LA MARCA DEL DISTRIBUTORE: LE DETERMINANTI DI SUCCESSO SECONDO I CONSUMATORI

IL MERCATO DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE

L'INDOTTO INDUSTRIALE

IL PROFILO DEI CONSUMATORI

Il mercato della marca del distributore

Marca del distributore : alcuni dati sintetici

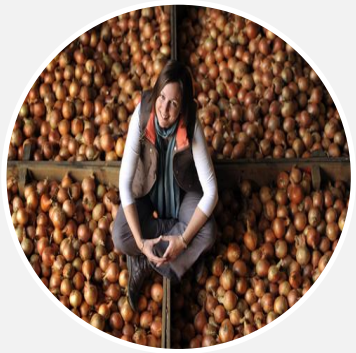
9,7	i miliardi di euro fatturati dalla MDD nel mercato del LCC
+18,9%	la quota di mercato in valore (+ 0,7 p.ti)
+2,7%	il trend del fatturato in GDO
56%	le categorie in cui cresce la quota a valore della MDD (223/398)
+3,1%	la crescita dell'offerta a scaffale della MDD
91,5%	le categorie LCC nelle quali è presente (398/435)

Fonte IRI: InfoScan Census™. Ipermercati, supermercati, libero servizio piccolo.
Totale Largo Consumo Confezionato. AT Novembre 2013

L’ indotto industriale

1.200 imprese copacker italiane

77% sono PMI



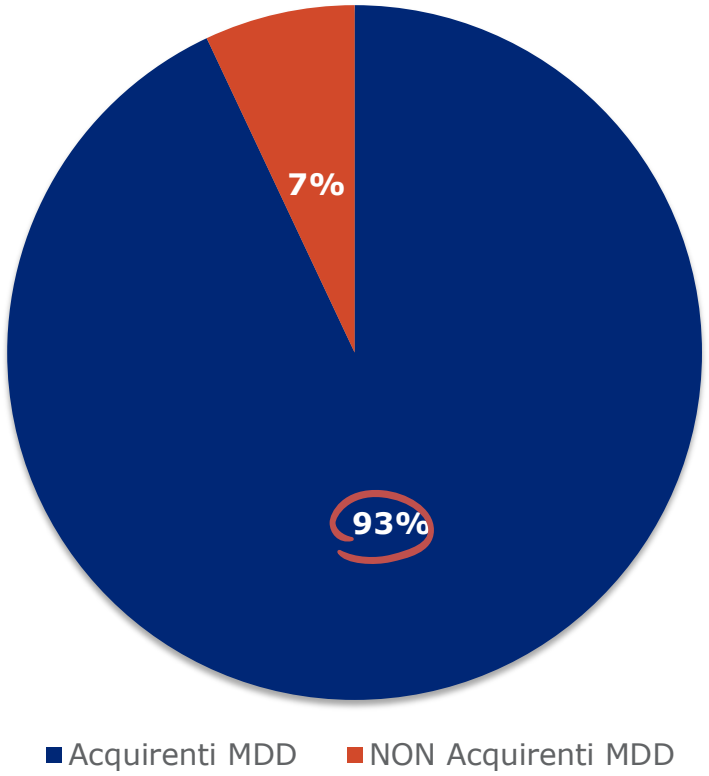
35.000 dipendenti

7,2 miliardi di euro realizzati con la marca del distributore

Il profilo dei consumatori

Penetrazione della Marca del Distributore
Oltre 9 Italiani su 10 l'acquistano

PENETRAZIONE MARCA DEL DISTRIBUTORE



HEADLINE

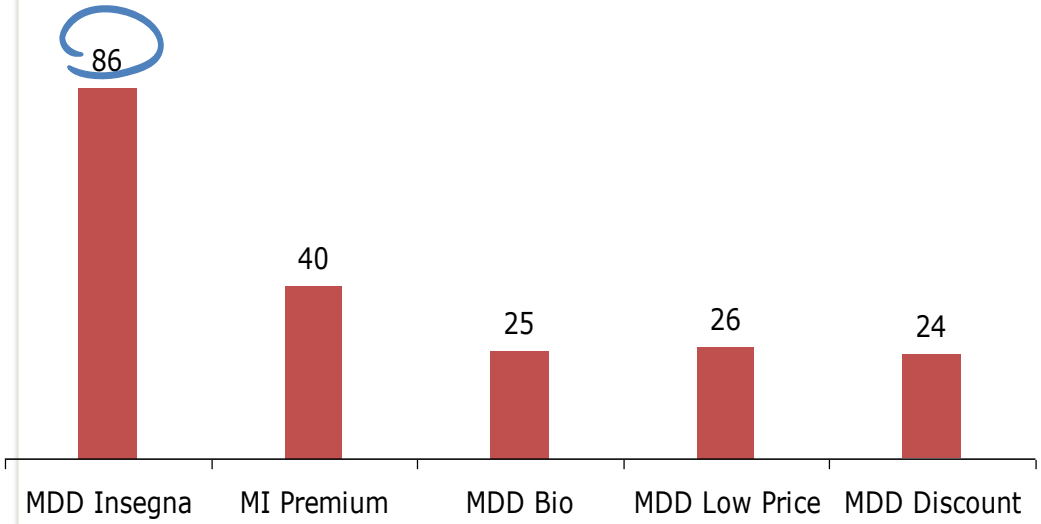
- Mediamente il 93% degli Italiani dichiara di acquistare almeno un prodotto di Marca del distributore nei punti vendita in cui si reca ad effettuare la propria spesa
  - Penetrazione più marcata al Nord (NO 95% e NE 94%)
- Un 7% di Shopper Italiani dichiara di non aver mai acquistato prodotti MDD (3%) oppure di averli acquistati in passato ma ora di non acquistarli più (4%)

Base: Totale 1.613

Fonte: Domanda 11

Shopper Marca del distributore
Preferenze d'acquisto

PREFERENZE D'ACQUISTO



HEADLINE

- Maggiormente acquistati (86%) sono i prodotti delle linee Insegna, seguite da quelli delle linee Premium (40%)
- Gli acquisti sono maggiormente concentrati nell'Alimentare Confezionato e nel Peso variabile

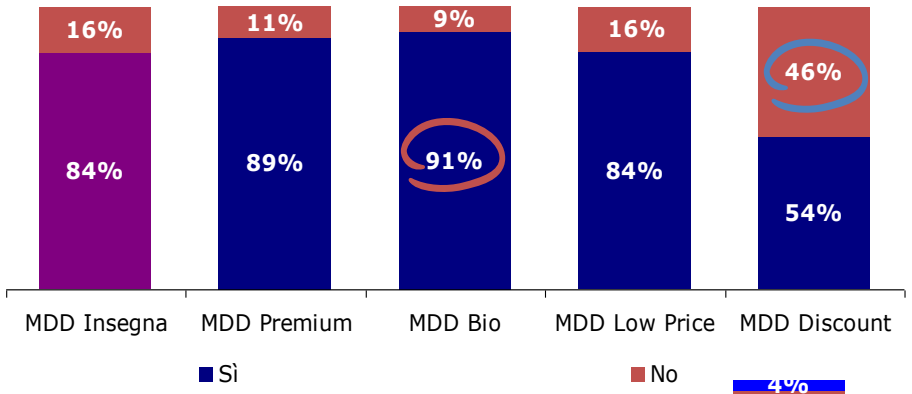
Base: Acquirenti MDD 1.514

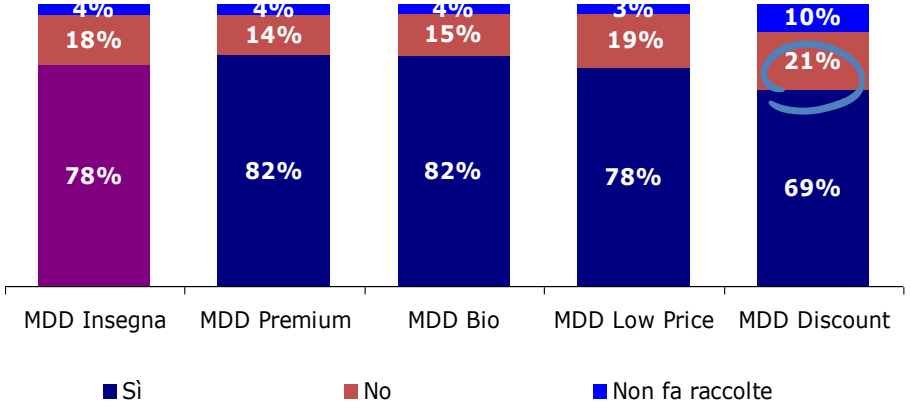
Fonte: Domanda 13a

Shopper MDD
Abitudini di spesa: indicatori di fedeltà

SHOPPING HABITS PER LINEE DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE

POSSESSO CARTA FEDELTA'



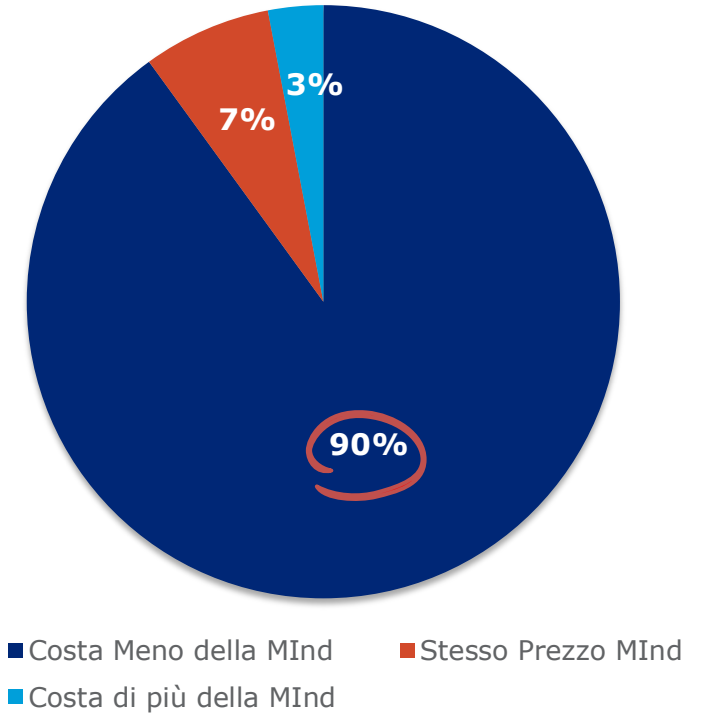


Base: Acquirenti MDD 1.514

Fonte: Domanda 9 e 10

Percepito di Convenienza della MDD

POSIZIONAMENTO PERCEPITO



HEADLINE

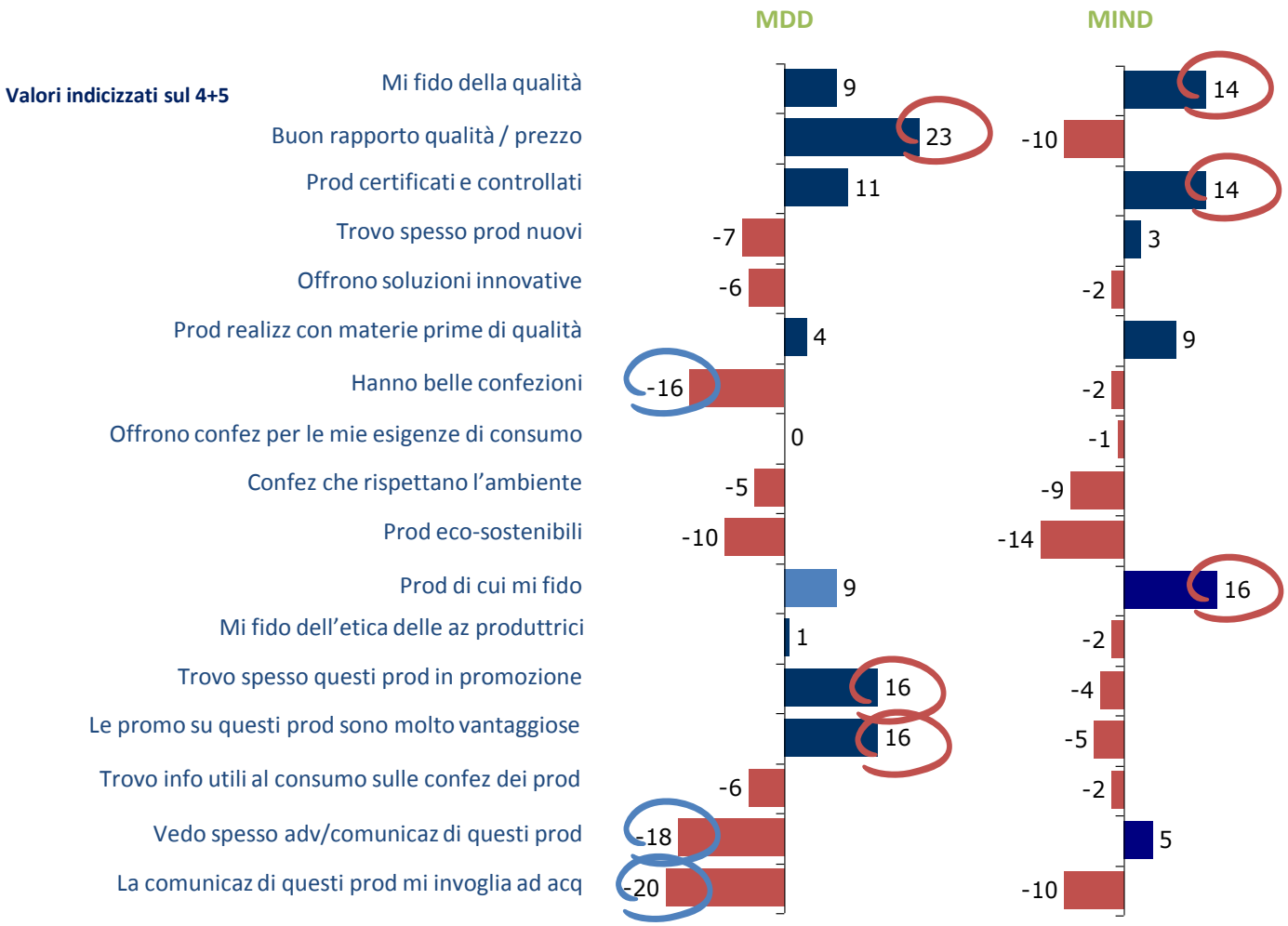
- I prodotti MDD sono riconosciuti come più convenienti dei corrispondenti prodotti Marca industriale (90%)
- Mediamente meno di 1 Shopper su 10 ritiene che abbiano lo stesso posizionamento di prezzo dei prodotti equivalente di Marca Industriale

Base: Acq MDD: 1.514

Fonte: Domanda 16

Motivi di scelta della Marca del distributore vs Marca industriale

Quali sono i fattori che la portano ad acquistare i prodotti MDD vs gli stessi di Marca industriale (Scala di risposta da 1 a 5)



Base: Totale 1.613

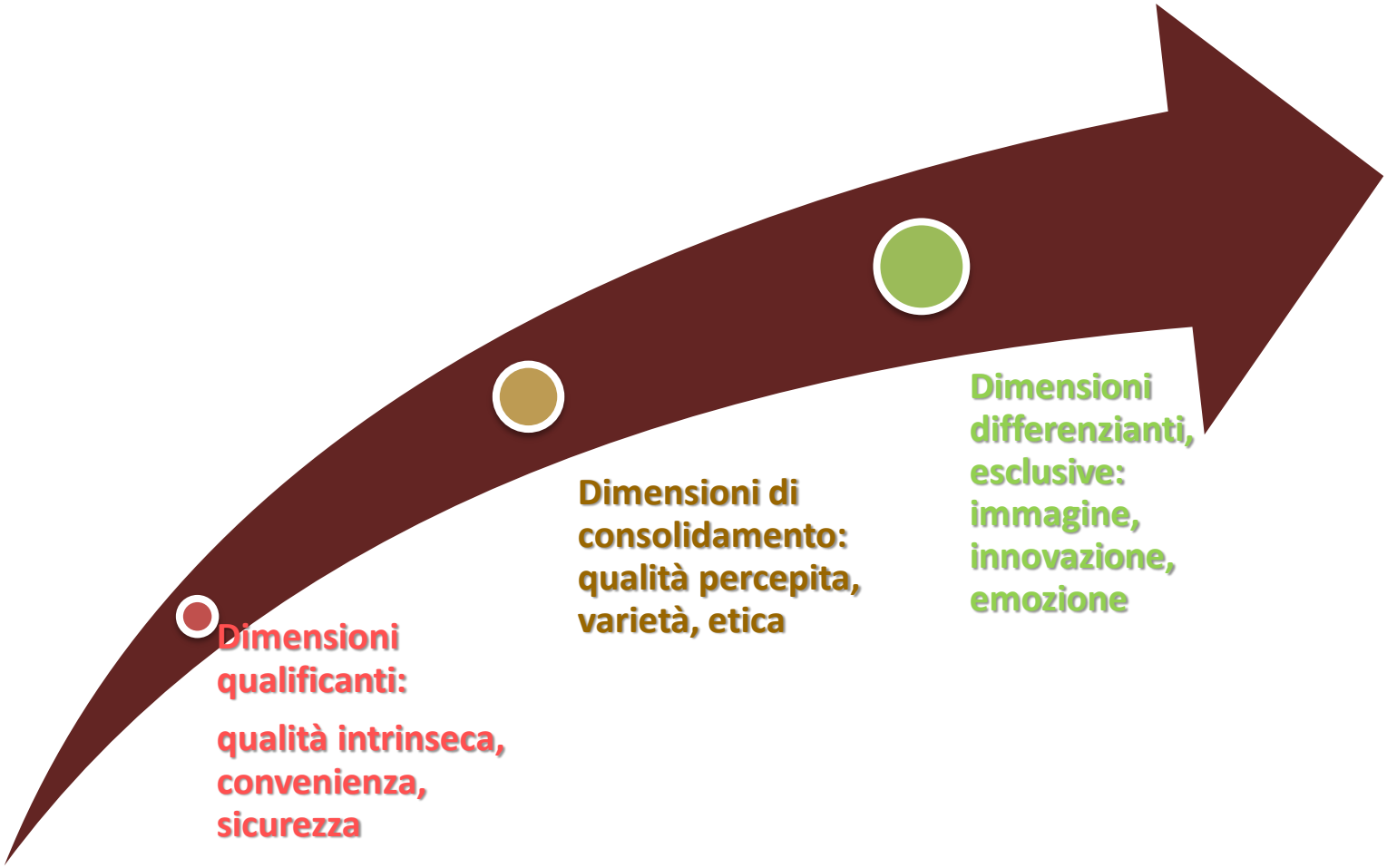
HEADLINE

- Elementi di FORZA dei prodotti della Marca Ind. riconosciuti sono:
  - Fiducia nella qualità offerta
  - Garanzia e certificazione

  Tutti elementi che appartengono anche ai prodotti di MDD anche se con minore intensità.
- Elementi divergenti si riscontrano essenzialmente in:
  - Innovazione
  - Comunicazione

Fonte: Domanda 12

I fattori di scelta della marca del distributore



I fattori sintetici di scelta

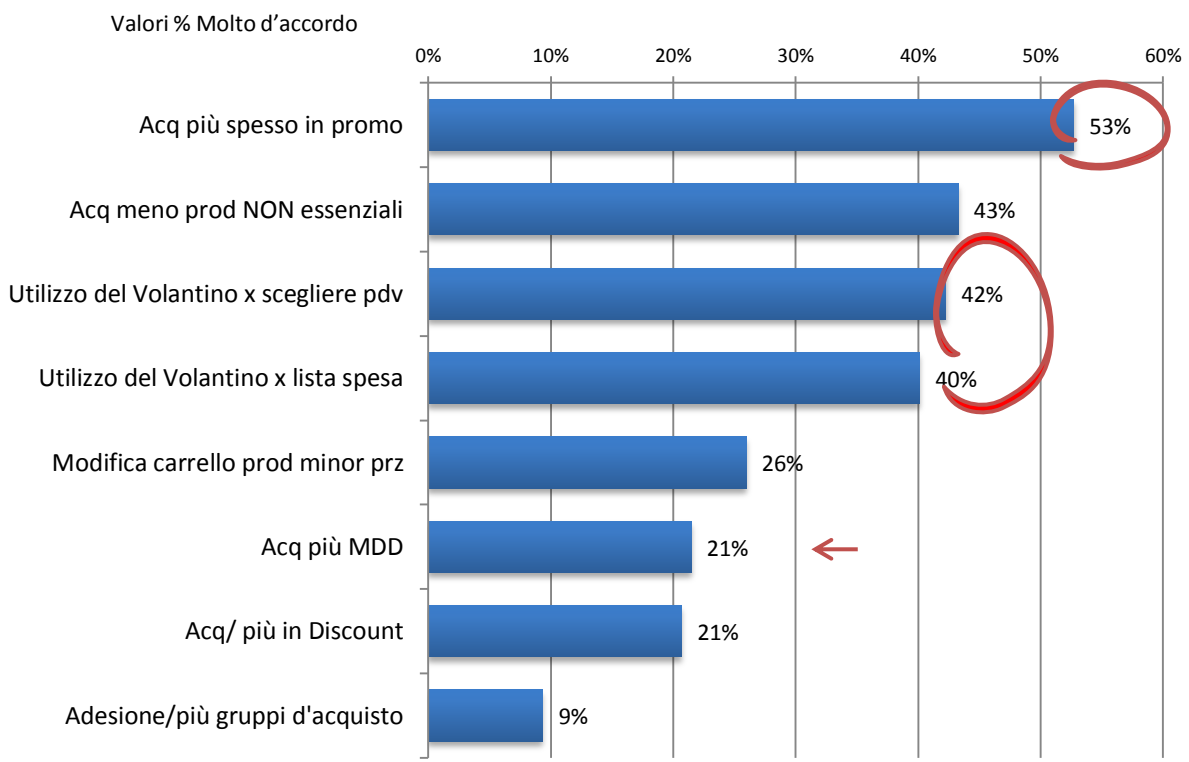
Convenienza relativa

Qualità e certificazione

Fiducia nell’insegna

Previsioni sul prossimo anno
Comportamenti virtuosi per aumentare il risparmio

COMPORTAMENTI DI RISPARMIO



HEADLINE

- Comportamenti «votati al risparmio» ipotizzati dagli Shopper Italiani per il prossimo anno sono essenzialmente:
  - Acquisti in promozione
  - Concentrazione del carrello sui prodotti di base
  - Volantino promozionale: sia per la scelta del pdv (42%) che per la realizzazione della lista della spesa (40%)

Base: Acquirenti MDD con comportamenti al risparmio 890

Fonte: Domanda 24