Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti
Die Stimme der VerbraucherInnen
La voce dei consumatori

Centro Tutela Consumatori Utenti

Via Dodiciville 2
39100 Bolzano
Tel. 0471 975597
info@verbraucherzentrale.it

Cosa sono i prodotti a marchio proprio e quanto sono validi?

Mar 27/05/2025 - 10:11

I discount e i supermercati offrono nel loro assortimento molti prodotti del proprio marchio (detto anche marchio commerciale, marchio del distributore o private label). Questi marchi appartengono alle catene di distribuzione, e in genere vengono commercializzati esclusivamente nelle rispettive filiali. Per le catene di distribuzione ciò comporta diversi vantaggi: i costi per la promozione dei prodotti scompaiono e il prezzo di acquisto è inferiore a quello dei prodotti di marca. I rivenditori dispongono di maggiore libertà nella determinazione dei prezzi e in genere ottengono margini di profitto più elevati. Inoltre, si riduce la dipendenza dai fornitori di prodotti di marca, mentre aumenta il margine di influenza sull'offerta della merce, sulle formulazioni e sugli ingredienti dei prodotti alimentari. Nel 2024, nel settore alimentare a livello europeo i marchi commerciali hanno raggiunto una quota di mercato del 38%, a fronte di un 30% scarso in Italia (fonte: NielsenIQ).

Di norma, i prodotti a marchio commerciale (no name) sono venduti a un prezzo inferiore rispetto a quello di prodotti di marca analoghi. Secondo un'indagine di mercato condotta nel dicembre 2024 dai centri di tutela dei consumatori di Amburgo e della Bassa Sassonia, scegliendo prodotti private label i consumatori possono risparmiare fino al 40% sull'acquisto di muesli alla frutta, fiocchi d'avena, caffè e yogurt alla fragola. Un confronto condotto su larga scala dalla rivista "Stiftung Warentest" nel 2023, con risultati relativi a oltre 1.400 alimenti da un totale di 58 test effettuati, mostra che i consumatori possono risparmiare in media circa il 34% scegliendo un prodotto private label invece di uno di marca.

E che dire della qualità dei prodotti di marchio proprio? Il confronto effettuato da "Stiftung Warentest" conferma che i prodotti di marchi commerciali offrono un buon rapporto qualità-prezzo. In media hanno ottenuto il voto di 2,7, quelli di marca invece 2,81, quindi una valutazione addirittura leggermente inferiore. Si riscontrano differenze soprattutto sul piano della formulazione del prodotto. Nel 2020, il quotidiano online indipendente "Il Fatto Alimentare" ha analizzato gli alimenti di una marca propria di Esselunga. "Secondo il rapporto, si risparmia sugli ingredienti, ad esempio utilizzando latte prodotto fuori dall'Italia o cereali provenienti dall'Europa orientale e riducendo la percentuale di ingredienti a valore aggiunto come nocciole o succo di frutta", spiega Silke Raffeiner, nutrizionista presso il Centro Tutela Consumatori Utenti.

Diversi prodotti di marchi propri provengono da classici produttori di marca. Agli occhi dei consumatori, tuttavia, spesso non è chiaro quale sia il produttore che sta dietro un determinato prodotto. La dicitura “prodotto per conto di”, infatti, fa luce soltanto sul rivenditore riportato in etichetta. I soggetti che tutelano i consumatori criticano da tempo questa pratica e chiedono maggiore trasparenza al riguardo.