

Mercoledì 24 Giugno 2026
Notizie mercati esteri [1]

Private label in Polonia: dalla convenienza alla qualità, nuove opportunità per le filiere italiane

Il **mercato polacco del largo consumo** sta vivendo una fase di forte evoluzione, nella quale la **marca del distributore (private label)** sta assumendo un ruolo sempre più strategico. Un fenomeno che, fino a pochi anni fa, veniva associato soprattutto alla ricerca del prezzo più conveniente, oggi si sta trasformando in una leva di posizionamento per le principali catene retail, sempre più attente a qualità, innovazione, sostenibilità e capacità di differenziare l'offerta.

Secondo le analisi presentate in occasione di **MARCA Poland 2026**, il **private label in Polonia** rappresenta oggi circa il 23,5% della spesa FMCG delle famiglie polacche, con una crescita del 6,6% su base annua. Il valore del mercato avrebbe raggiunto nel 2025 circa 67 miliardi di zloty, con un incremento di 3,8 punti percentuali rispetto a cinque anni fa.

Nonostante questa progressione, la Polonia resta ancora al di sotto della media europea, dove la **marca del distributore** ha già raggiunto una quota sensibilmente più elevata. Questo divario segnala un potenziale di crescita ancora importante, soprattutto in un mercato retail dinamico, competitivo e caratterizzato da consumatori sempre più selettivi.

La qualità guida la crescita della marca del distributore

La crescita del **private label** in Polonia non è più legata esclusivamente alla convenienza. Il consumatore polacco continua a prestare grande attenzione al prezzo, ma nelle decisioni di acquisto stanno assumendo un peso crescente anche gusto, qualità, salute, funzionalità del prodotto e rapporto complessivo tra valore percepito e costo.

Le catene distributive rispondono a questa evoluzione rafforzando le proprie linee a marchio, non solo nei segmenti base, ma anche nelle categorie premium, salutistiche, biologiche, ready-to-eat, free from e ad alto contenuto di servizio.

Le opportunità per le imprese italiane

Per le **imprese italiane**, questo scenario apre prospettive interessanti. L'Italia può infatti inserirsi in questa trasformazione non soltanto attraverso i marchi propri già riconosciuti sul mercato, ma anche come partner produttivo e tecnologico per lo sviluppo di linee **private label** di qualità.

Le opportunità riguardano in particolare le aziende agroalimentari, i produttori di specialità regionali, le imprese attive nel biologico e nel salutistico, il settore delle conserve, dei condimenti, della pasta, dei prodotti da forno, dei piatti pronti e delle soluzioni gourmet accessibili. Allo stesso tempo, il fenomeno interessa anche comparti complementari come packaging, design dell'etichetta, logistica, ingredientistica, certificazioni e servizi di co-manufacturing.

La Polonia come mercato strategico per il food & beverage

La Polonia è il principale mercato **food & beverage dell'Europa centro-orientale** e rappresenta una piattaforma sempre più rilevante per testare modelli distributivi scalabili anche verso altri mercati della regione.

La crescita della **marca del distributore** può quindi offrire alle aziende italiane una doppia possibilità: da un lato accedere al mercato polacco attraverso partnership con insegne retail e operatori della distribuzione; dall'altro posizionarsi come fornitori qualificati per prodotti a valore aggiunto, capaci di combinare competitività industriale, qualità percepita e identità italiana.

Private label: un'opportunità di collaborazione tra industria e distribuzione

In questo contesto, il **private label** non va interpretato come una semplice alternativa economica ai brand tradizionali, ma come uno spazio sempre più evoluto di collaborazione tra industria e distribuzione.

Per le filiere italiane, la sfida sarà quella di proporre soluzioni flessibili, affidabili e coerenti con le nuove aspettative del consumatore polacco: prodotti accessibili, ma distintivi; competitivi, ma non standardizzati; convenienti, ma capaci di comunicare qualità, origine e valore.

(Contributo editoriale a cura della Camera di Commercio e dell'Industria Italiana in Polonia [2])

Ultima modifica: Martedì 14 Luglio 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/private-label-polonia-dalla-convenienza-alla-qualita-nuove-opportunita-filiere-italiane

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-dellindustria-italiana-polonia