI EURACTIV

■ Cashback ■ Manovra 2021 ■ Casa, mutui e affitti ■ Ecobonus

12:31 Borsa: Banco Bpm scivola a -4,8% ed entra in volatilità'

12:00 *** Ocse: superindice, Europa perde slancio causa minore fiducia e piu'

11:38 Moody's: conferma outlook stabile su sistema bancario italiano

10:53 Cnooc: al via lpo da 4,4 mld \$ a Shanghai, per finanziare progetti gas e

ULTIMA ORA

Le ultime notizie sulla guerra in Ucraina, in diretta



GRANDE DISTRIBUZIONE

Con la marca del super 2,1 miliardi di risparmio

di Irene Consigliere | 11 apr 2022



Consumatori sempre più attenti al carrello della spesa: dai prezzi degli alimentari a quelli dei prodotti cosmetici e per la pulizia soprattutto in questi ultimi anni che sono stati segnati dalla pandemia e ora dalla guerra in Ucraina che sta facendo alzare i prezzi delle materie prime come grano e olio di girasole in primis, dell'energia e della logistica, una tendenza che aveva già cominciato a manifestarsi nel 2021. E a beneficiare in qualche modo di questo nuovo trend sono i prodotti della marca del distributore. Proprio nel 2021 l'acquisto di questi articoli ha consentito agli italiani di risparmiare ben 2,1 miliardi di euro, vale a dire circa 100 euro per famiglia. Ovviamente il primo fattore che attira di questi prodotti è la convenienza ma comunque anche la qualità gioca il suo ruolo importante altrimenti il consumatore non sceglierebbe di cambiare i suoi acquisti.

BONUS CASA

Superbonus, come cambia con la proroga: requisiti e scadenze, cosa c'è da sapere

COMPRARE CASA

Mutuo, a Milano aumento record della rata, cosa succede a Roma, Napoli, Torino

L'ECONOMIA OGGI GRATIS IN EDICOLA

Dividendi, le regine di Borsa. Queste azioni battono l'inflazione: da Intesa a Eni

25

Fare carriera in Italia: le aziende al top in Italia secondo LinkedIn

CORRIERE TV



Il clima cambia, e le città? Le soluzioni urbanistiche per renderle sostenibili (e più vivibili)

La Mdd ha fatto registrare un fatturato di 11,7 miliardi

Ma quanto contribuisce al sistema economico del paese: la Mdd rappresenta il 7,7% del fatturato dell'industria alimentare e sostiene più di 1500 aziende che forniscono i prodotti per i marchi della distribuzione moderna, 84,6% delle quali piccole e medie. Nel 2021 la MDD ha fatto registrare un fatturato di 11,7 miliardi di euro, con una quota di mercato del 19,8%, crescente rispetto al periodo pre-Covid, e in linea con i valori record registrati durante la pandemia. Nel primo trimestre del 2022 la MDD è tornata a crescere dopo alcuni mesi di difficoltà (marzo- maggio) e una chiusura comunque in positivo rispetto al 2019 (+9%) e per il 2022 IPLC stima un fatturato di 250 miliardi a livello europeo (dal XVIII rapporto Marca by BolognaFiere di [Iri-Information Resources](#) e IPLC). Proprio a nel quartiere fieristico di Bologna il 12 e il 13 aprile si terrà la fiera Marca ByBolognaFiere, di nuovo in presenza dopo l'ultima del 2020. "È un'edizione importante che segna il ritorno in presenza della Fiera e conferma la voglia di ripartire e ritrovarsi: abbiamo dovuto rimandare di qualche settimana l'edizione 2022, che non si è tenuta nelle consuete date di gennaio. Marca by BolognaFiere si conferma una sede autorevole dove le aziende trovano importanti risposte ai trend di inflazione generati prima dal Covid e poi dal conflitto in Ucraina. Qui a Bologna si confrontano, crescono e ampliano le proprie relazioni le aziende dell'articolata filiera dei partner della marca del distributore, che va da chi fornisce le materie prime e le trasforma in prodotti, fino a chi li distribuisce nei propri punti vendita, senza dimenticare i servizi logistici e il packaging. Una filiera che anche grazie al nostro lavoro ha saputo attraversare gli anni difficili della pandemia. Il ruolo della MDD, che in Marca by BolognaFiere, ha uno dei suoi principali punti di riferimento è ancora più strategico, come dimostrano le analisi di mercato. Oggi i prodotti a marca del distributore sono scelti dai consumatori non solo per convenienza ma, anche, per qualità, sostenibilità, attenzione al risparmio energetico e sono sempre più presenti nell'offerta della 'distribuzione moderna organizzata'" spiega Antonio Bruzzone, direttore generale di BolognaFiere .

La Marca del Distributore è cresciuta tre volte di più dell'industria alimentare

Negli ultimi anni la Marca del Distributore è cresciuta tre volte di più dell'industria alimentare, pari alla somma dell'export agroalimentare italiano verso Stati Uniti e Regno Unito nel 2020, grazie all'apprezzamento in costante aumento del consumatore finale. L'incidenza della MDD sul fatturato totale dell'industria alimentare nel 2021, passata dal 7,4% del 2019 all'attuale 7,7%, è anche una spiegazione dell'incremento del 60% dell'industria alimentare nel mercato domestico negli ultimi 18 anni, al netto dell'export. Dall'analisi dei bilanci di un campione rappresentativo di 610 aziende partner MDD The European House-Ambrosetti ha rilevato che la Marca del distributore ha favorito il rafforzamento della loro dimensione industriale e competitiva negli ultimi sette anni. Notevole anche il contributo in termini occupazionali: sono 240.000 i lavoratori



Stop alle telefonate indesiderate dei call center anche sul cellulare: come funziona

di Fausta Chiesa



Twitter, Elon Musk ci ripensa: non entrerà nel consiglio di amministrazione

di Diana Cavalcoli



Condizionatori, come fare senza? I 5 modi per tenere fresca la casa (e risparmiare)

di Redazione Economia

■ La domanda di Draghi tradotta in casa: come riscaldarsi (o rinfrescarsi) con un occhio ai consumi

della filiera (industria alimentare, intermediazione e distribuzione). “La Marca del Distributore sostiene una filiera lunga – aggiunge Valerio De Molli, managing partner & ceo di The European House – Ambrosetti – che coinvolge più di 50 sotto-comparti economici e 1.500 aziende MDD partner, con le quali instaura relazioni di collaborazione strategica di lungo periodo sostenendone la crescita, la competitività e l’innovazione. La Marca del Distributore svolge un importante ruolo sociale, grazie al sostegno al potere d’acquisto delle famiglie italiane, un impatto particolarmente rilevante in un contesto di crescente pressione inflattiva e di elevata incertezza economica come quello che stiamo vivendo”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LEGGI I CONTRIBUTI 

SCRIVI

ULTIME NOTIZIE DA L'ECONOMIA >

FINANZA

La campagna d'Italia dell'Agricole. Cinquecento milioni di euro per muovere verso Banco Bpm

di Stefano Righi

GRANDE DISTRIBUZIONE

Con la marca del super 2,1 miliardi di risparmio

di Irene Consigliere

GDO

Sugli scaffali il 20% della marca è private label

di Irene Consigliere

LE NORME ANTI-FRODI

Superbonus, come cambia la responsabilità di tecnici e professionisti con le nuove regole

di Nicola Frivoli

IMPRESE E PATRIMONI

Susan Holland (Amplifon), chi è la nuova miliardaria italiana: «I miei figli? Non faranno per forza gli ad»

di Daniela Polizzi

**Da lady Amplifon alla vedova Doris: le nuove miliardarie di Italia secondo Forbes**

di Alessia Conzonato

■ Elon Musk scavalca Jeff Bezos, è il più ricco del mondo con un patrimonio di 219 miliardi

**Energia dal vento: in lista d'attesa quasi il 100% degli impianti**

di Daniele Manca

**Allianz, arriva in Italia Lithium: la polizza esclusiva per le auto elettriche**

di Redazione Economia

