

PLEA, i migliori progetti MDD raccontano l'evoluzione della private label in Italia

I Private Label Excellence Awards accendono i riflettori sulla nuova marca del distributore: non più solo prezzo, ma qualità, innovazione e sostenibilità costruite insieme da insegne e industria.

Lunedì 11 maggio, nella cornice di **TUTTOFOOD**, la **Cibus Link Hall** ha ospitato uno degli appuntamenti più attesi dedicati alla **Marca del Distributore** e all'industria di produzione nazionale. Una platea gremita e un'affluenza costante hanno accompagnato l'intera mattinata, confermando quanto la MDD sia ormai centrale nelle strategie della distribuzione moderna e nel dialogo con il mondo produttivo. L'evento si è concluso con la consegna dei **PLEA – Private Label Excellence Awards**, i riconoscimenti dedicati ai migliori progetti di Marca del Distributore. Ma la premiazione è arrivata al termine di un percorso più ampio,

costruito attorno a dati, confronto e testimonianze dirette dei protagonisti del settore. La giornata ha messo insieme analisi di mercato, visione strategica e racconto industriale, restituendo una fotografia nitida dell'evoluzione della private label italiana: sempre meno semplice alternativa di prezzo, sempre più piattaforma di innovazione, posizionamento e collaborazione tra insegne e produttori. La Cibus Link Hall ha fatto da scenario a un evento pensato per leggere la Marca del Distributore da una prospettiva ampia: quella della filiera. Al centro, non solo il prodotto finito a scaffale, ma tutto il processo che lo precede: la progetta-

zione, la selezione delle materie prime, il posizionamento, il packaging, la sostenibilità, la capacità delle insegne di interpretare i bisogni dei consumatori e delle aziende produttrici di tradurre queste strategie in prodotti concreti.

Una mattinata dedicata alla MDD e ai co-packer

L'evento si è aperto con una carrellata di dati relativi all'andamento della MDD e del relativo **Osservatorio Nazione MDD & Industria di Produzione**, a cura di **GDOData**. Un momento di analisi utile a inquadrare lo stato del comparto, le sue traiettorie di crescita e il ruolo sempre più rilevante che la Marca del Distributore sta assumendo all'interno del largo consumo. Poi il confronto si è spostato sulle due tavole rotonde, dove sono saliti sul palco i decision maker della distribuzione e dell'industria di produzione nazionale. Il dibattito ha messo in dialogo due prospettive complementari: da un lato le insegne, chiamate a costruire assortimenti MDD sempre più distintivi; dall'altro le imprese industriali, partner fondamentali nello sviluppo di prodotti capaci di competere su qualità, servizio, sostenibilità e innovazione. Tra i protagonisti del dibattito sono intervenuti **Alessandra Corsi, Direttrice Marketing dell'Offerta e MDD di Conad**; **Luca Vaccaro, Direttore MDD di Selex**; **Sara Caggiati, Direttrice Marketing Coop Italia**; **Dario Marchi, Responsabile Acquisti MDD Gruppo Arena**; **Marco Pozzali, Responsabile MDD & Private Label Gruppo Végé**; **Daniilo Ronsivale, Direttore Acquisti Ard Discount**; **Roberto Romboli, Direttore Sviluppo MDD D.IT**; e **Roberto Comolli, Direttore Generale Food 5.0 Crai**. Accanto ai rappresentanti della distribuzione, anche l'industria ha portato il proprio contributo con gli interventi di **Loris Pedon, Chief Commercial Officer Pedon**; **Amalia Menna Pantaleo, AD**

Nicola Pantaleo SpA; **Matteo Laconi, Direttore Marketing La Linea Verde – DimmidiSì**; e **Milvia Panico, Marketing and Communication Director TreValli**. Ne è nato un confronto concreto, molto vicino alle dinamiche reali del mercato. Non un dibattito teorico sulla MDD, ma una lettura operativa di ciò che oggi significa progettare, produrre e valorizzare la Marca del Distributore in un mercato sempre più competitivo.

L'eccellenza MDD valutata dall'industria

A chiusura dell'evento sono stati consegnati i **PLEA – Private Label Excellence Awards**, nati per valorizzare i migliori progetti di Marca del Distributore e **raccontare l'evoluzione della private label** attraverso il giudizio di chi il prodotto lo conosce dal punto di vista industriale.

La forza dell'iniziativa sta proprio nel metodo: a valutare i prodotti non è stata una giuria tradizionale, ma un ampio panel di manager, dirigenti e operatori del settore.

La partecipazione alle votazioni è stata altissima, arrivando a una punta di circa **2.000 voti**. Un dato che racconta l'interesse dell'industria e della distribuzione verso un premio capace di misurare non solo la forza commerciale di un prodotto, ma anche la sua coerenza progettuale, la qualità della proposta, il posizionamento e la capacità di interpretare le nuove esigenze del mercato. I **PLEA** hanno premiato cinque categorie: **Best Entry Level Private Product Award**, **Best Mainstream Private Label Project**, **Best Private Label Product Excellence**, **Best Sustainability in Product Concept Award** e **Best Sustainable Packaging Project**. Per ciascuna categoria sono stati assegnati due riconoscimenti: il vincitore assoluto e il Top Performer. Una scelta non formale, ma dettata dall'esito delle vota-



zioni. In tutte le categorie, infatti, lo scarto tra il primo e il secondo classificato è risultato estremamente ridotto, al punto da rendere opportuno valorizzare entrambi i progetti. È uno dei segnali più interessanti emersi dalla premiazione: la competizione nella MDD è sempre più serrata e il livello qualitativo raggiunto dalle insegne è ormai molto elevato.

Best Entry Level Private Product Award



Nella categoria dedicata ai progetti entry level, il premio **Best Entry Level Private Product Award** è stato assegnato a **D.IT – Preparato per Pancake**. Il riconoscimento valorizza la capacità dell'insegna di presidiare una fascia di mercato accessibile senza rinunciare alla funzionalità del prodotto e alla capacità di intercettare nuovi modelli di consumo. Il titolo di **Top Performer** è andato ad **ARD Discount – Rotolone 2 Veli**, prodotto che ha ottenuto una valutazione molto vicina al vincitore e che racconta la crescente attenzione anche nelle categorie più basiche dell'assortimento. Qui la sfida va ormai oltre il prezzo: conta la capacità di costruire una proposta credibile, riconoscibile e coerente con le aspettative del consumatore.



Best Mainstream Private Label Project

Per il **Best Mainstream Private Label Project**, il riconoscimento è andato a **Conad – Bevande Zero Zuccheri Aggiunti**. Il premio fotografa uno dei trend più evidenti nel largo consumo: la ricerca di prodotti capaci di combinare gusto, servizio e attenzione al contenuto nutrizio-



nale, senza perdere accessibilità e ampiezza di pubblico. Come **Top Performer** è stato premiato **Agorà – Carnaroli**, a testimonianza del valore delle categorie

ad alta riconoscibilità nella costruzione dell'identità MDD. Il riso, prodotto cardine della dispensa italiana, diventa terre-



no di posizionamento e differenziazione, dimostrando come anche le referenze più tradizionali possano essere interpretate con logiche evolute di marca.

Best Private Label Product Excellence

Nella categoria **Best Private Label Product Excellence**, il premio è stato assegnato a **Coop – Fiorfiore Margherita**. Il riconoscimento valorizza una proposta



che si inserisce in un ambito ad alta intensità qualitativa, dove la MDD è chiamata a competere non solo per convenienza, ma per esperienza di consumo, distintività e capacità di costruire valore percepito. Il titolo di **Top Performer** è andato a **Selex – Spremuta di Frutta e Verdura fresche non pastorizzate**. Anche questo premio racconta una direzione precisa del mercato: prodotti freschi, ad alto contenuto di servizio, capaci di rispondere a una domanda sempre più orientata a naturalità, praticità e qualità immediatamente riconoscibile.

Best Sustainability in Product Concept Award



Il premio **Best Sustainability in Product Concept Award** è stato assegnato ad **Arena – Uova Biologiche**. La categoria premia la sostenibilità integrata nel concept di prodotto, non come elemento accessorio o semplice leva comunicativa, ma come parte strutturale della proposta. Il **Top Performer** è stato **Lidl – Maionese 100% Vegetale**, prodotto che interpreta un altro fronte strategico della sostenibilità: l'evoluzione delle abitudini alimentari e l'ampliamento dell'offerta plant-based. La categoria mostra come

PRIVATE LABEL
EXCELLENCE AWARDS
PLEA 2026



BEST SUSTAINABILITY IN PRODUCT CONCEPT AWARD



la sostenibilità nella MDD possa assumere forme diverse: dalla filiera biologica alla riformulazione vegetale, dal presidio delle materie prime alla risposta a nuovi stili di consumo.

PRIVATE LABEL
EXCELLENCE AWARDS
PLEA 2026



BEST SUSTAINABILITY IN PRODUCT CONCEPT AWARD



Best Sustainable Packaging Project

Per il **Best Sustainable Packaging Project**, il riconoscimento è andato a **VéGé – Mix frutta secca**. Qui il focus è sul packaging come componente essenziale del progetto MDD: non solo contenitore, ma strumento di sostenibilità,

comunicazione, funzionalità e distintività a scaffale. Il titolo di **Top Performer** è stato assegnato a **Crai – Bagnoschioma al profumo di White Flower**, a dimostrazione di come il tema del packaging

PRIVATE LABEL
EXCELLENCE AWARDS
PLEA 2026



BEST SUSTAINABLE PACKAGING PROJECT AWARD



sostenibile attraverso anche categorie non alimentari e diventi una leva competitiva trasversale all'assortimento. La sostenibilità del pack, oggi, non è più un elemento marginale: è parte integrante della promessa di marca e della relazione con il consumatore.

PRIVATE LABEL
EXCELLENCE AWARDS
PLEA 2026



BEST SUSTAINABLE PACKAGING PROJECT AWARD



Il migliore in cucina.
Dal 1927.



Risotti, pasta, zuppe, pizze, secondi, insalate.
È facile cucinare con Edelblu.