

TREND POSITIVO PER LE QUOTE MDD

Mercato in crescita per i prodotti a marchio del distributore

L'edizione 2020 di MarcabYBolognaFiere, in programma il 15 e 16 gennaio 2020, consentirà agli operatori professionali del settore di approfondire, nel dettaglio, trend, scenari e strategie di sviluppo di un comparto – quello della MDD - che, negli ultimi anni, ha dimostrato essere fra i più dinamici.

Nel 2019 le vendite del Largo Consumo hanno ripreso a crescere. Dopo un 2018 stabile in cui il mercato è cresciuto del +0,3%, trainato da inflazione e trading up, i primi 10 mesi dell'anno hanno fatto registrare una performance positiva (+2,0%) in cui i prezzi deboli hanno sostenuto, in parte, la domanda.

Le migliori performance sono state registrate da Specialisti Casa Persona (+6,9%), Superstore (+3,9%) e Discount (+3,4%). Continua, invece, la crisi degli Ipermercati che restano l'unico canale in sofferenza (-2,9%).

Gli assortimenti restano mediamente stabili ma con differenze anche ampie tra canali. Le grandi superfici razionalizzano gli assortimenti (-0,8% Ipermercati; -1,1% Superstore) che aumentano invece nei Discount (+4,2%) e nei Supermercati (+1,3%).

La Marca del Distributore (MDD) cresce ad un ritmo superiore rispetto a quello del mercato (+4,7%). La sua quota sale al 19,9% (+0,6 punti). **Da segnalare che la quota della MDD nell'ultimo trimestre è costantemente superiore al 20%. Si può prevedere una chiusura del 2019 con ricavi intorno agli 11 mld €**

Tutti i segmenti della MDD contribuiscono alla performance positiva: sono particolarmente dinamiche le linee di alta gamma e specialistiche, Premium (+13,0%), BioEco (+8,0%), Funzionali (+8,5%). Il segmento Insegna si conferma quello a maggiore incidenza (72,8%). Dopo molti anni, torna a crescere il segmento del Primo Prezzo (+23,2%), anche se la sua incidenza sulle vendite rimane molto bassa.

Il trend positivo delle vendite della MDD è sostenuto dall'aumento dell'offerta a scaffale che nel mese di ottobre raggiunge 1.635 referenze medie per punto vendita (+3,6% rispetto ad ottobre 2018) ed una quota assortimentale pari a 14,2% (+0,6 vs ottobre 2018).

Dall'analisi del trend di lungo periodo si evince che da settembre 2017 a oggi la Marca del Distributore ha ampliato il suo assortimento a un ritmo più elevato rispetto a quello dell'Industria di Marca.

Aumenta anche la competitività del prezzo a scaffale della MDD, mentre diminuisce la sua pressione promozionale (-0,7 punti).

Fonte dati: IRI Infoscan Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. Progressivo anno 2019: 43 settimane al 27 ottobre 2019.