

MARCA by BolognaFiere 2022



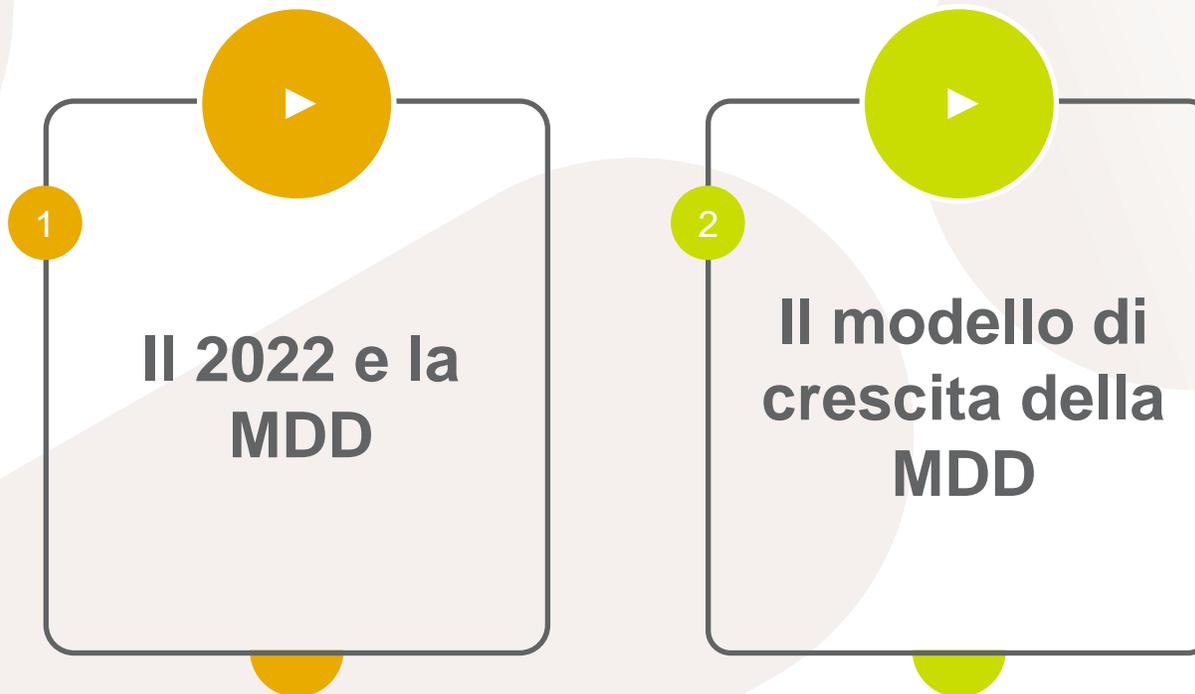
XIX° Rapporto Marca Evoluzione 2022 della MDD

Gianmaria Marzoli

Bologna, 18 Gennaio 2022

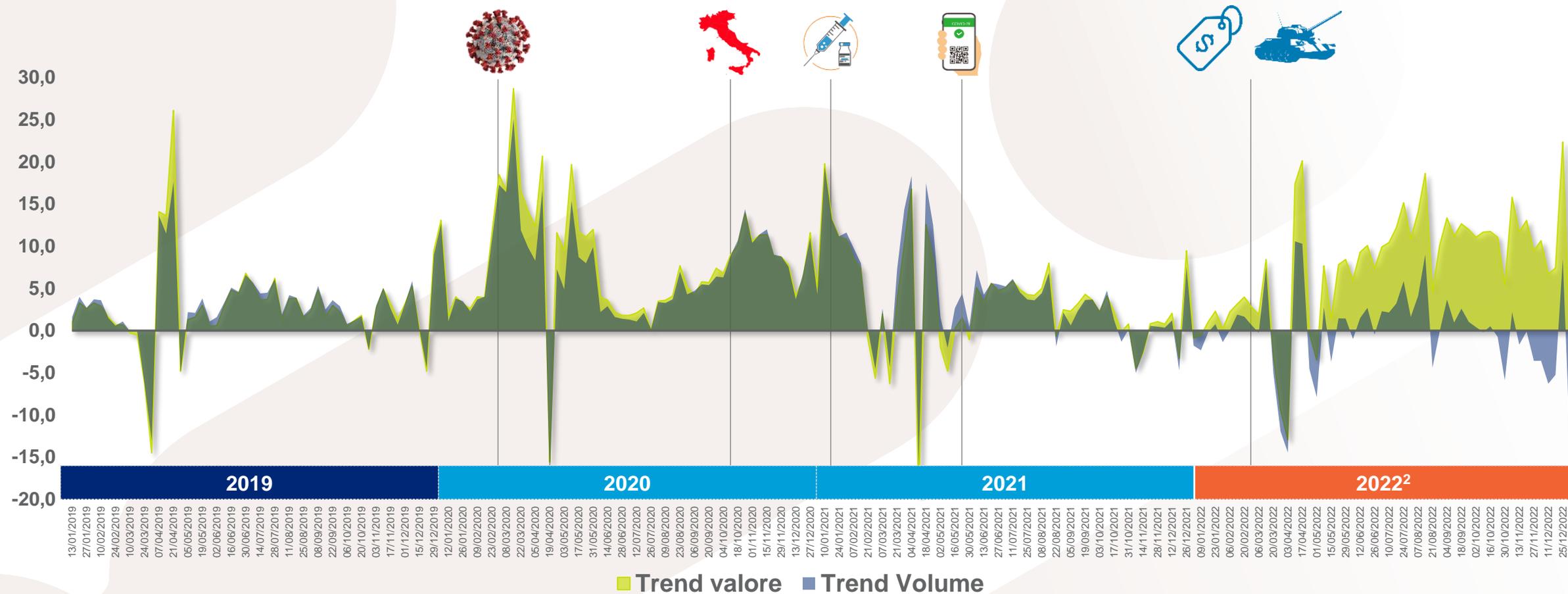


Agenda



La lettura dei trend degli ultimi anni è complicata dagli **shock** derivanti da **pandemia, guerra e carenza di materie prime**

LCC – Variazione % delle vendite settimanali



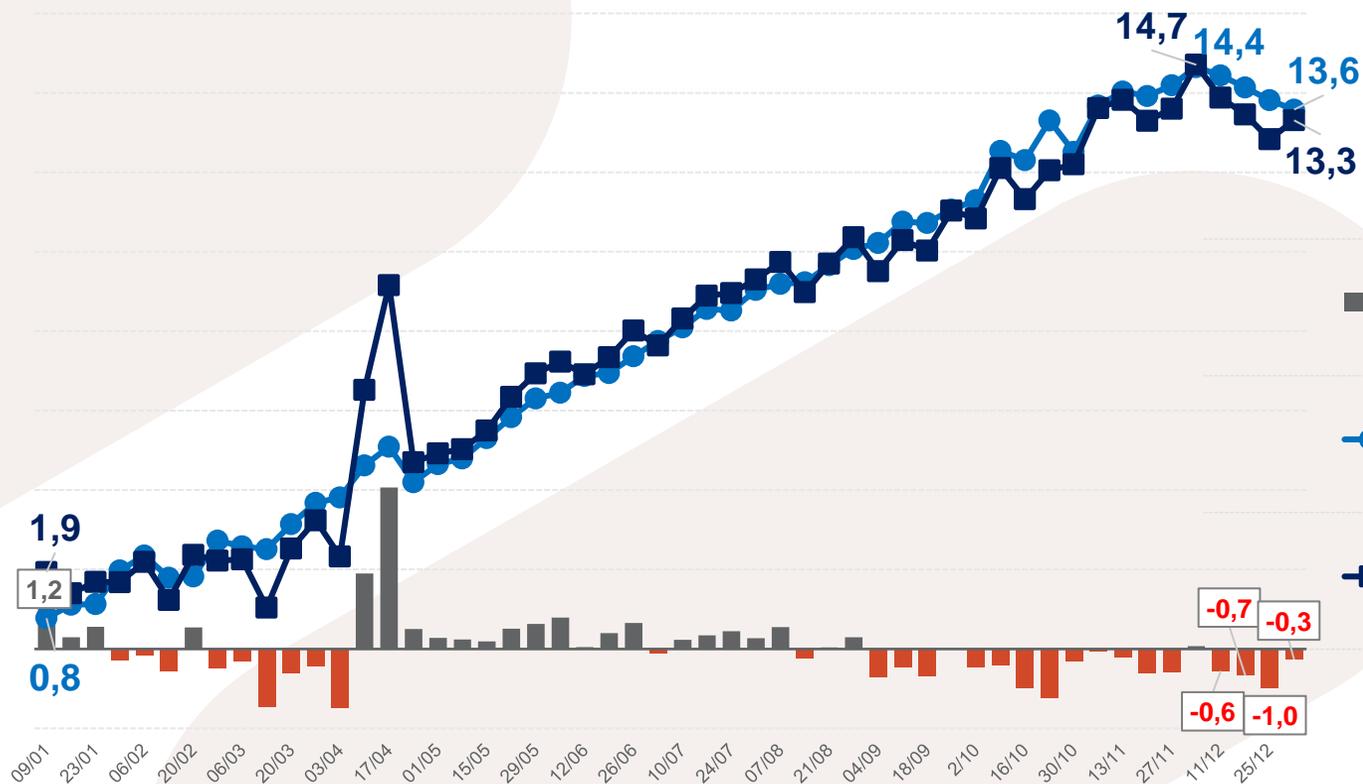
Eventi epocali che scuotono il mercato

	2019	2020	2021	2022 ⁵
Fattori di Discontinuità		PANDEMIA COVID-19 - Lockdown - Calo consumi fuori casa - Esplosione smart working	PANDEMIA COVID-19 - Ritorno alla mobilità - Ripresa consumi fuori casa - Consolidamento smart working	CRISI UKR/RUS - Esplosione prezzi materie prime - Aumento costi obbligati - Diminuzione potere d'acquisto
Impatti su LCC				
Crescita a Valore ¹	3,0%	8,8%	3,3%	7,4%
Inflazione ²	-0,4%	+0,7%	-0,7%	+7,9%
Crescita a Volume ¹⁻⁴	3,0%	7,3%	3,5%	-0,3%
Promozioni ¹	26,4%	24,2%	24,8%	22,5%
Quota E-commerce ¹	0,9%	2,0%	2,3%	2,3%
Quota Discount ¹	17,5%	18,1%	19,4%	20,6%
Quota MDD ³	19,5%	20,0%	19,8%	20,9%

Fonte: IRI Liquid Data™ e IRI Osservatorio Prezzi®. Largo Consumo Confezionato. ¹Ipermercati + Supermercati +Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Discount + Generalisti Online + Petshop Catene. ²Ipermercati + Supermercati +Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Discount. ³Ipermercati + Supermercati +Libero Servizio Piccolo. ⁴Volumi = Valori a prezzi costanti ⁵2022: 52 settimane al 1 gennaio 2023.

Con inflazione a 2 cifre finisce l'effetto trading up, **trading down** dal mese di settembre

LCC – Variazioni % dei PREZZI – Settimane, ultimo mese e 2022



	2022	Dicembre 2022
Differenza (Effetto Mix)	0,0	-0,5
Inflazione LCC ¹	7,9	14,1
Inflazione del Carrello ²	7,9	13,6

Pasqua '21: 4 aprile
Pasqua '22: 17 aprile



¹Fonte: IRI Osservatorio Prezzi®. ²Fonte: IRI Carrello della Spesa®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Discount. 2022: 52 settimane al 1 gennaio 2023. Dicembre 2022: 5 settimane al 1 gennaio 2023.

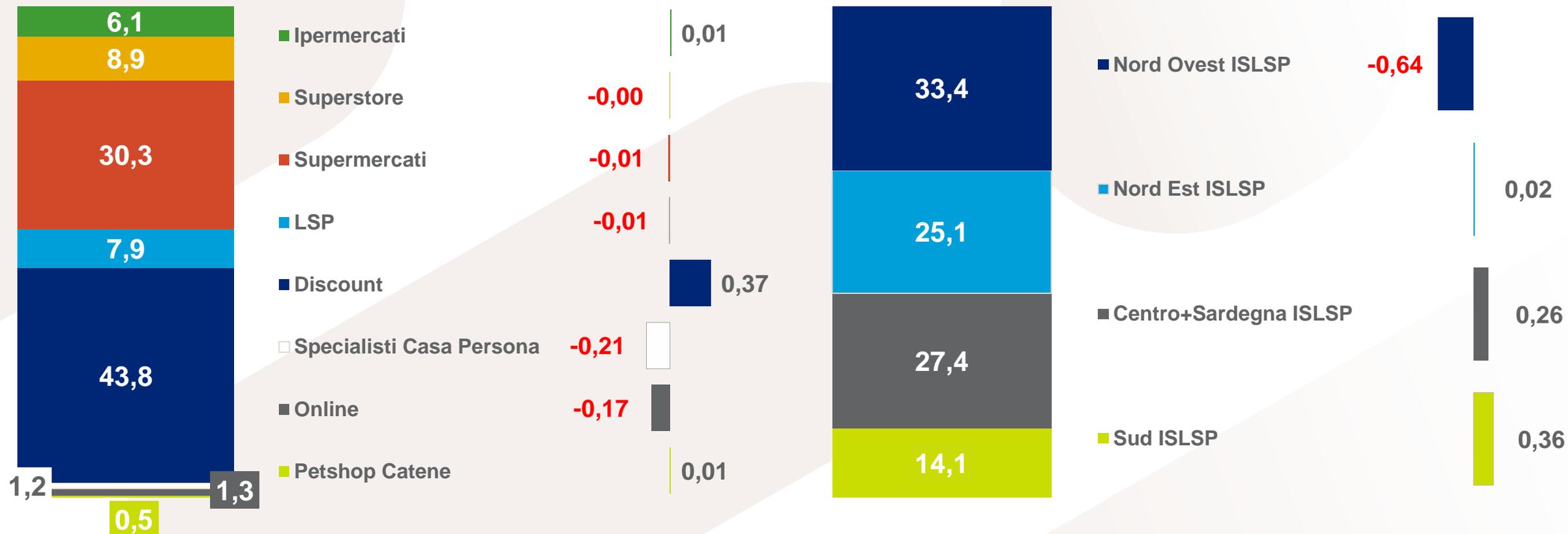
La quota della MDD è in crescita sostenuta sia da crescite di fatturato che di volumi

MDD LCC – Performance per Canale – 2022

	Quota MDD	Delta Punti Quota	Trend a Valore	Trend Volume ¹
Omnichannel	28,2	1,2	12,0	1,2
ISLsp	20,9	1,2	12,0	2,9
<i>Ipermercati</i>	18,0	1,3	12,2	3,3
<i>Superstore</i>	18,7	1,1	11,9	3,7
<i>Supermercati</i>	22,1	1,2	11,9	2,7
<i>Libero Servizio Piccolo</i>	22,2	0,9	11,9	2,5
Discount	59,9	-0,5	12,9	0,2
Specialisti CP	6,8	-0,8	-5,2	-12,0
Generalisti Online	16,3	-0,9	-0,5	-5,2
Petshop Catene	25,3	0,9	14,4	2,0

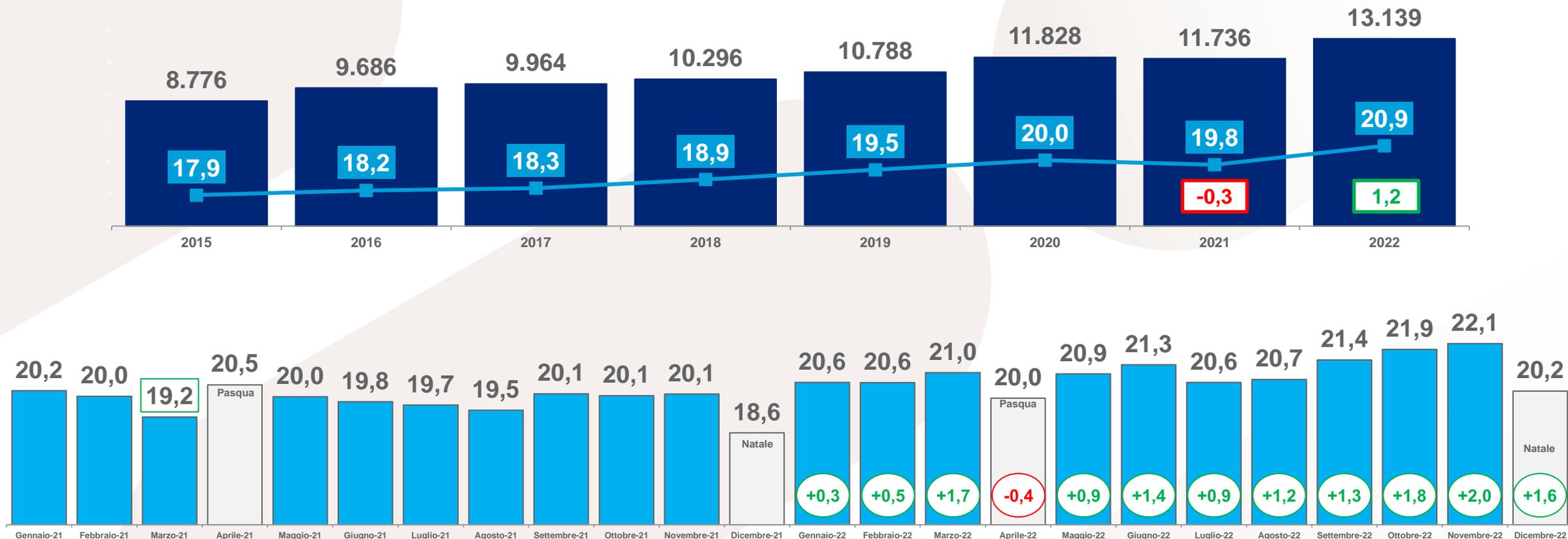
Aumenta il peso dei Discount sulle vendite della MDD. Cambia anche l'equilibrio sul territorio, con il Centro ed il Sud che acquistano maggiore rilevanza

MDD LCC – Peso dei Canali e delle Aree sulle vendite MDD e delta punti vs anno precedente – 2022



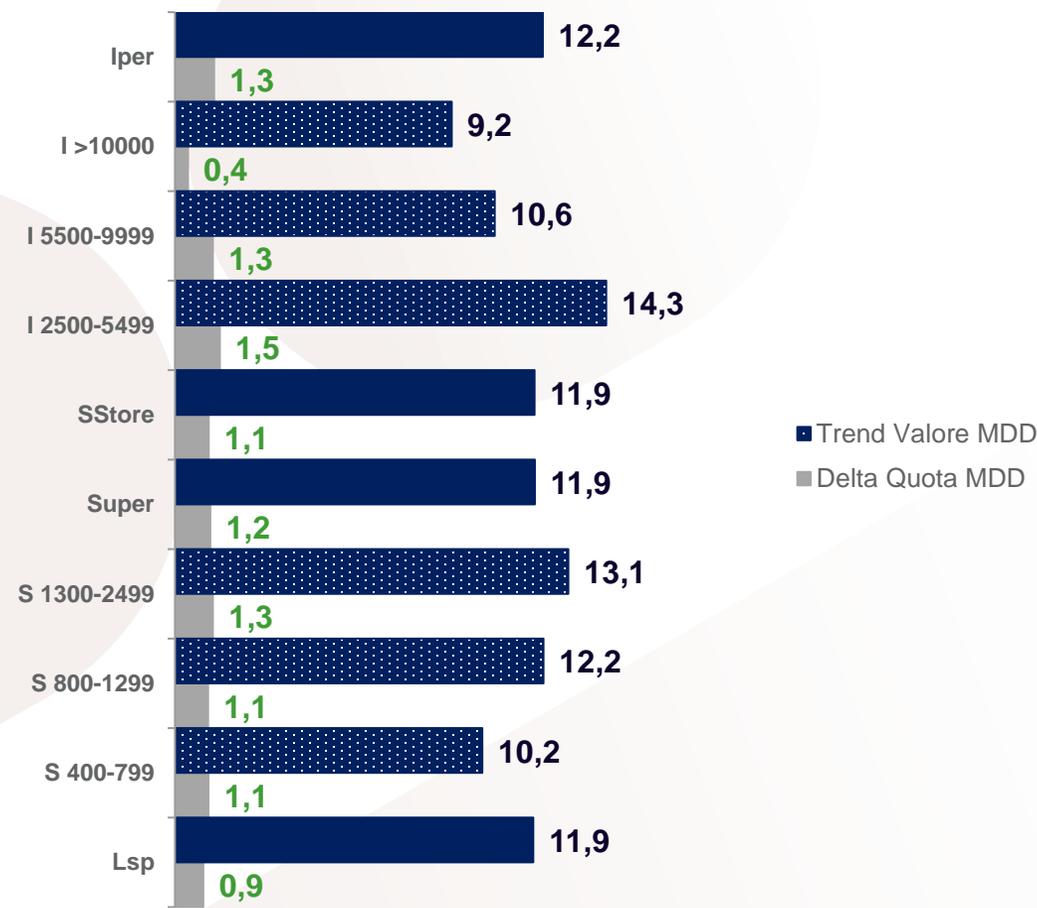
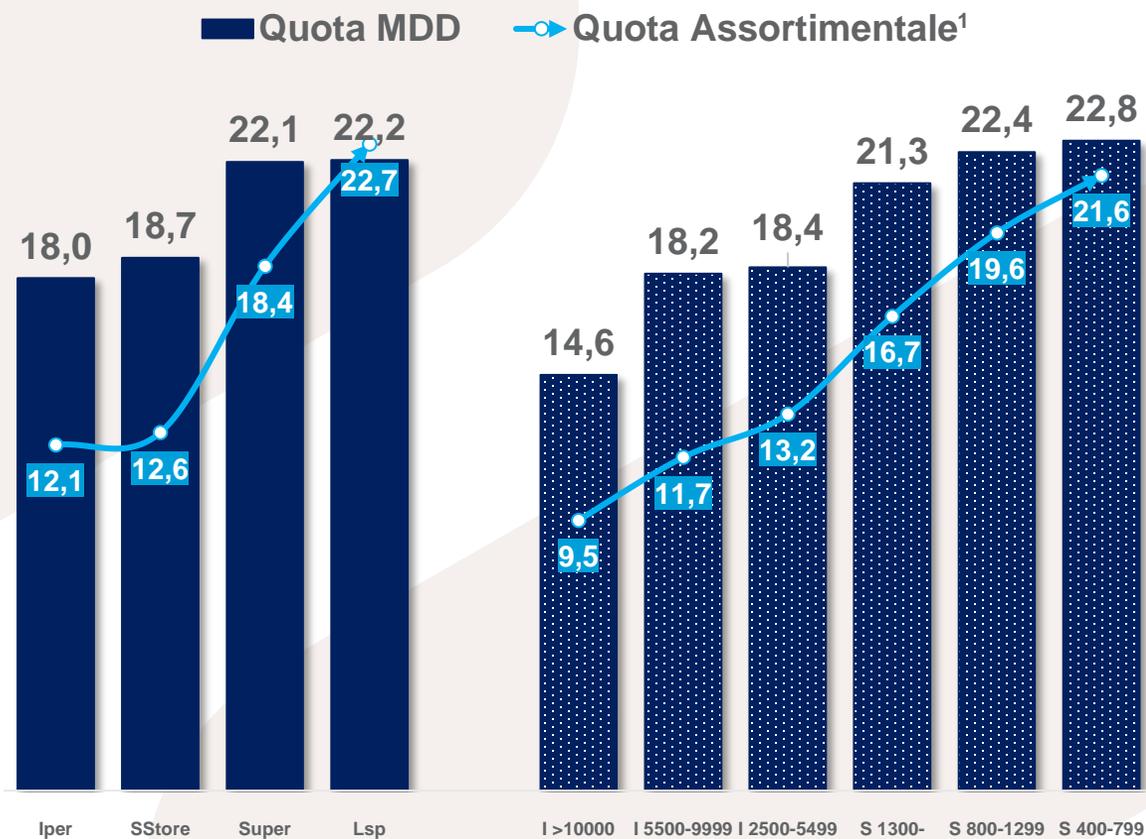
Nel 2022 la MDD torna a guadagnare quote di mercato, con una particolare accelerazione nella seconda parte dell'anno

MDD LCC – Fatturato in mio€ e Quota Valore della MDD – Anni 2015-2022



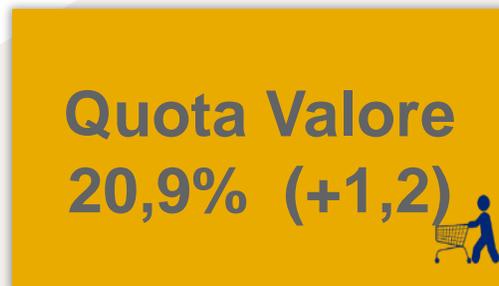
La quota della MDD è inversamente correlata alla superficie dei punti di vendita

LCC – Il posizionamento competitivo della MDD nei canali / format – 2022



La radiografia della Marca del Distributore nel 2022

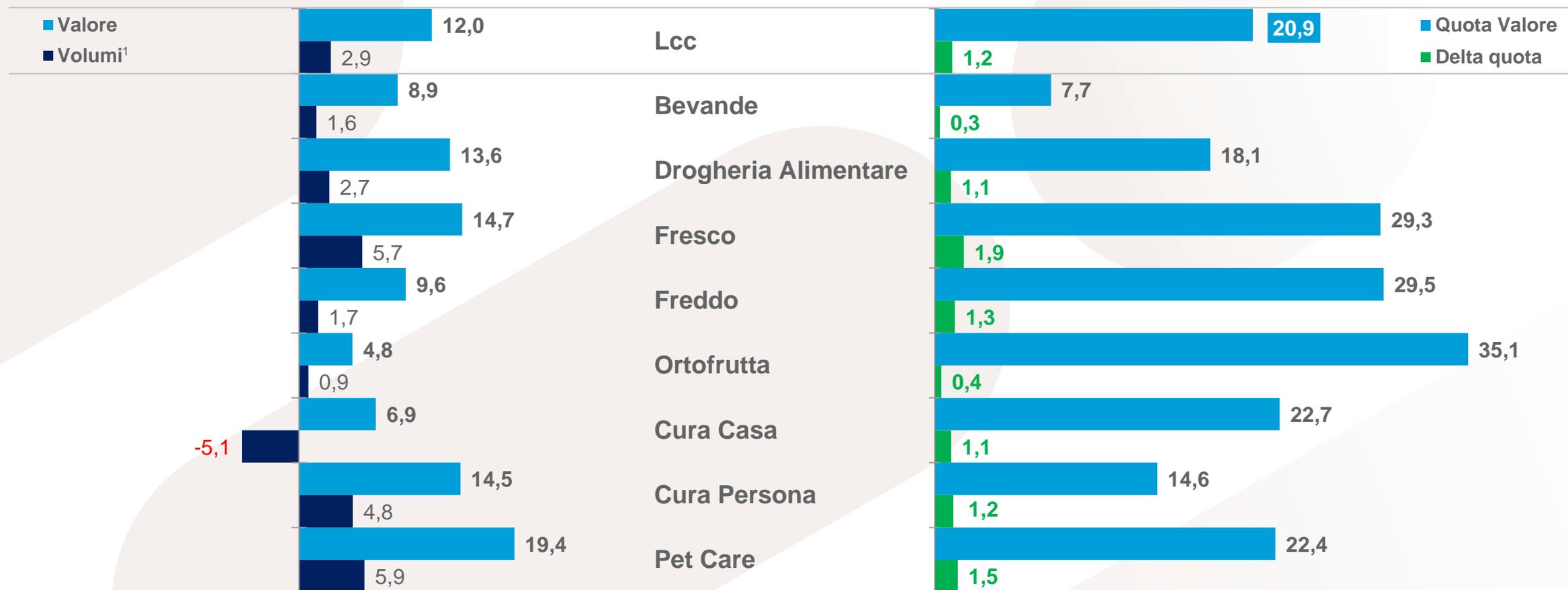
MDD LCC – Indicatori di performance della MDD – 2022



La MDD migliora il posizionamento competitivo in tutti i reparti, soprattutto nel Fresco e Pet Care dove è sostenuta anche da una **decisa crescita a volume**

MDD LCC – Variazione % – 2022

Quota Valore / Variazione pts quota – 2022

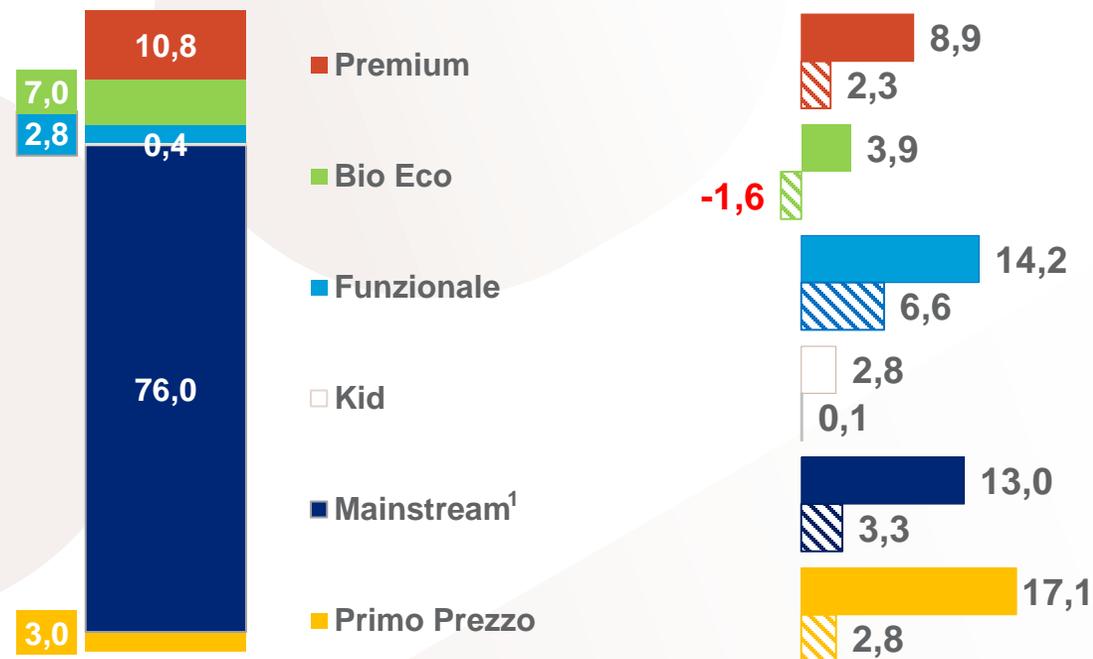


Le linee alta gamma mantengono un buon dinamismo, ad eccezione del Bio/Eco. Cresce il primo prezzo, ma il mainstream rimane determinante

LCC – Contributi alla crescita delle vendite in VALORE della MDD – Punti percentuali² – 2022

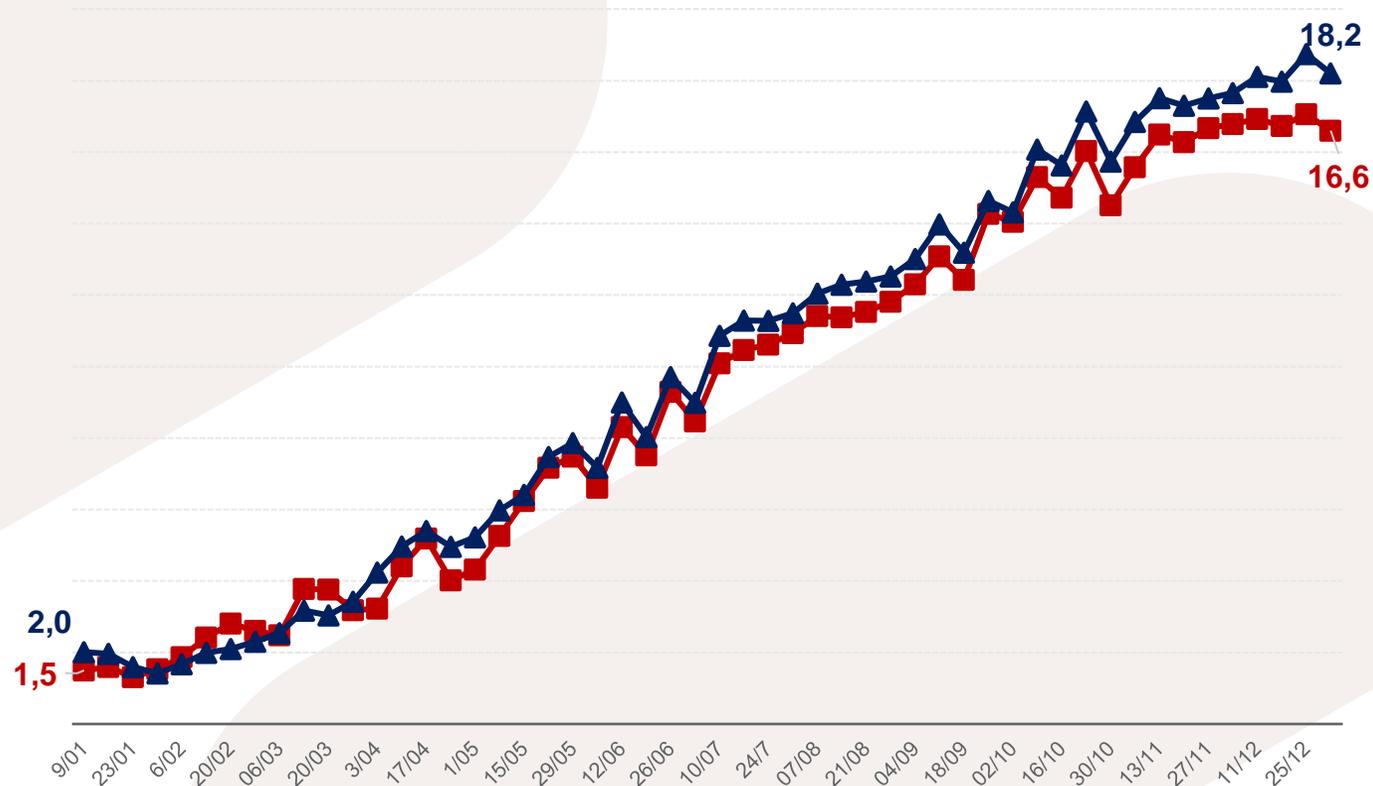


MDD LCC – La segmentazione dell'offerta – Incidenza % e Trend³ VALORE/VOLUME⁴ – 2022



La corsa del fenomeno inflattivo nella MDD, soprattutto nel segmento Insegna

LCC – Variazioni % dei PREZZI¹ – Settimane, ultimo mese e 2022

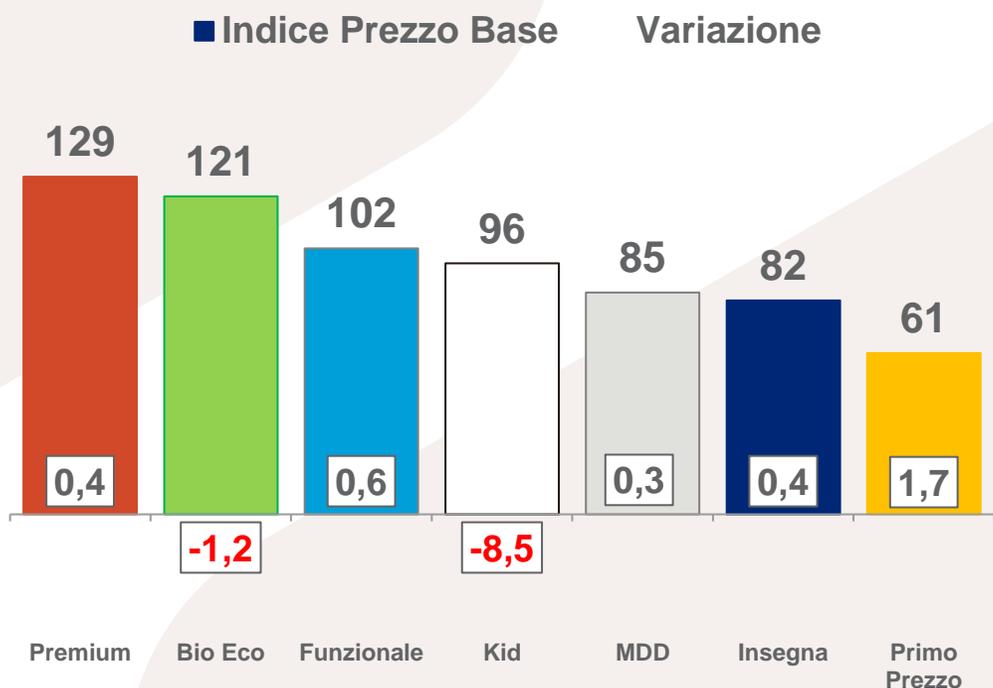


	2022	Dicembre 2022
■ Inflazione LCC MDD	9,2	16,8
▲ Inflazione LCC MDD Insegna	9,8	18,1

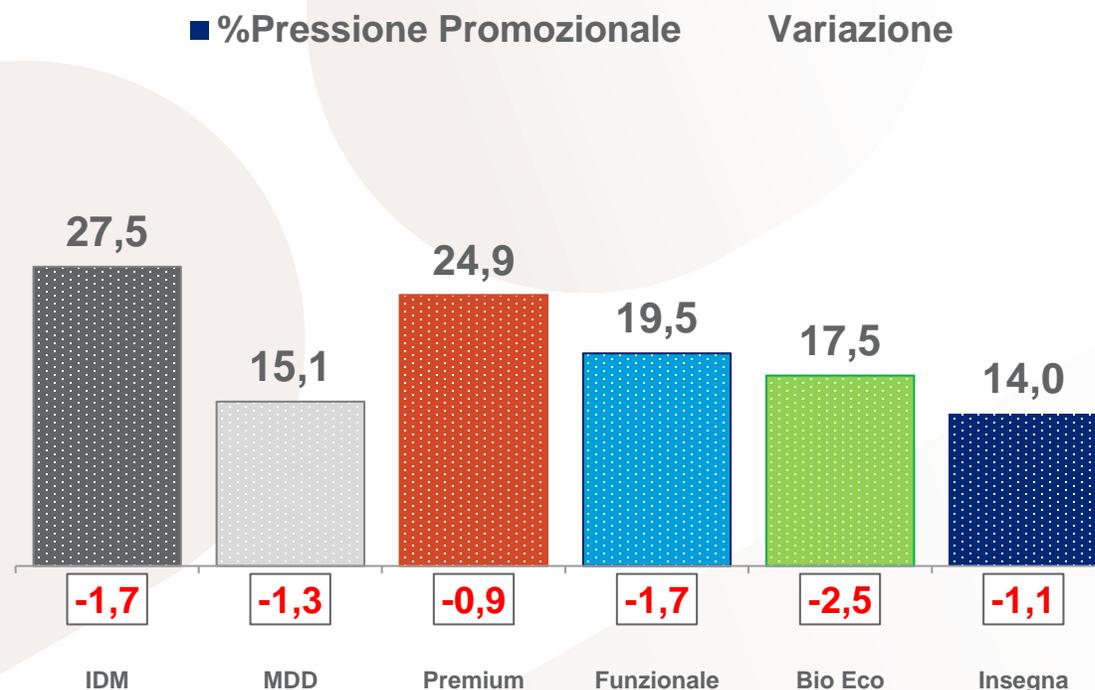
¹Fonte: IRI Osservatorio Prezzi®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2022: 52 settimane terminanti al 1 gennaio 2023. Dicembre 2022: 5 settimane terminanti al 1 gennaio 2023.

Nel 2022 l'inflazione porta ad **peggioramento del posizionamento di prezzo a scaffale della MDD. Contrazione della promozionalità, inferiore rispetto ad IDM**

MDD LCC – Il posizionamento di prezzo a scaffale per segmento¹ – YE Ottobre 2022

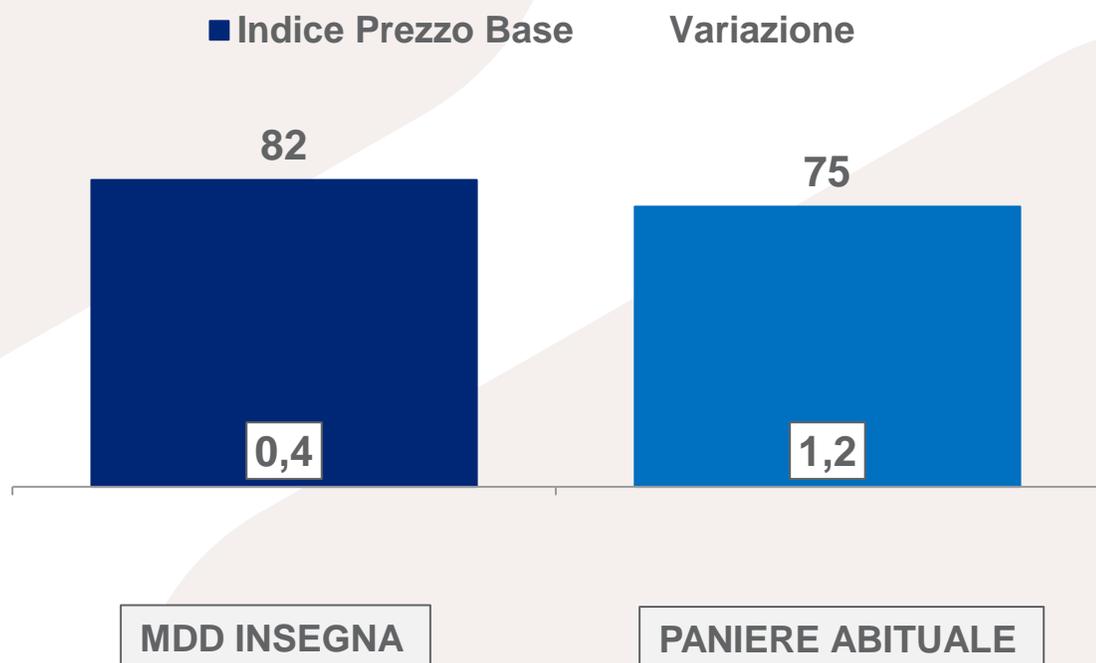


MDD LCC – Promozionalità IDM vs MDD per segmento² – YE Ottobre 2022

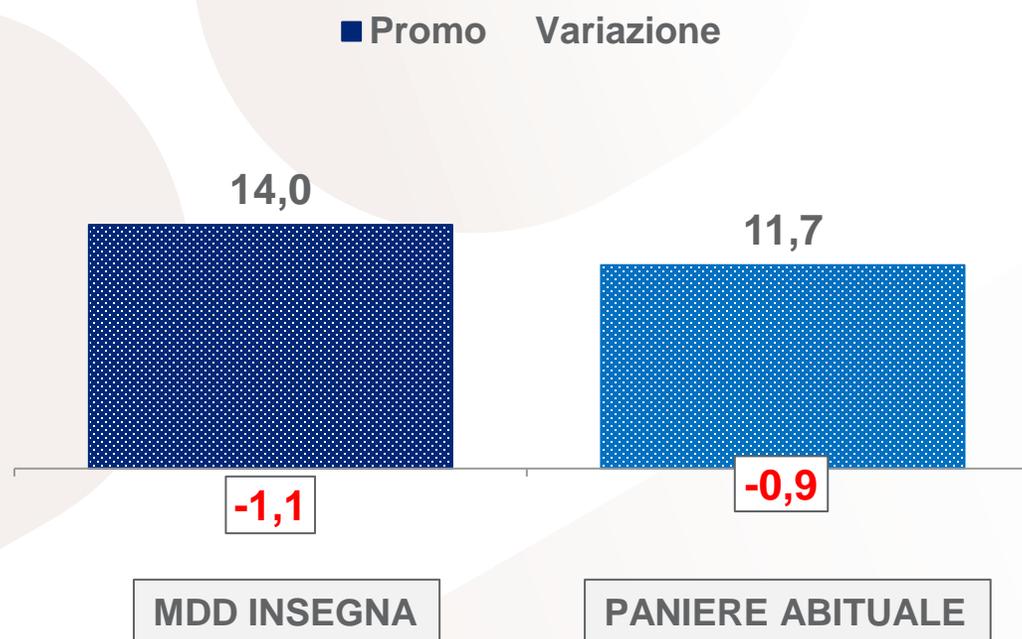


L'inflazione colpisce in particolare il **paniere di prodotti di acquisto abituale**, dove si osserva un **aumento del posizionamento di prezzo** mediamente superiore

MDD LCC – Il posizionamento di prezzo MDD INSEGNA¹ – YE Ottobre 2022



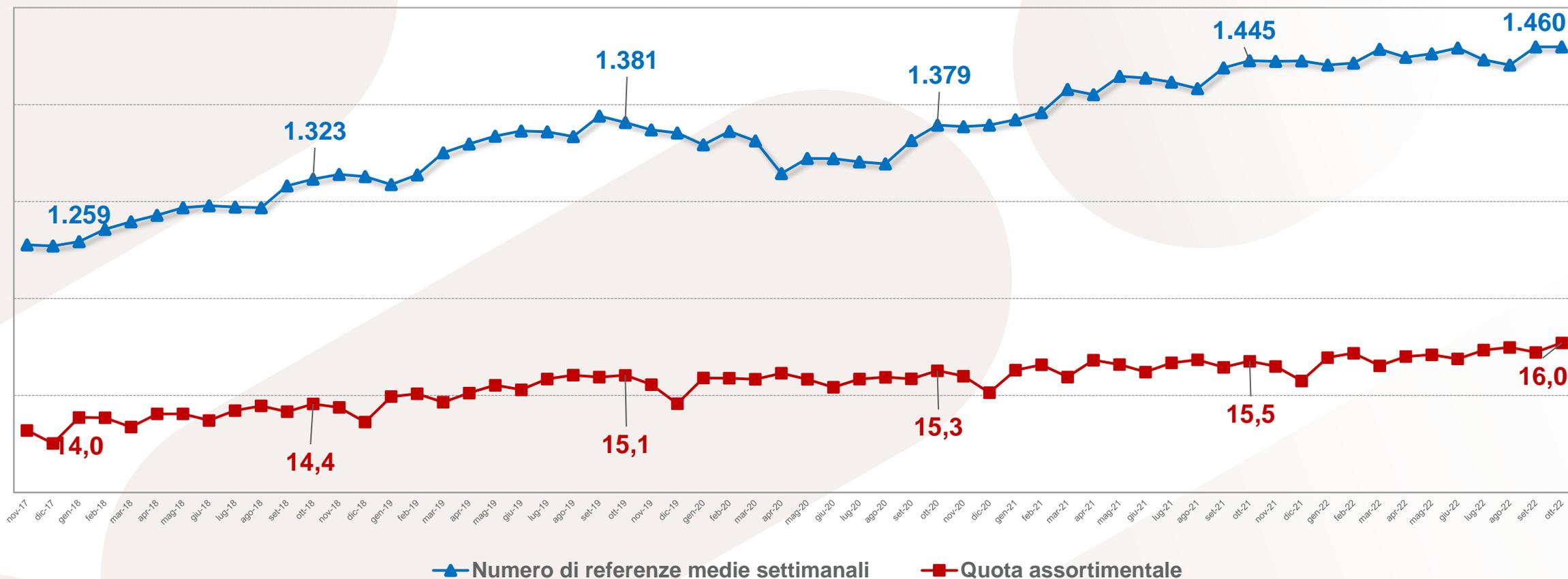
MDD LCC – La promozionalità della MDD INSEGNA² – YE Ottobre 2022



Fonte: IRI Liquid Data™. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2021: 52 settimane al 2 gennaio 2022.¹Indice di Fisher: posizionamento del prezzo base calcolato a livello di segmento nei segmenti in cui è presente la MDD. ²Ogni Riduzione di Prezzo.

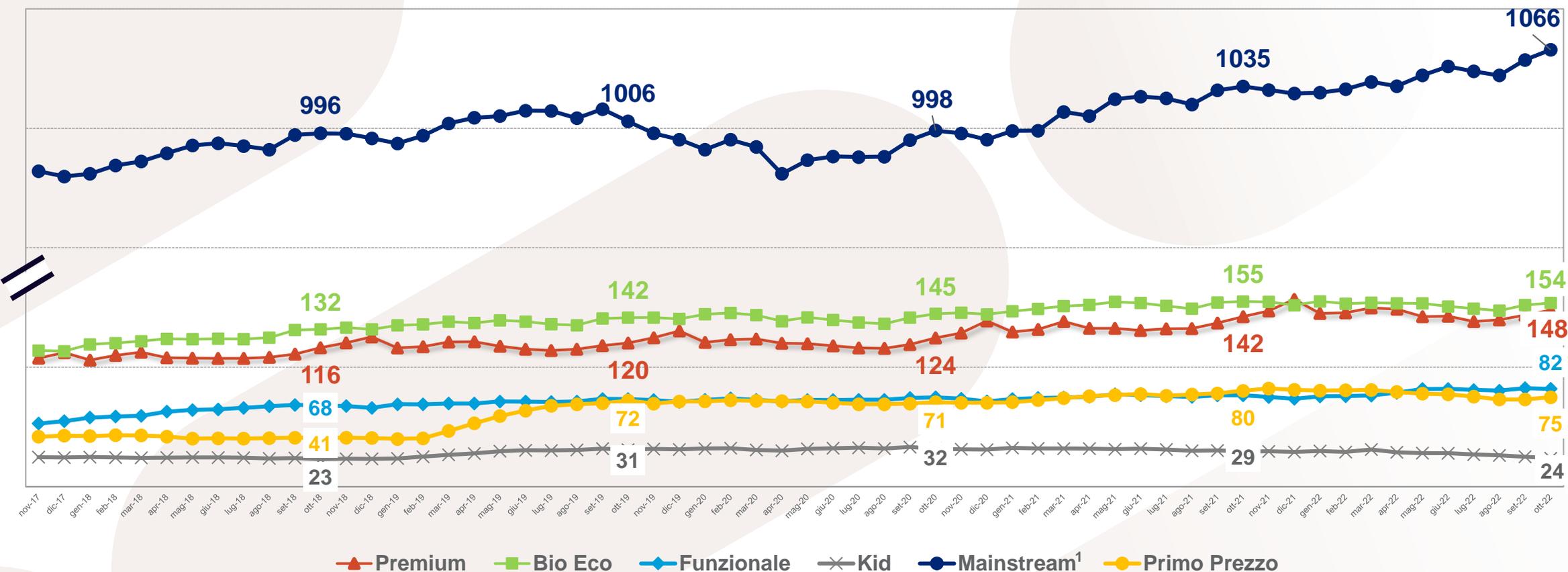
Lo scaffale privilegia sempre di più la presenza della MDD e dei suoi segmenti

MDD LCC – Numero medio codici EAN vendenti / Quota EAN – 2017 - 2022



Lo scaffale privilegia sempre di più la presenza della MDD e dei suoi segmenti

SEGMENTI MDD LCC – Numero medio codici EAN vendenti – 2017 - 2022

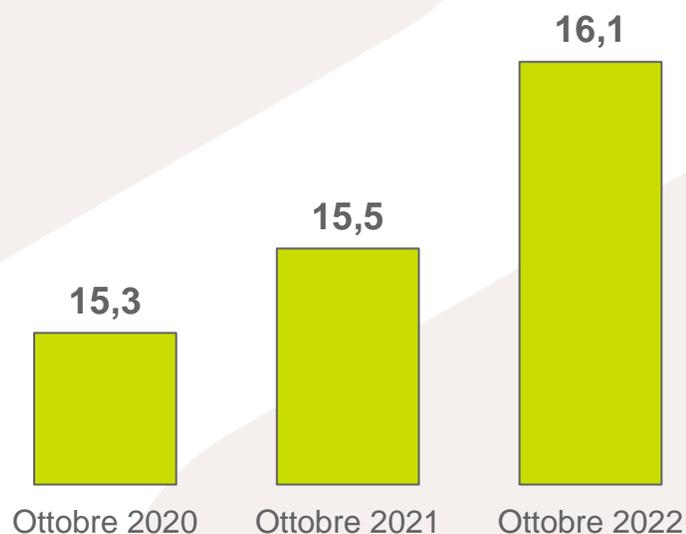


Fonte: IRI Liquid Data™. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. Singoli mesi da novembre 2017 a ottobre 2022.
¹Insegna + Marchi DO + Altre Marche.

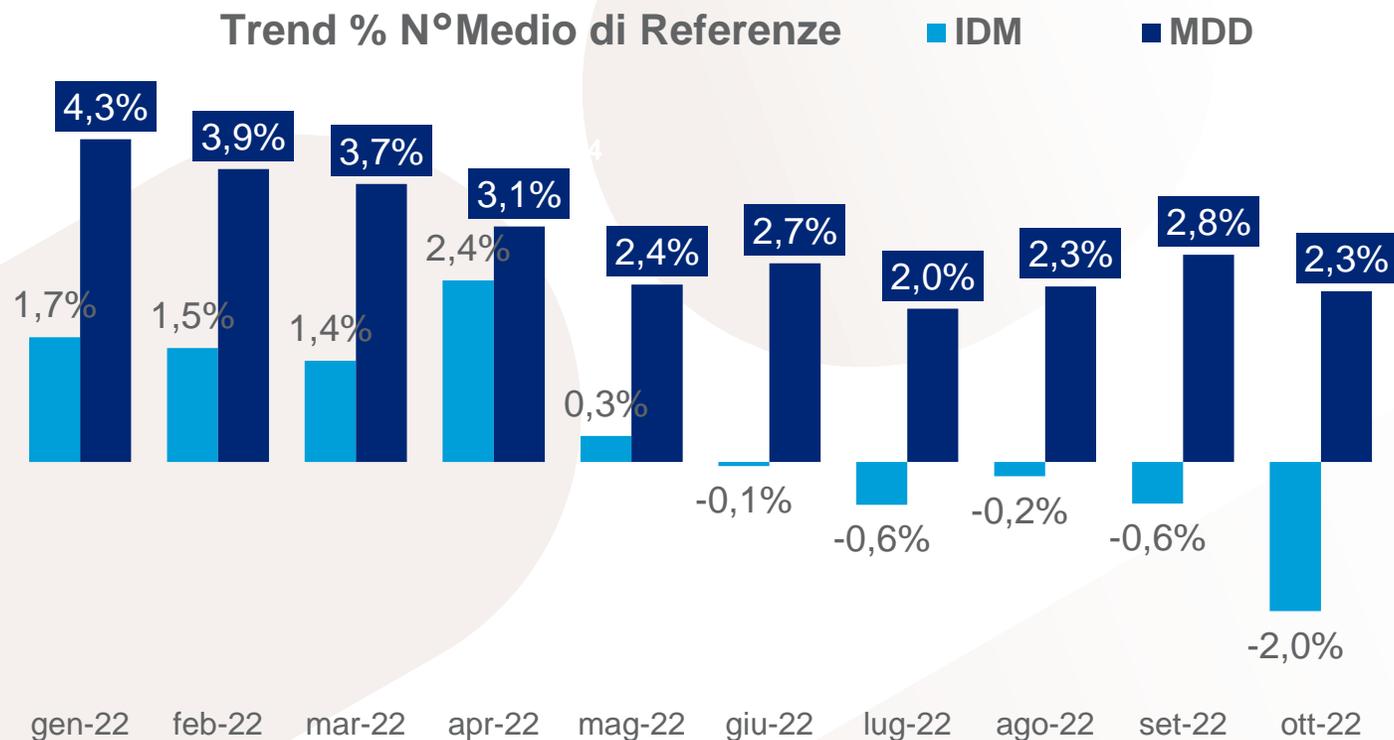
La crescita dell'offerta a scaffale MDD continua anche nel 2022

LCC – Quota e Trend Assortimentale MDD

% Quota Assortimentale della MDD

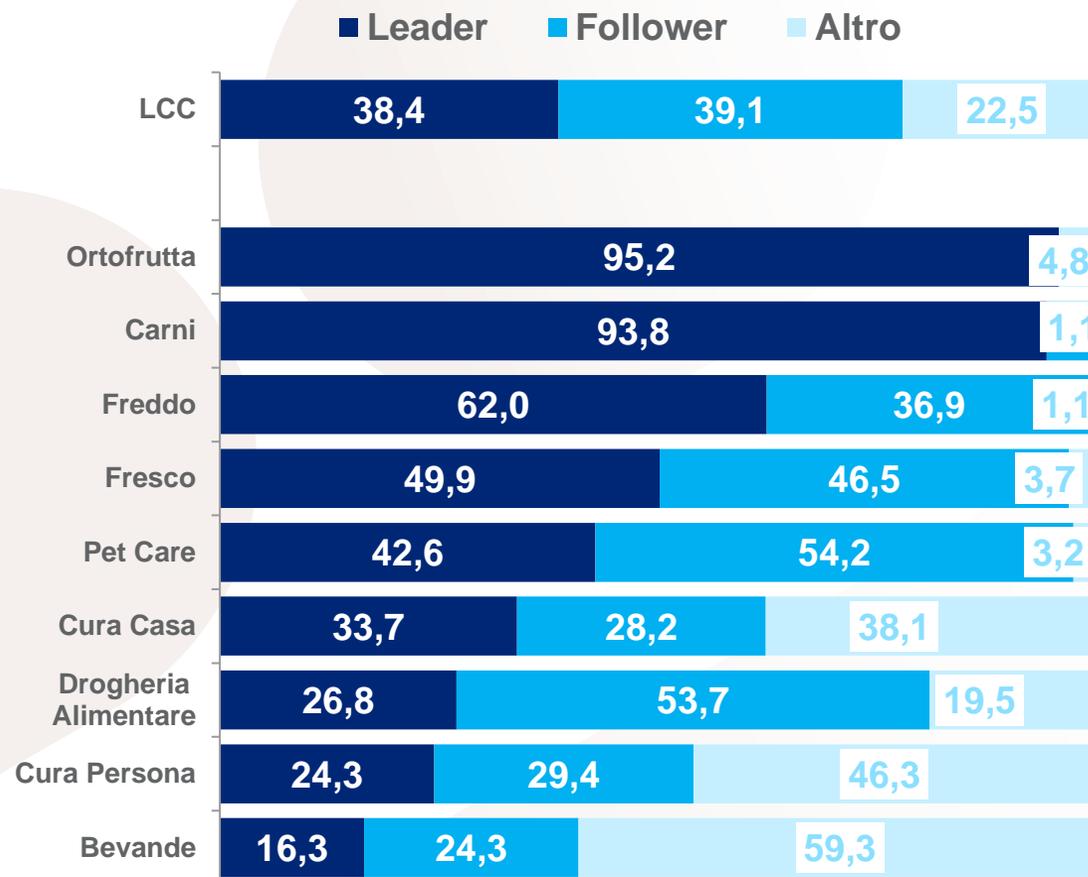


Trend % N° Medio di Referenze



La MDD espande la propria leadership, diventando il primo vendor in 153 categorie. Nel 77,5% del mercato è leader / follower

LCC – La leadership¹ della MDD – # Categorie e Ponderata su LCC – YE Ottobre 2022



La crescita della quota della MDD è correlata positivamente con il posizionamento competitivo nella categoria

LCC – La leadership¹ della MDD – YE Ottobre 2022

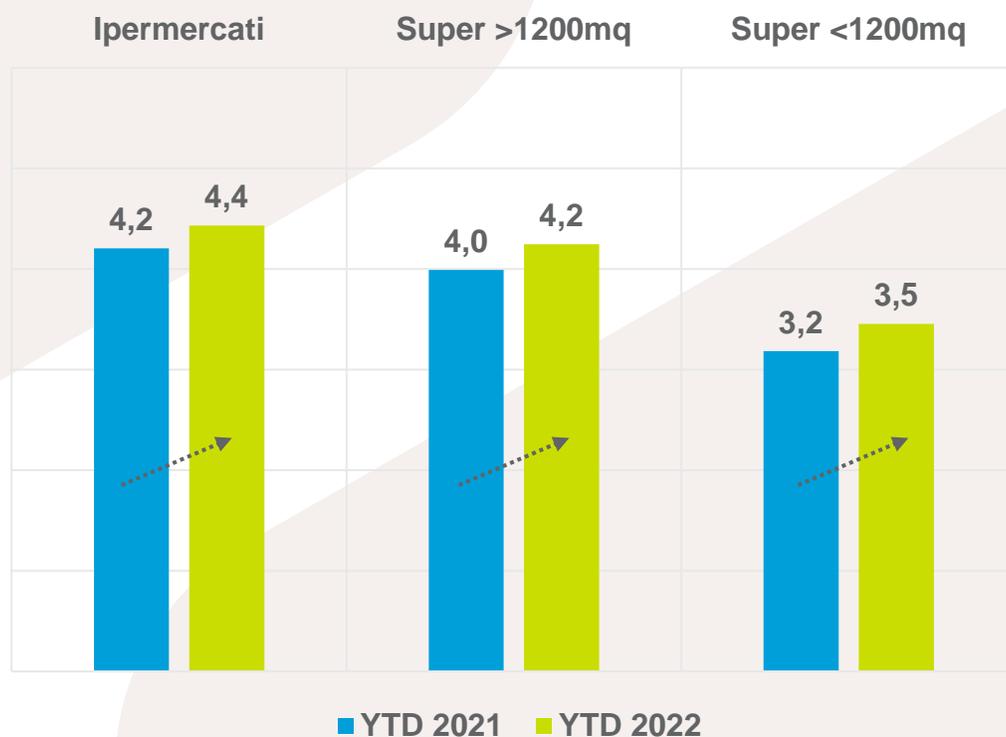


Fonte: IRI Liquid Data™. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. YE Ottobre 2022: 52 settimane terminanti al 30 ottobre 2022.

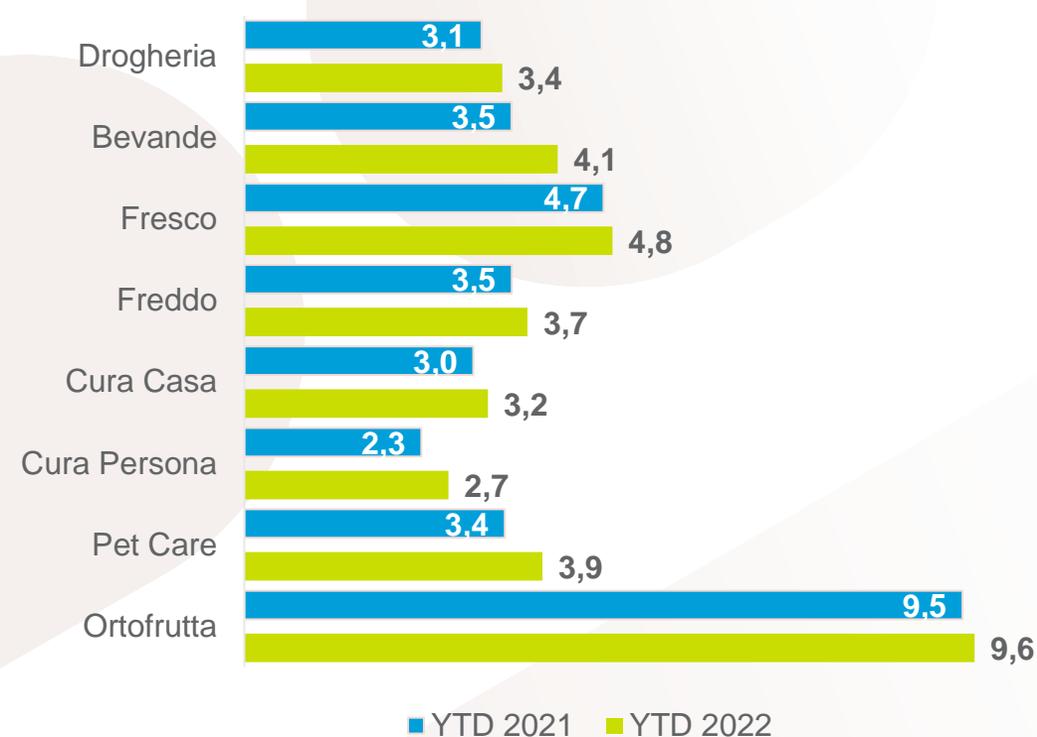
¹Leader: 1° produttore della categoria, Follower: 2°/3° produttore della categoria ed Altro: dal 4° posto in poi o non presente. ²Numero Medio di Referenze settimanali nel 12 mesi a Ottobre 2022.

Nel corso del 2022 si tende ad una minor efficienza a scaffale in tutti i canali e reparti, con bevande e pet care particolarmente colpiti

LCC MDD – % Out of Stock nei Canali – YTD 2022 vs YTD 2021



LCC MDD – % Out of Stock nei Reparti – YTD 2022 vs YTD 2021



Il modello di crescita della MDD

1

Sviluppo e segmentazione dell'offerta

3

Copertura distributiva ed assortimenti

2

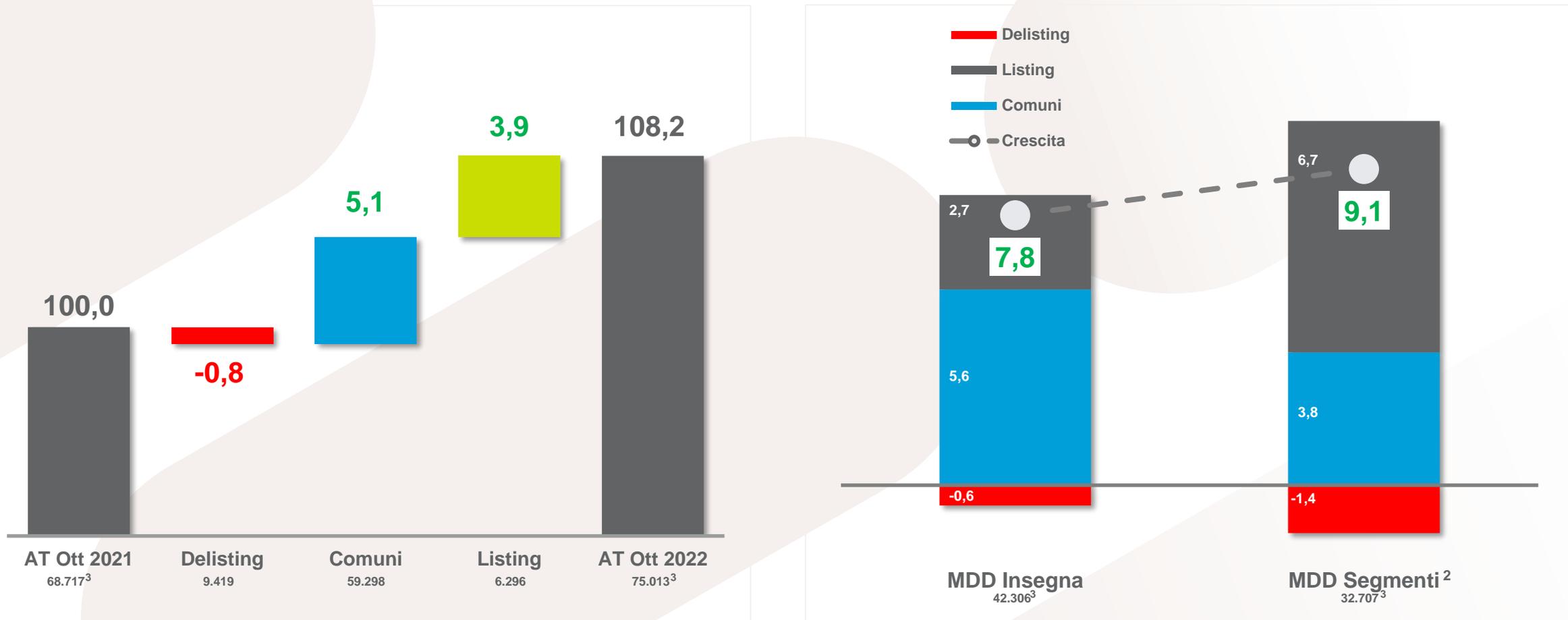
Prezzo a scaffale e promozioni

4

2 anni di dati,
YE Ottobre 22
vs
YE Ottobre 21

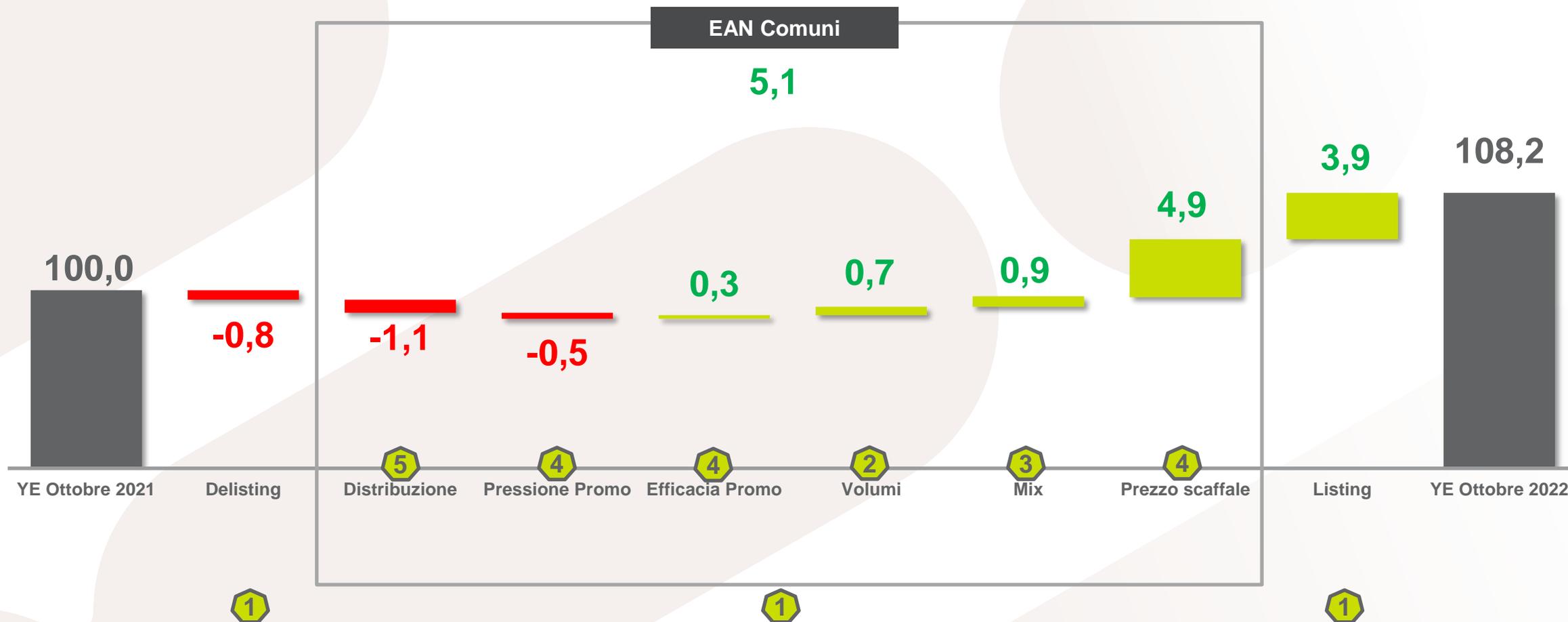
Le politiche di segmentazione dell'offerta e di manutenzione del segmento Insegna sono alla base della crescita della MDD

LCC – Contributi alla crescita delle vendite della MDD – Punti percentuali¹ – YE Ottobre 2022



Il modello di crescita della MDD è guidato dalle **politiche di prodotto** e dagli **effetti dell'inflazione**. Migliora la competitività anche grazie ai **volumi**

LCC – Contributi alla crescita delle vendite della MDD – Punti percentuali¹ – YE Ottobre 2022



Fonte: IRI Liquid Data™. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. YE Ottobre 2022: 52 settimane terminanti al 30 ottobre 2022. YE Ottobre 2021: 52 settimane terminanti al 31 ottobre 2021. Analisi per singolo codice EAN (tot. 75.013 attivi nel biennio di analisi). ¹Punti percentuali di variazione rispetto all'anno precedente. Indici delle vendite a valore 12 mesi ottobre 2021 = 100.

Il modello di crescita della MDD



Grazie

Per maggiori informazioni contattare:

Information Resources srl
Via dei Missaglia 97, 20142 - Milano
Marketing.Italy@iriworldwide.com

+39 02 52579 1

Follow us on Twitter: @IRI_INTL

