



Food

Corsi SalesBrain Italia

Inietta scienza e tecnica nelle tue vendite. Early Bird disc.



Gdo: Marca 2015, in crescita il segmento Premium e Bio (+5,9%)

Vendita Auto Km 0

Trova le Auto ai Prezzi più Bassi. Scopri le Offerte di automobile.it



15:44 14 GEN 2015

(AGI) - Roma, 14 gen. - Nel 2014 nei prodotti di Largo Consumo Confezionato la quota della Marca del Distributore si e' stabilizzata intorno al 18%. Se si analizzano i singoli segmenti, emerge che i prodotti "Premium" e "Bio", quelli a maggiore valore, registrano una crescita significativa: prendendo in considerazione le vendite a valore il segmento "Premium" e "Bio" aumenta del 5,9% La Marca del Distributore esprime un ottimo rapporto

qualita'/prezzo (il risparmio, in media, e' circa del 30/40% rispetto ai marchi industriali a parita' di qualita'), un mix che rende il prodotto in grado di soddisfare pienamente i bisogni di una famiglia che vuole prestare sempre piu' attenzione al proprio potere d'acquisto senza rinunciare alla qualita'.

Questi i dati principali che emergono dal convegno inaugurale "Marca2015", l'appuntamento annuale dedicato al settore della Marca del Distributore, introdotto dal Presidente di BolognaFiere, Duccio Campagnoli. "Marca Del Distributore: un anno in chiaroscuro" e' stato il tema dell'intervento di Guido Cristini, Professore di Marketing dell'Universita' di Parma, sull'evoluzione della Marca del Distributore nell'arco dell'ultimo anno, che ha spiegato: "Il rallentamento nell'evoluzione della quota di mercato e' dovuto principalmente all'aumento delle promozioni dei marchi industriali, che ha parzialmente ridotto il differenziale di prezzo con le Marche dei Distributori.

Inoltre, laddove l'industria ha aumentato l'assortimento, l'offerta della Marca del Distributore, ormai presente in quasi tutte le categorie merceologiche, si e' focalizzata invece sulla valorizzazione dei segmenti premium e bio, razionalizzando anche la propria area di primo prezzo".

"La Marca del Distributore sta cambiando posizionamento sul mercato, qualificando la propria offerta, puntando su segmenti ad alto valore per il consumatore e assumendo sempre piu' il ruolo di leader di mercato. I consumatori cercano, infatti, non solo il risparmio, ma anche, e soprattutto, la qualita'. La Marca del Distributore sposa in modo ottimale questo bisogno rafforzandosi sui segmenti premium - ha spiegato Francesco Pugliese - L'ottima risposta del mercato e' la testimonianza della fiducia che viene riposta nella Marca del Distributore, riconosciuta come vera "marca", capace di portare innovazione e qualita' nei carrelli degli italiani". (AGI) Bru