



ASSOCIAZIONE
DISTRIBUZIONE MODERNA



The European House
Ambrosetti

Allegato

The European House-Ambrosetti

“Il contributo della Marca del Distributore alla sfida dello sviluppo sostenibile e del Paese”

Sintesi

Il documento di The European House-Ambrosetti presenta 10 messaggi chiave che definiscono la sostenibilità e la Responsabilità Sociale d'Impresa per la GDO e, in particolare, nell'ambito della Marca del Distributore. I risultati illustrati nello studio emergono da interviste a Business Leader e da due *survey*, una ai Vertici della Distribuzione (che rappresentano 84% del fatturato del settore), l'altra alle aziende fornitrici della Distribuzione con un fatturato inferiore a 150 milioni di Euro, integrate dall'analisi dei bilanci di un campione di 415 aziende *partner* della Marca del Distributore (vedi slide Presentazione allegate in cartella stampa).

Già oggi, ad esempio, il supermercato medio sta sistematicamente riducendo i consumi di energia elettrica (-30% dal 2005 al 2017 e -2,9% nel 2018) e il consumo di acqua (112 milioni di litri in meno all'anno); ha inoltre aumentato il recupero di eccedenze alimentari attraverso donazioni di 6 volte negli ultimi 7 anni.

Il maggior dinamismo nel campo della sostenibilità si evidenzia nei prodotti a Marca del Distributore, un settore che vale 10,8 miliardi di fatturato nel 2019 e il cui sviluppo negli ultimi 16 anni spiega l'80% della crescita realizzata nello stesso periodo dall'intera industria alimentare nel mercato domestico.

Una sostenibilità che si evidenzia non solo nei prodotti, che si mostrano sempre più vicini alle nuove esigenze dei consumatori, ma soprattutto nella filiera alimentata dai prodotti della MDD: l'analisi dei bilanci del campione rappresentativo delle aziende fornitrici della MDD negli ultimi 6 anni dimostra che queste ultime hanno performance economiche, occupazionali e reddituali migliori delle altre aziende del settore alimentare. Una performance che aumenta al crescere della quota di fatturato generato con la Marca del Distributore, a dimostrazione di quanto la MDD sia in grado di dare un impulso positivo a tutto l'indotto che coinvolge.

A dimostrazione dell'ampiezza e dell'intensità con la quale vengono perseguiti gli obiettivi di sostenibilità in relazione alla MDD, quest'ultima risulta dallo studio di The European House – Ambrosetti uno dei pochi settori che impattano, direttamente o indirettamente, su tutti i 17 Sustainable Development Goal (SDG) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

*“La sostenibilità economica viene considerata una premessa fondamentale per la transizione verso modelli di sviluppo sostenibili da un punto di vista sociale e ambientale. In quest’ambito, la Marca del Distributore si conferma un attore chiave caratterizzato da grande vitalità e notevole resilienza anche nell’anno 2019. Il fatturato ha raggiunto 10,8 miliardi di Euro nel 2019 con una crescita di più di tre volte superiore rispetto a quella dell’industria alimentare italiana negli ultimi 17 anni. Anche la quota di mercato è cresciuta significativamente, passando dall’11,3% nel 2003 al 19,9% nel 2019 e un ulteriore aumento è previsto nei prossimi anni: le nostre stime prevedono che la quota di mercato della Marca del Distributore raggiungerà quasi il 25% nel 2020”, dichiara **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti. “Non solo. La Marca del Distributore contribuisce anche alla sostenibilità economica dei consumatori. I prodotti a Marca del Distributore hanno consentito di risparmiare 2,8 miliardi di Euro all’anno (~€110 annui a famiglia), pari a circa il 50% delle risorse stanziare per il reddito di cittadinanza nel 2019”.*