



ASSOCIAZIONE  
DISTRIBUZIONE MODERNA

**ma<sup>®</sup>ca**  
by **BolognaFiere**  
PRIVATE LABEL CONFERENCE AND EXHIBITION



The European House  
**Ambrosetti**



THINK TANK | MANAGEMENT CONSULTING | LEADERS' EDUCATION | SUMMIT

Presentazione realizzata per la conferenza stampa di martedì 15 marzo 2022

# Marca del Distributore e consumatore nella società che cambia

**Valerio De Molli**, *Managing Partner & CEO*, The European House - Ambrosetti



# The European House - Ambrosetti dal 2017 lavora con ADM per definire gli scenari futuri della Distribuzione Moderna e della Marca del Distributore

Position Paper 2018

Position Paper 2019

Position Paper 2020

Position Paper 2021

Position Paper 2022

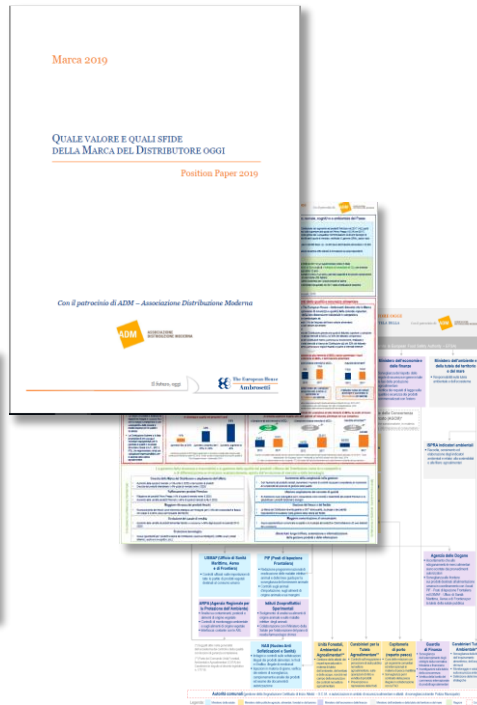
Marca del Distributore e consumatore nella società che cambia

**La Marca del Distributore: il valore e il ruolo per il sistema-Paese**

**Quale valore e quali sfide della Marca del Distributore oggi**

**Il contributo della Marca del Distributore alla sfida dello Sviluppo Sostenibile e del Paese**

**Dall'emergenza al rilancio sostenibile: il contributo della Marca del Distributore**



# Negli ultimi anni la Distribuzione Moderna ha mostrato grande vitalità ed è stata un *asset* strategico per la competitività del Paese



**€143 miliardi**  
fatturato  
(+5,8% vs 2015)



**€24,1 miliardi**  
Valore Aggiunto  
(+11,9% vs 2015)



**179.541**  
imprese  
(-1,4% vs 2015)



**€3,3 miliardi**  
investimenti  
(+43,6% vs 2015)

N.B. I valori in *slide* fanno riferimento al **2019**

# La Distribuzione Moderna ha avuto un buon livello di resilienza rispetto al resto del sistema-Paese durante la crisi COVID-19



**€146 miliardi**  
fatturato

(+2,2% vs 2019, rispetto a -9,4%  
del sistema-Paese)



**€23,7 miliardi**  
Valore Aggiunto

(-1,7% vs 2019, rispetto a -8,9%  
del sistema-Paese)



**174.155**  
imprese

(-3,0% vs 2019)



**€3,0 miliardi**  
investimenti

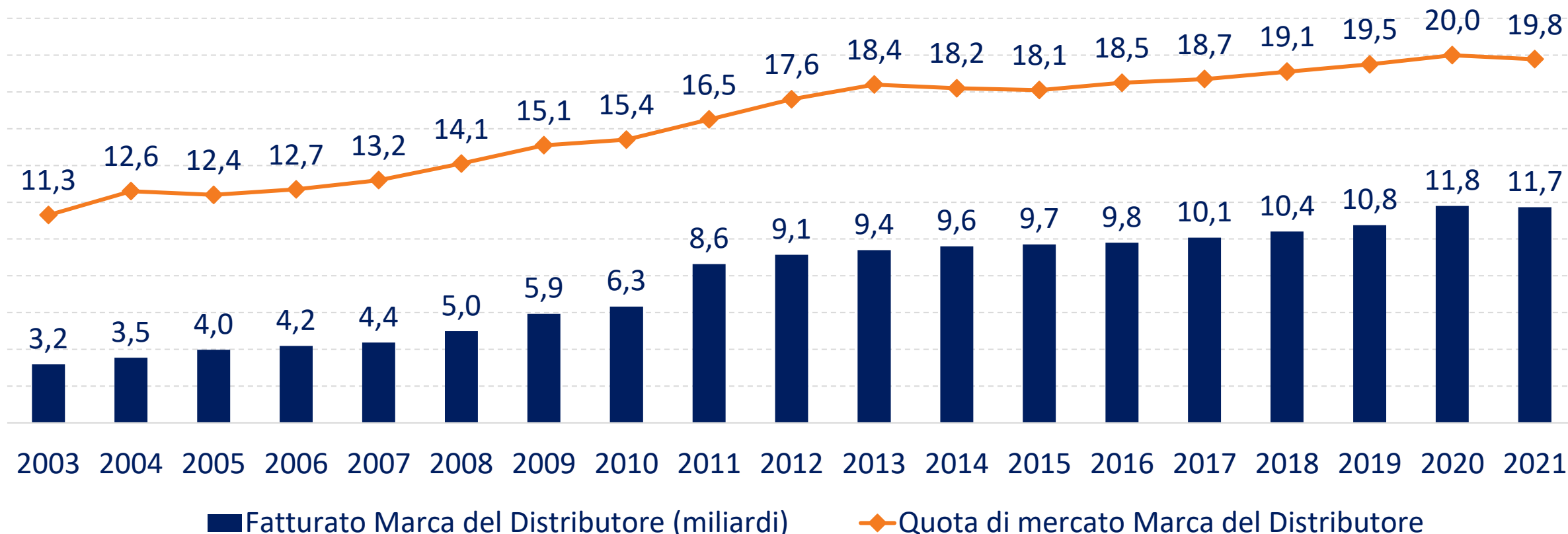
(-9,0% vs 2019, in linea con il -9,1%  
del sistema-Paese)

**N.B. I valori in *slide* fanno riferimento al 2020**

# Nel 2021 il fatturato e la quota di mercato della Marca del Distributore hanno consolidato un percorso di crescita significativo in atto da quasi 20 anni

## Fatturato e quota di mercato della Marca del Distributore in Italia

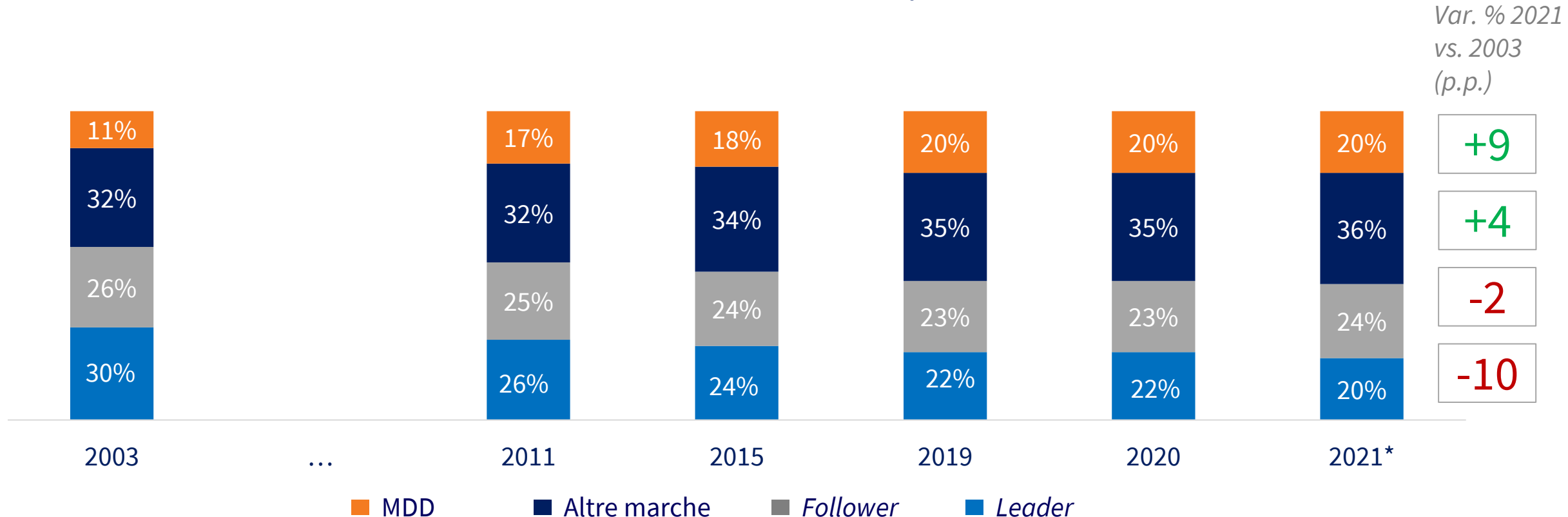
(valori in miliardi di Euro e percentuali), 2003 – 2021



N.B. MDD = Marca del Distributore. Il «salto» di fatturato della MDD dal 2010 al 2011 è dovuto ad un cambiamento del perimetro di riferimento. Fino al 2010, il fatturato della MDD veniva calcolato considerando solo Supermercati (strutture con un'area di vendita al dettaglio dai 400 m<sup>2</sup> ai 2.500 m<sup>2</sup>) ed Ipermercati (strutture con un'area di vendita al dettaglio superiore ai 2.500 m<sup>2</sup>), dal 2011 in poi viene invece incluso nella rilevazione anche il libero servizio (strutture con un'area di vendita al dettaglio dai 100 m<sup>2</sup> ai 400 m<sup>2</sup>).

# Rispetto alle altre Marche, la MDD è quella che ha guadagnato maggiori quote di mercato negli ultimi 18 anni

**Quote di mercato delle vendite a valore delle diverse marche nei canali vendita *grocery*, *Iper, Super e Libero Servizio* in Italia (valori percentuali), 2003-2021\***



(\* ) Si fa riferimento alle quote del primo semestre 2021



ASSOCIAZIONE  
DISTRIBUZIONE MODERNA



The European House  
Ambrosetti

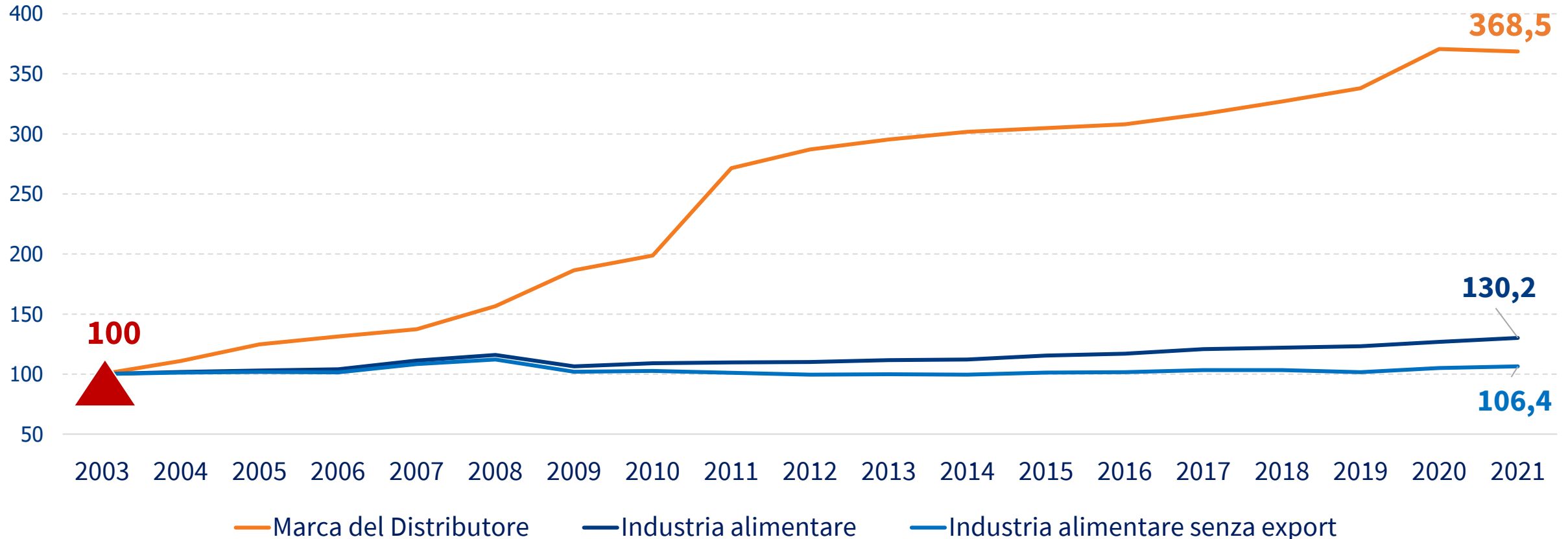


Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Rapporto Coop, 2022



# Negli ultimi anni, la Marca del Distributore è cresciuta tre volte di più dell'industria alimentare, grazie a un crescente apprezzamento del consumatore finale

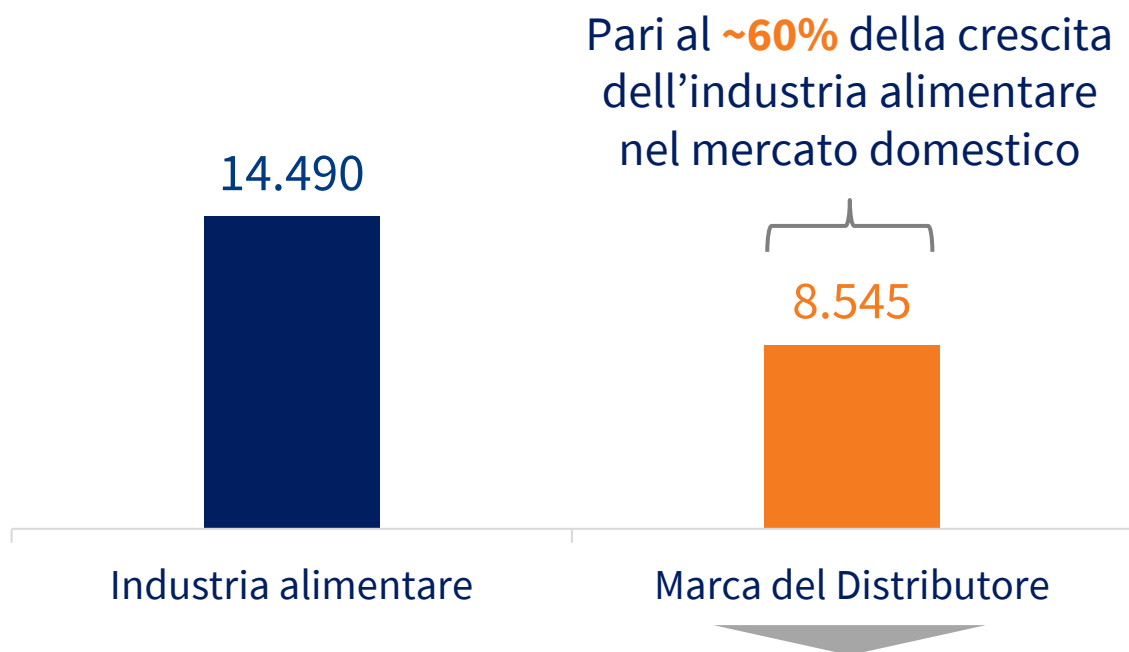
## Fatturato dell'industria alimentare con e senza export e della Marca del Distributore in Italia (2003=100), 2003-2021



N.B. Il «salto» di fatturato della Marca del Distributore dal 2010 al 2011 è dovuto ad un cambiamento del perimetro di riferimento. Fino al 2010, il fatturato della Marca del Distributore veniva calcolato considerando solo supermercati (strutture con un'area di vendita al dettaglio dai 400 m<sup>2</sup> ai 2.500 m<sup>2</sup>) ed ipermercati (strutture con un'area di vendita al dettaglio superiore ai 2.500 m<sup>2</sup>), dal 2011 in poi viene invece incluso nella rilevazione anche il libero servizio (strutture con un'area di vendita al dettaglio dai 100 m<sup>2</sup> ai 400 m<sup>2</sup>).

# La crescita della MDD pesa il 60% della crescita dell'industria alimentare nel mercato domestico e incide per quasi l'8% sul fatturato totale dell'industria

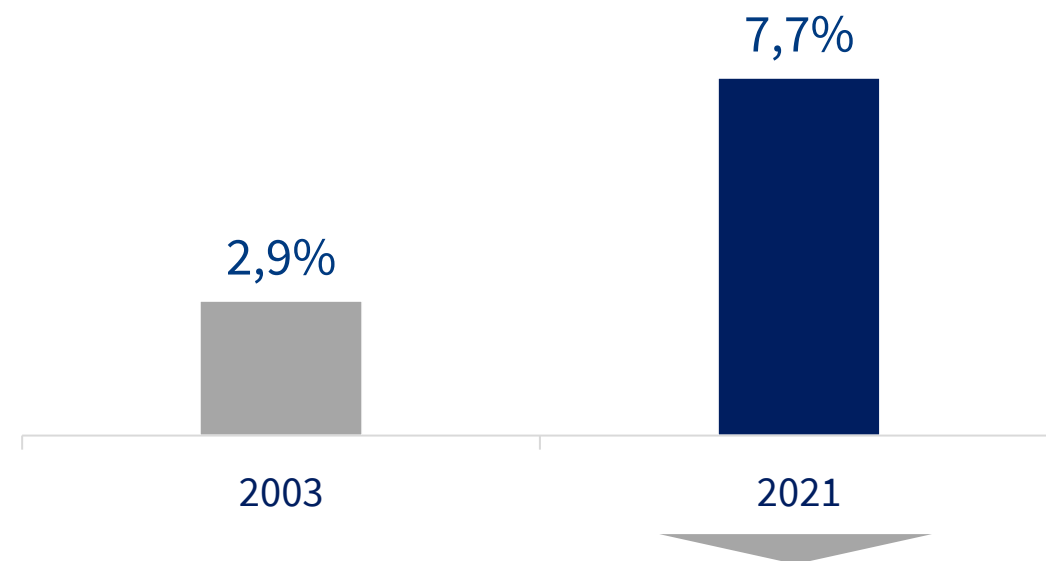
**Crescita del fatturato dell'industria alimentare e della Marca del Distributore nel mercato domestico**  
(valori assoluti in milioni), 2003-2021



N.B. l'industria alimentare è depurata dall'export.

La crescita della Marca del Distributore è **pari** alla **somma dell'export agroalimentare italiano verso Stati Uniti e Regno Unito** nel 2020

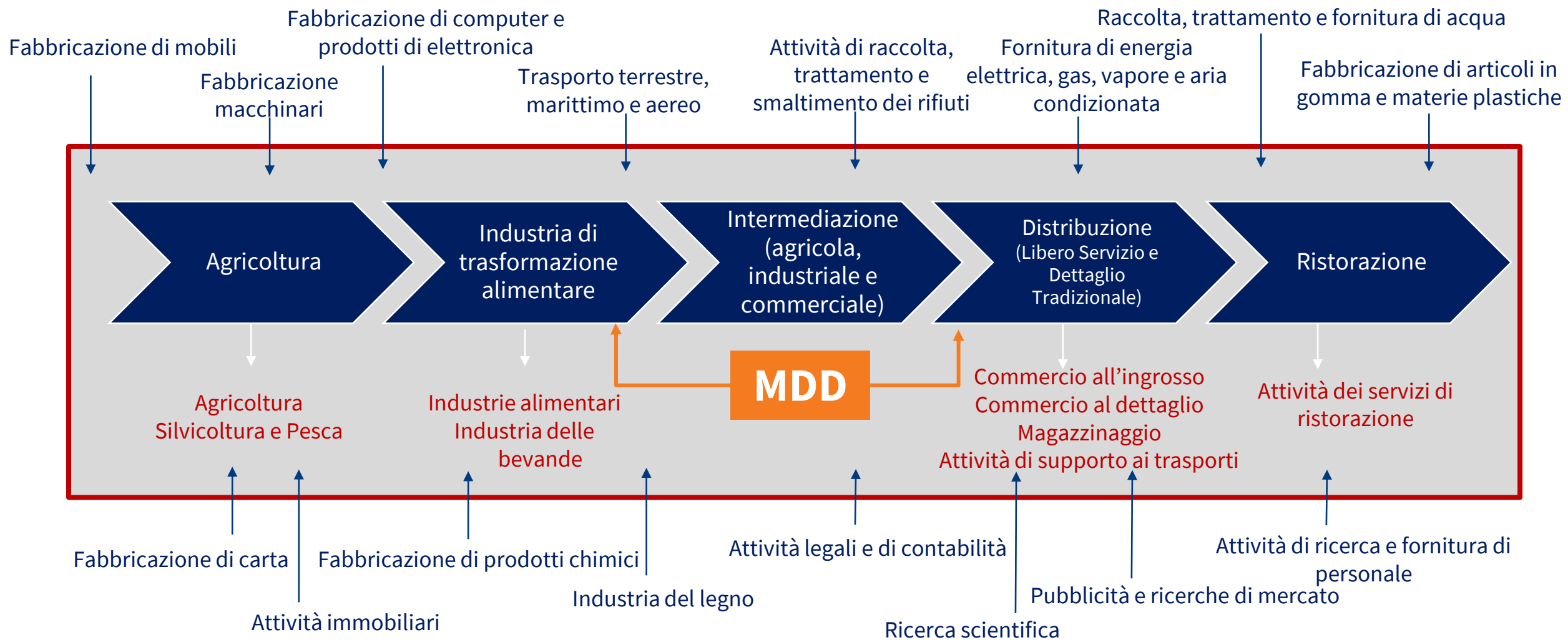
**Incidenza della Marca del Distributore sul fatturato totale dell'industria alimentare**  
(valori %), 2003-2021



Il fatturato Marca del Distributore nell'industria alimentare equivale al fatturato cumulato di **4.400 imprese** del settore



# La Marca del Distributore attiva una filiera «lunga» che coinvolge indirettamente circa 50 sotto-comparti economici



# La sola Marca del Distributore sostiene 240.000 occupati lungo la filiera (Industria alimentare, Intermediazione e Distribuzione)



Complessivamente la MDD sostiene una rete di **240mila occupati** (+6% rispetto allo scorso anno) diretti e indiretti, pari a:

~**77%** degli occupati per la fornitura dell'energia elettrica (311mila)

~**3 volte** gli occupati del settore delle telecomunicazioni (87mila)

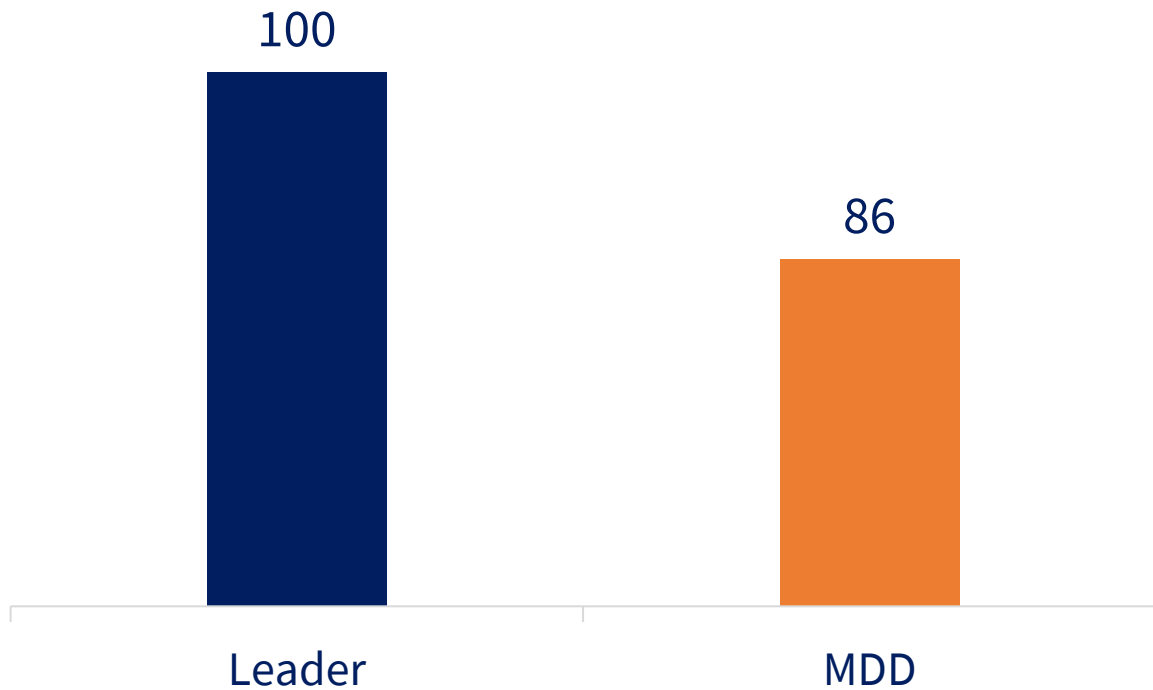
~**4 volte** gli occupati della fabbricazione di prodotti farmaceutici (65mila)

N.B. Gli occupati della Marca del Distributore nell'Industria alimentare sono stati calcolati a partire da un campione di 610 aziende MDD *partner*, rappresentativo del contesto italiano, mentre quelli relativi ai settori dell'Intermediazione e della Distribuzione sono stati stimati applicando la quota di mercato della MDD a volume. Per il confronto tra i settori è stato utilizzato il livello di 3 cifre dei codici Ateco di Istat.

N.B. I valori in *slide* fanno riferimento al **2020**

# La Marca del Distributore svolge un importante ruolo sociale, sostenendo il potere d'acquisto delle famiglie italiane, con un risparmio di 100 Euro all'anno per famiglia...

## Indice di prezzo della Marca del Distributore rispetto alla Marca leader, 2021



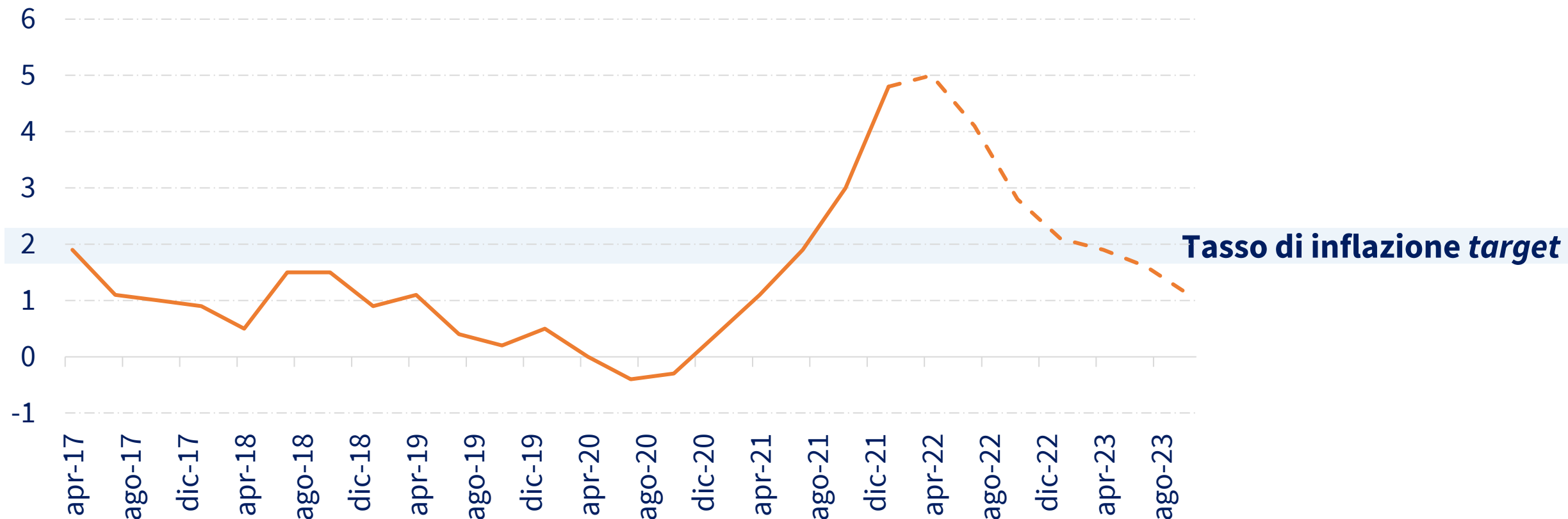
Nel 2021 le famiglie italiane hanno beneficiato di un **risparmio** complessivo pari a **2,1 miliardi di Euro** attraverso l'acquisto di prodotti a Marca del Distributore

Pari a **~100 Euro a famiglia**

N.B. La stima è realizzata a partire dall'Indice di prezzo calcolato da IRI a livello di categoria merceologica. Si considerano i 25,7 milioni di famiglie italiane con un numero medio di componenti pari a 2,3

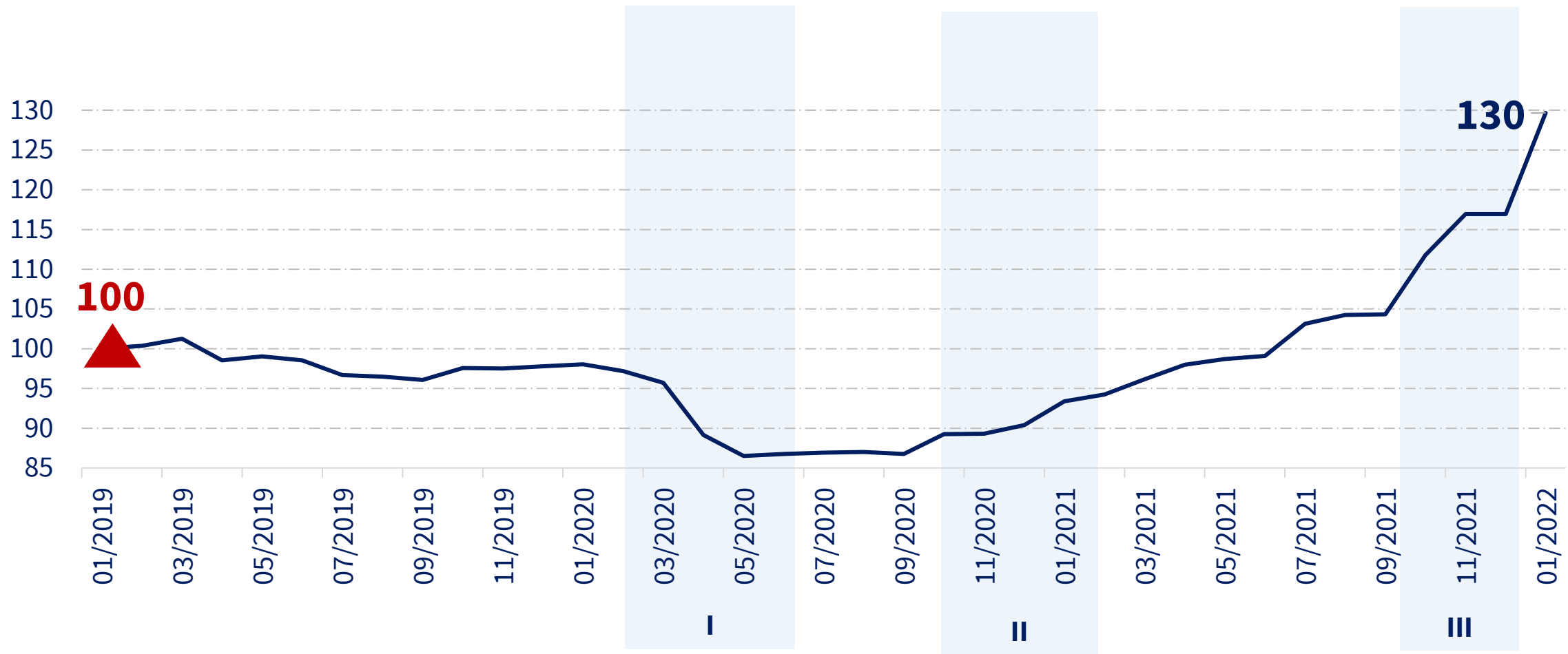
... particolarmente rilevante in un contesto di forte pressione inflattiva...

**Tasso di inflazione attuale e prevista in Italia (valori %), 2017-2023**



## ... che interessa il costo delle materie prime energetiche...

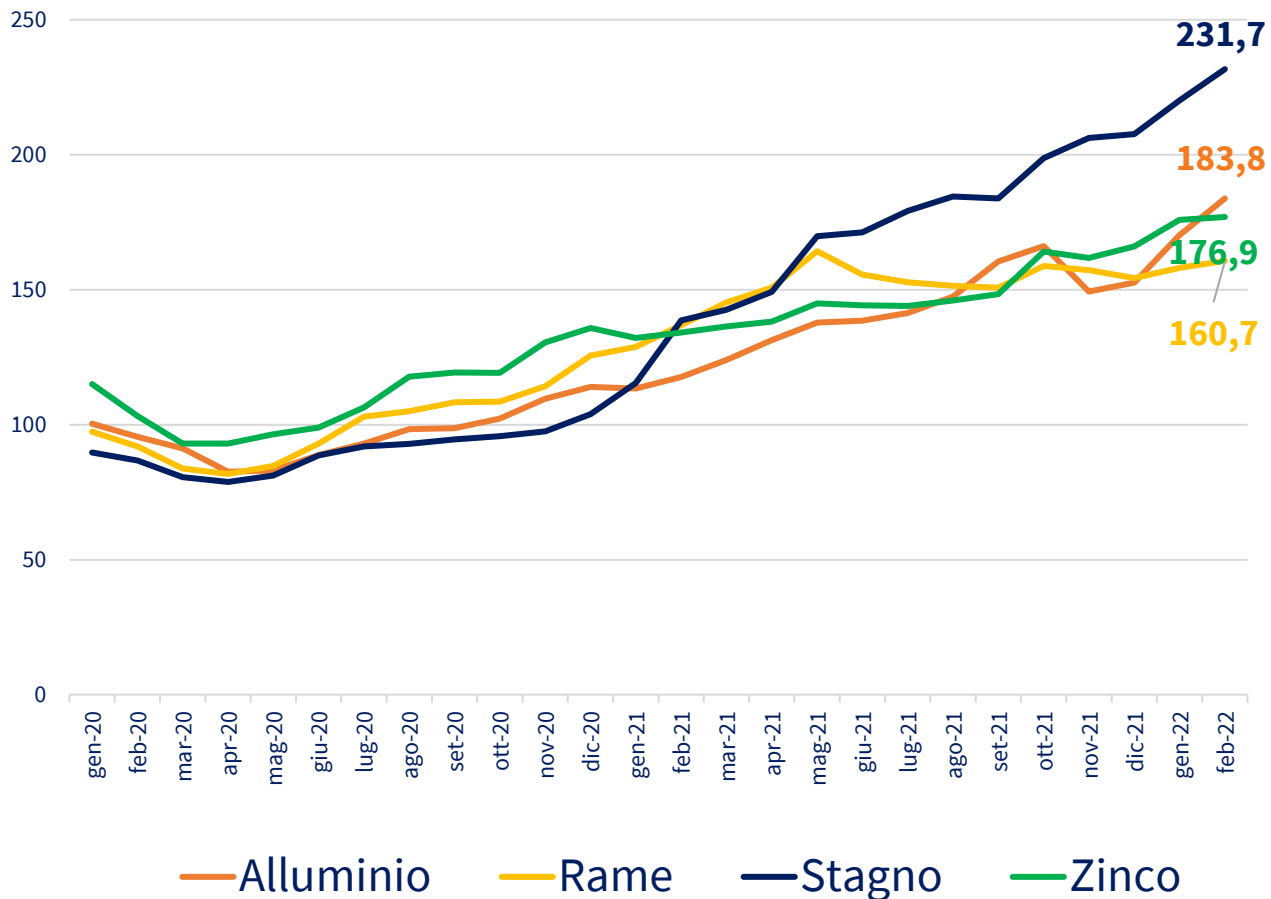
### Variazione dei prezzi dell'energia in Italia (gennaio 2019 = 100), 2019-2022



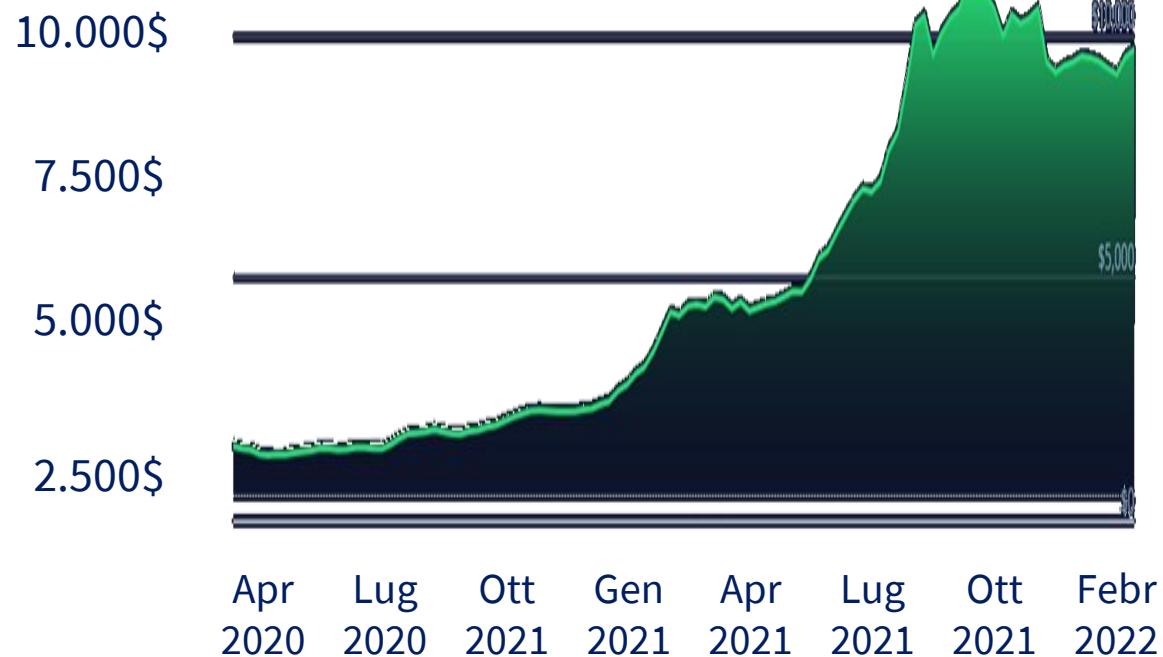
*In blu sono evidenziate le ondate pandemiche*

# ...le materie prime non alimentari e i trasporti...

**Prezzo delle materie prime**  
(numero indice: media 2014-2016 = 100)



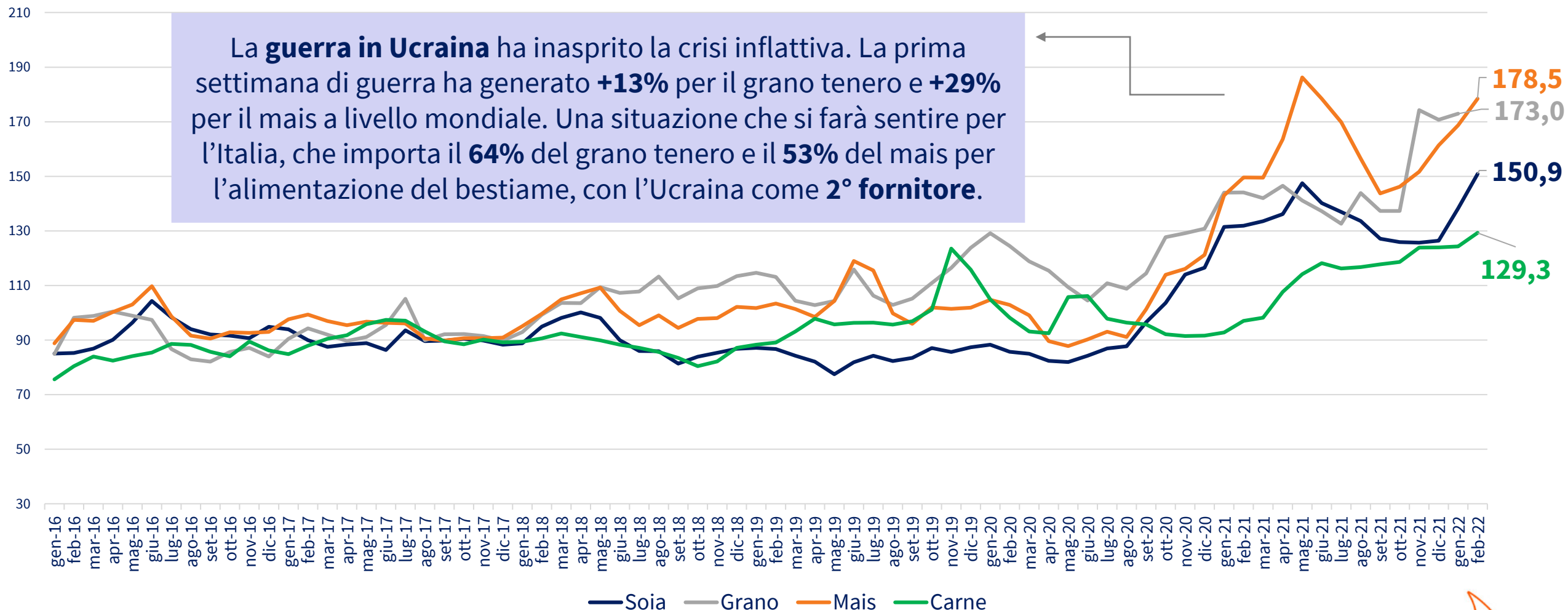
**FBX global container index**  
(\$ per FEU), dicembre 2019 – febbraio 2022



## ...e anche le materie prime alimentari

### Prezzo delle materie prime alimentari (numero indice: media 2014-2016 = 100)

La **guerra in Ucraina** ha inasprito la crisi inflattiva. La prima settimana di guerra ha generato **+13%** per il grano tenero e **+29%** per il mais a livello mondiale. Una situazione che si farà sentire per l'Italia, che importa il **64%** del grano tenero e il **53%** del mais per l'alimentazione del bestiame, con l'Ucraina come **2° fornitore**.

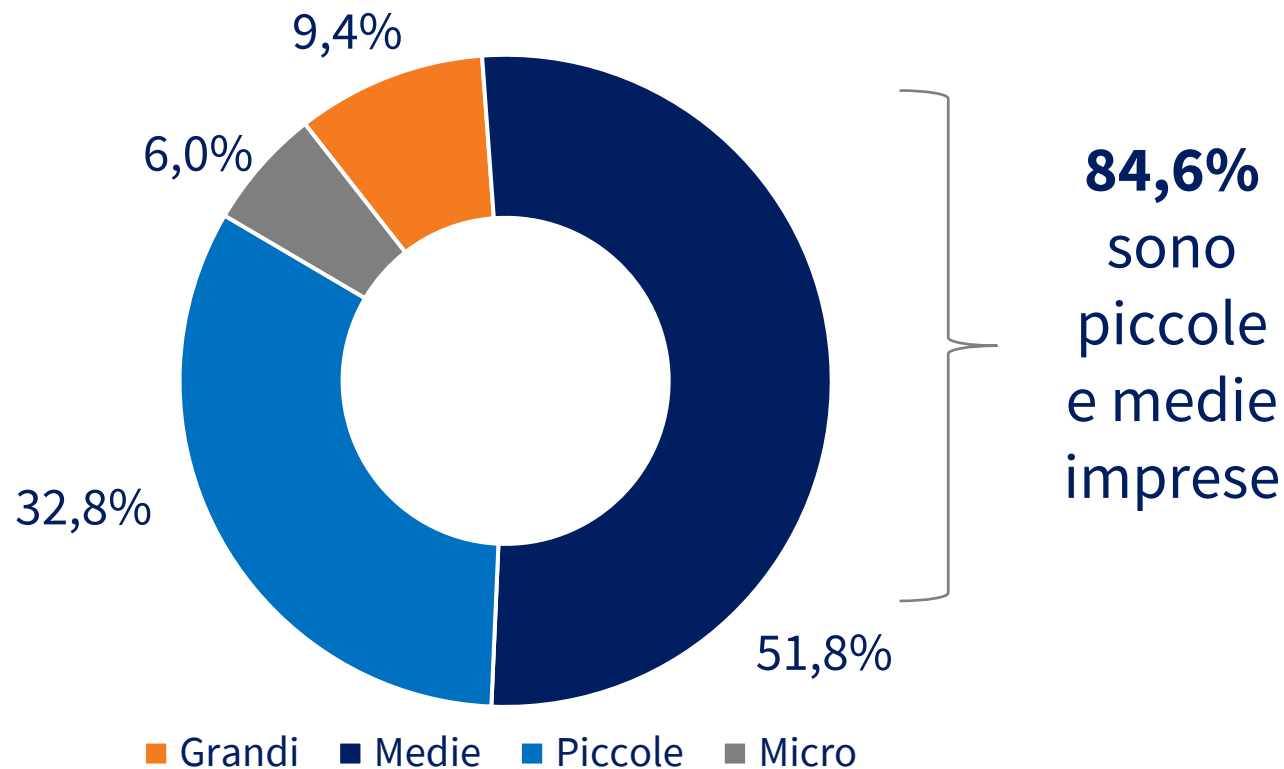


# La Marca del Distributore sostiene una filiera di circa 1.500 aziende MDD *partner*

La Distribuzione Moderna Alimentare sostiene circa 1.500 imprese MDD *partner*, di cui il **92% è italiano**

N.B.: Gli MDD *partner* sono le aziende del settore *agri-food* che producono prodotti alimentari commercializzati con la marca dell'insegna della Distribuzione Moderna. La definizione, introdotta da ADM e The European House - Ambrosetti a inizio 2020 sostituisce la vecchia definizione di «copacker» e valorizza il rapporto di *partnership* esistente tra le aziende dell'industria alimentare e la Distribuzione Moderna e il ruolo strategico dell'intera filiera verso il raggiungimento di modelli di produzione e consumo sempre più sostenibili.

**Dimensioni delle aziende MDD *partner*\***  
(valori %), 2019



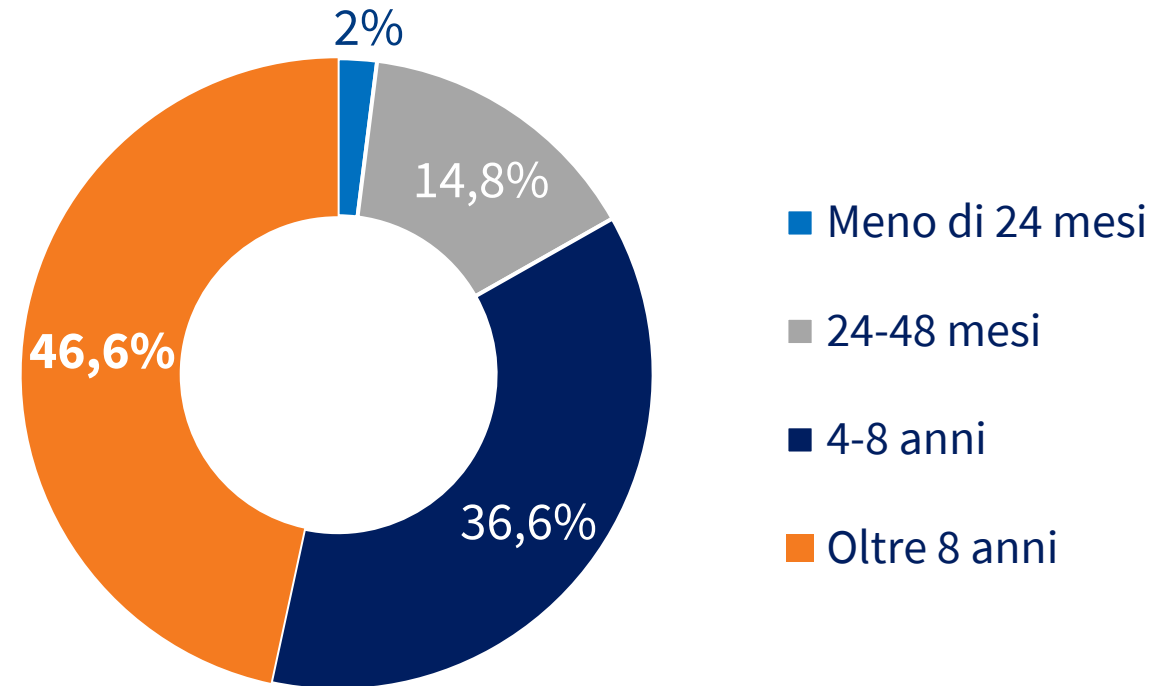
(\* Segueno la classificazione ufficiale della Commissione Europea: Micro imprese: fatturato fino a €2 milioni e meno di 10 addetti; Piccole imprese: fatturato tra €2 - €10 milioni e meno di 50 addetti; Medie imprese: fatturato €10 - €50 milioni e meno di 250 addetti; Grandi imprese: fatturato sopra i €50 milioni e sopra i 250 addetti.



# In quasi la metà dei casi, le relazioni di fornitura tra le aziende MDD *partner* e la Distribuzione Moderna durano oltre 8 anni

## Durata delle relazioni di fornitura con le aziende MDD *partner* nel settore della Distribuzione Moderna Alimentare (valori %), 2019

La Marca del Distributore instaura **relazioni durature** con le aziende MDD *partner* lungo la filiera di fornitura industriale, secondo **logiche di collaborazione strategica di lungo periodo**



# The European House - Ambrosetti ha aggiornato la base dati estensiva per l'analisi della creazione di valore delle aziende MDD *partner*

- **Unico database** in Italia con dati economici pluriennali delle aziende MDD *partner*
- **610** aziende di cui sono stati analizzati i bilanci (**45 in più** rispetto all'anno precedente)
- **12** anni censiti (dal 2009 al 2020)
- **>400.000** osservazioni
- **>50 indicatori di bilancio** analizzati
- **20%** del fatturato dell'industria alimentare italiana rappresentata nel campione, **41%** degli MDD *partner* italiani, con un fatturato complessivo di €29,9 miliardi
- Calcolo dei **trend di medio periodo** (2013-2020) per tutte le dimensioni considerate

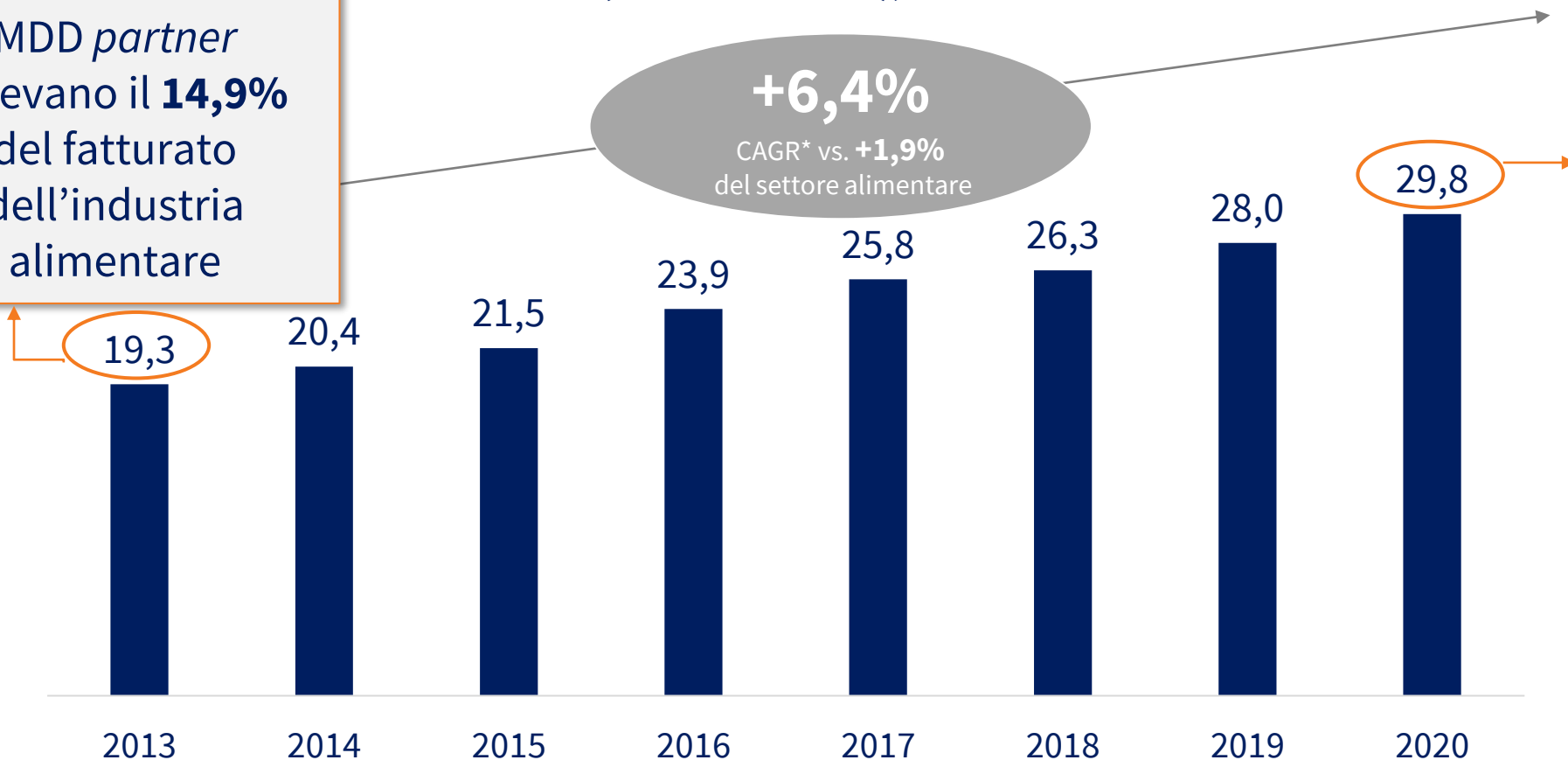
**Database con >350.000 osservazioni delle aziende MDD *partner***

The image shows a large, multi-column data table representing the database. A prominent red banner is overlaid on the right side of the table, containing the text 'Database con >350.000 osservazioni delle aziende MDD partner'. The table itself contains numerous rows and columns of numerical data, representing financial indicators for various companies over time.

# Le aziende MDD *partner* contribuiscono positivamente anno dopo anno al fatturato del settore alimentare...

**Fatturato delle aziende MDD *partner***  
(miliardi di Euro), 2013-2020

Nel 2013 le aziende MDD *partner* valevano il **14,9%** del fatturato dell'industria alimentare



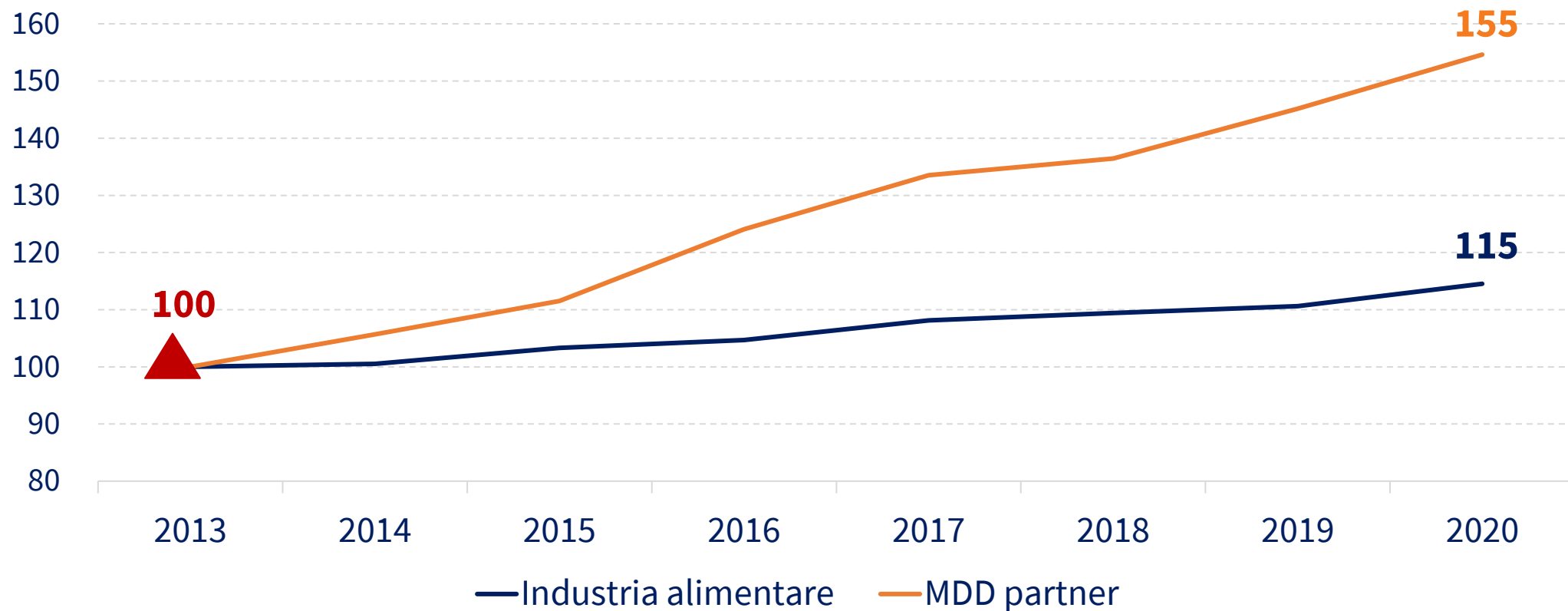
Le aziende del campione valgono il **20,5%** del fatturato dell'industria alimentare del 2020 (€146 mld)

N.B. Si fa riferimento all'intero campione delle 610 aziende MDD *partner*

(\*) Tasso medio annuo di crescita composto

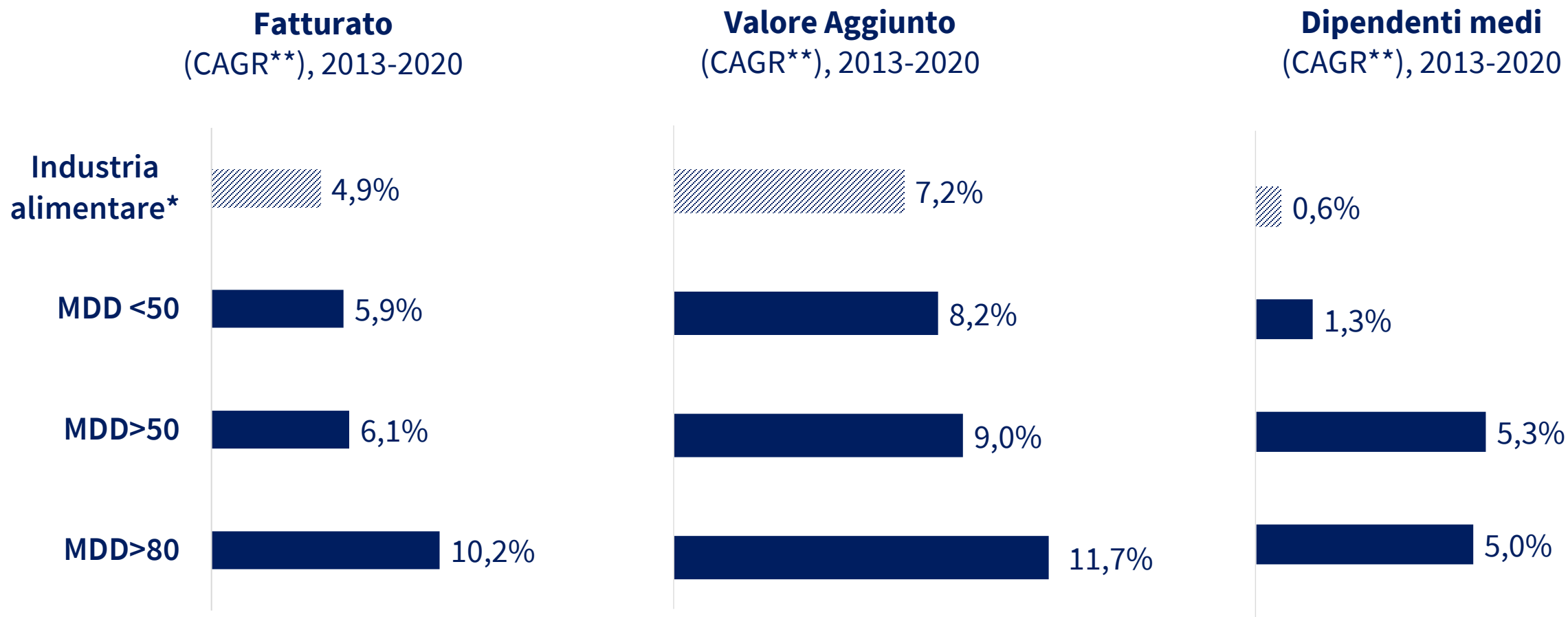
## ...crescendo più di 3 volte in più rispetto al settore

**Andamento del fatturato delle aziende MDD *partner* e dell'Industria alimentare**  
(anno base 2013 = 100), 2013 -2020



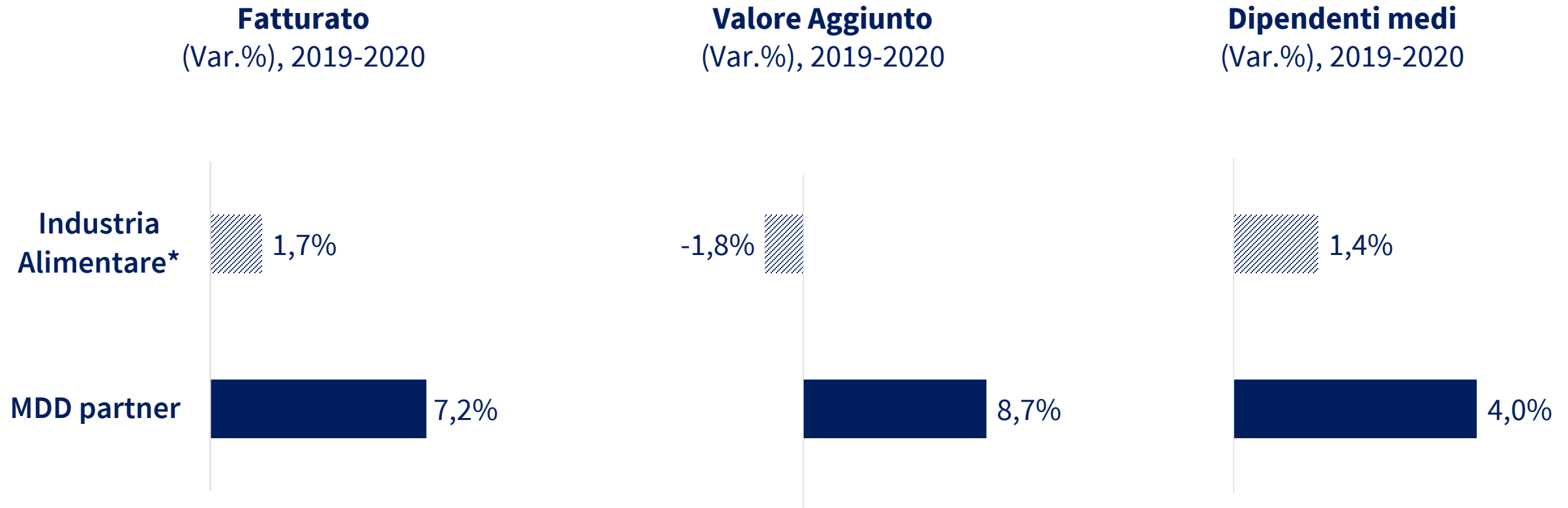
N.B. Si fa riferimento all'intero campione delle 610 aziende MDD *partner*.

# Tra il 2013 e il 2020 le aziende del campione ad alta e altissima intensità di MDD hanno avuto *performance* migliori rispetto alla controparte e al settore alimentare



(\*) Dall'industria alimentare sono state escluse le 610 aziende MDD *partner*. (\*\*) Tasso di crescita medio annuo composto

# In un anno di crisi drammatica, le aziende MDD *partner* sono le uniche ad aver registrato tassi di crescita *record*



**+ 10% nella fascia MDD > 80%**

(\*) Dall'industria alimentare sono state escluse le 610 aziende MDD *partner*.

La MDD sostiene una **filiera lunga** (50 sotto-comparti coinvolti), attraverso **contratti pluriennali** (nella metà dei casi >8 anni) che, **anche e soprattutto nei momenti di difficoltà, sostengono la crescita, la competitività, la sostenibilità e l'innovazione degli MDD *partner***, garantendo la saturazione degli impianti e una programmazione strategica di lungo periodo

La Marca del Distributore svolge un **importante ruolo sociale**, grazie al sostegno al potere d'acquisto delle famiglie italiane, particolarmente rilevante nel contesto che stiamo vivendo



ASSOCIAZIONE  
DISTRIBUZIONE MODERNA

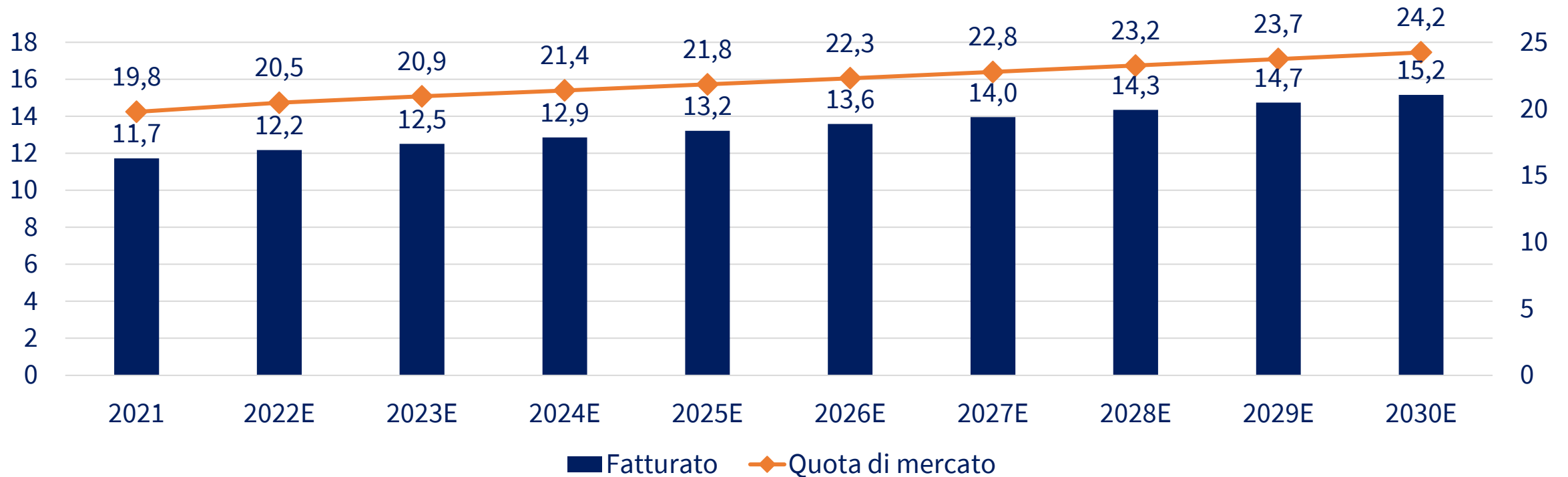


The European House  
Ambrosetti



# Alla luce dell'evoluzione della MDD e della crescita dell'economia, The European House - Ambrosetti stima un fatturato >€15 miliardi e una quota di mercato pari al 24,2% al 2030

## Fatturato e quota di mercato della Marca del Distributore in Italia (valori in miliardi di Euro e percentuali), 2021 – 2030E



N.B. Le stime del fatturato e della quota di mercato della Marca del Distributore sono state realizzate indicizzando la crescita delle due variabili all'andamento atteso del PIL nel periodo 2022-2023 e analizzando l'andamento storico della MDD per definire le stime 2024-2030. Le stime di crescita del PIL fanno riferimento al documento 2021 del Documento di Economia e Finanze del MEF.



La Marca del Distributore, quale *front-end* diretto del consumatore, **interpreta i bisogni della società italiana** in rapida evoluzione, come emerge dalla **survey ai consumatori italiani** realizzata in collaborazione con IPSOS, che sarà presentata in anteprima all'**evento di apertura di Marca 2022 di martedì 12 aprile**



# Grazie per l'attenzione

**Valerio De Molli**

***Managing Partner*** CEO, The European House - Ambrosetti

**E-mail:** [valerio.de.molli@ambrosetti.eu](mailto:valerio.de.molli@ambrosetti.eu)

**Twitter:** @ValerioDeMolli

**Sito:** [www.ambrosetti.eu](http://www.ambrosetti.eu)

*The European House - Ambrosetti è stata nominata nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale nell'ultima edizione del "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania. The European House – Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come **una delle 131 realtà Top Employer 2022 in Italia.***

