

*Presentato oggi durante il Convegno d'apertura di "Marca 2016" organizzato da ADM (Associazione Distribuzione Moderna) il "Rapporto Marca/BolognaFiere" con dati IRI su consumatore e Marca del Distributore*

## **LA MARCA DEL DISTRIBUTORE CONQUISTA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI**

### **Nel 2015 i consumatori hanno risparmiato 1,8 miliardi di euro**

Bologna, 13 gennaio 2016 – Tra i consumatori Italiani che acquistano la Marca del Distributore il **49%** lo fa con alta frequenza e il **40%** con media frequenza: la MDD crea quindi fedeltà all'acquisto e gode della fiducia delle persone; il **35%** di chi compra la MDD lo fa quasi in modo esclusivo: l'**11%** acquista esclusivamente MDD e il **24%** acquista prevalentemente MDD, mentre per il **41%** degli Italiani il carrello della spesa è riempito per metà da prodotti a Marca del Distributore. Sul podio dei **valori** personali più importanti per i consumatori della MDD vi sono la Famiglia (64%), la Salute (60%) e il Rispetto (35%), seguiti dal Lavoro, dall'Ambiente e dall'attenzione ai bambini.

Nell'ambito dei prodotti di Largo Consumo Confezionato **nel 2015 i consumatori italiani hanno risparmiato 1,8 miliardi** di euro preferendo i prodotti a Marca del Distributore.

Sempre di più i consumatori percepiscono la Marca del Distributore come un vero e proprio brand portatore di valori, per cui risulta evidente che il buon rapporto qualità/prezzo (che rimane determinante nella scelta d'acquisto del 74% dei consumatori) e la convenienza (importante per il 72% degli shopper) non sono più i soli fattori d'attrazione, ma tra gli elementi che determinano la spesa vi sono la qualità (68%), la sicurezza e la certificazione (64%), la varietà (55%), la tradizione (55%), la funzionalità (52%), l'etica (51%), l'innovazione (49%) e la sostenibilità (49%).

Sono questi alcuni dei principali dati di sintesi del "XII Rapporto Marca/BolognaFiere sulla MDD", curato dal Professor Guido Cristini, **Ordinario di Marketing dell'Università di Parma, presentato durante il convegno inaugurale di ADM (Associazione Distribuzione Moderna) che dà il via a MARCA 2016** - l'appuntamento annuale dedicato al settore della Marca del Distributore - **organizzato da BolognaFiere** in collaborazione con **ADM**. La Ricerca (**Fonte dati IRI**) è stata condotta su un campione di 1520 interviste su base nazionale, con l'obiettivo di comprendere in che modo le insegne hanno qualificato, nel tempo, la Marca del Distributore e quale sia la percezione dei consumatori finali.

#### **Contact:**

Beatrice Caputo, Eleonora Bresesti, Mickol Lopez  
**ADM, Ufficio Stampa Convegno d'apertura**  
tel.: 02.725851  
email: beatricec@bpress.it, eleonorab@bpress.it; mickoll@bpress.it