



WHITE PAPER

I formati emergenti nello scenario distributivo italiano

Quali sono? Quali le peculiarità? Come monitorarli?

Luglio 2018

I formati emergenti nello scenario distributivo italiano. Quali sono? Quali le peculiarità? Come monitorarli?

IL CONTESTO DI MERCATO

Continua la trasformazione dello scenario distributivo italiano in atto ormai da qualche anno. Da sistema rigidamente organizzato in canali e formati classificati secondo criteri di dimensionalità e ampiezza assortimentale, si passa a una situazione "liquida", dove la concorrenza si amplia e i canali classici devono evolversi cercando di darsi una connotazione più specifica in grado di mantenere la propria clientela oggi attratta dai nuovi competitor.

Pensiamo ad esempio ai drugstore e ai negozi petfood/petcare, ma anche alle catene specializzate in altri settori merceologici, come il mondo salute e benessere e i prodotti surgelati.

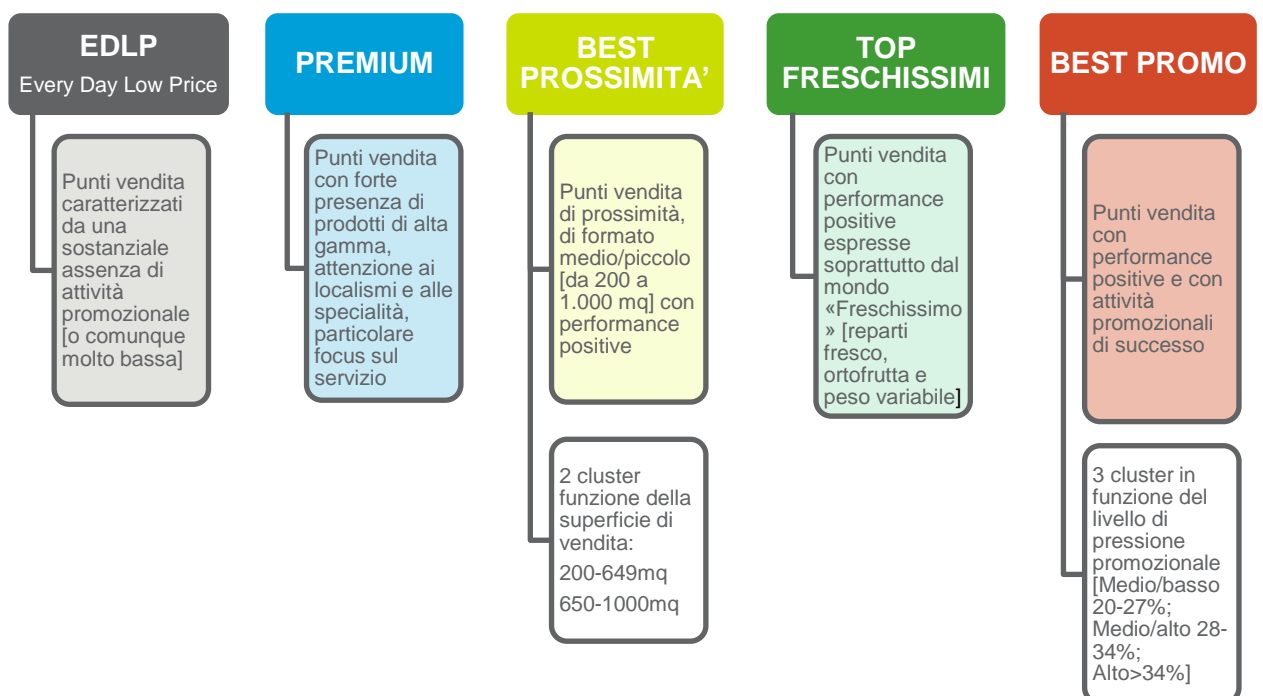
Non dimentichiamoci del segmento delle vendite online che oggi fa parte a tutti gli effetti di questo mercato. *IRI è in grado di monitorare anche questo segmento!*

Per innovare c'è chi sceglie di focalizzarsi sulla specializzazione assortimentale, chi concentra la propria offerta sui prodotti di alta gamma, sul servizio alla clientela e su un'ambientazione particolarmente curata, chi punta su strategie promozionali e di prezzo diversificanti e chi presta particolare attenzione alla clientela di vicinato.

IL PERIMETRO DEI FORMATI

IRI è in grado di tracciare già da tre anni il perimetro di questi formati, individuarne le caratteristiche peculiari e monitorarne le performance, offrendo agli operatori di settore importanti informazioni a supporto del proprio business. Tutto ciò è possibile grazie agli oltre 13.000 negozi che settimanalmente inviano il proprio dato di vendita scanner, nonché alla particolare attenzione che IRI dedica - oltre che alle merceologie del Largo Consumo Confezionato - ai prodotti freschissimi a peso variabile, che consente di produrre un dato solido e completo

I formati emergenti che IRI ha individuato ed è in grado di monitorare sono i seguenti



anche su questa parte di assortimento, oggi in massima priorità per tutti i distributori.

L'ANDAMENTO DEI FORMATI EMERGENTI

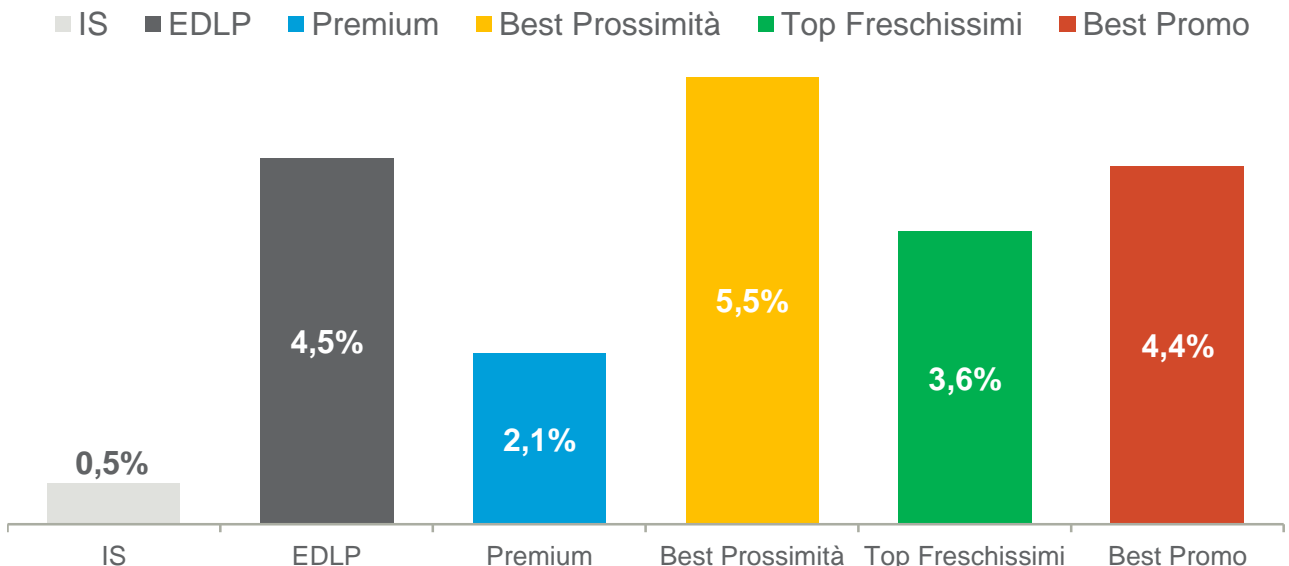
Come illustrato dal grafico sotto, i formati emergenti registrano performance superiori alla media. Particolarmente positivo l'andamento del formato Best Prossimità, seguito dai Best Promo e dagli EDLP.

Tutti i formati sono molto competitivi tra loro riguardo al posizionamento di prezzo, elemento essenziale per la strategia di ciascuno. I negozi Premium hanno invece una strategia completamente diversa, mantenendosi su un livello di posizionamento di prezzo sensibilmente più alto della media.

Altro elemento di diversificazione è il focus sulla Marca Del Distributore. I formati EDLP e i due cluster della Prossimità fanno della MDD un elemento strategico fondamentale. Meno focus sulla MDD da parte del cluster Premium, che puntando di più sui prodotti a posizionamento di alta gamma, dedica minore spazio al prodotto a marchio.



Formati emergenti: variazione % a valore a parità vs anno precedente

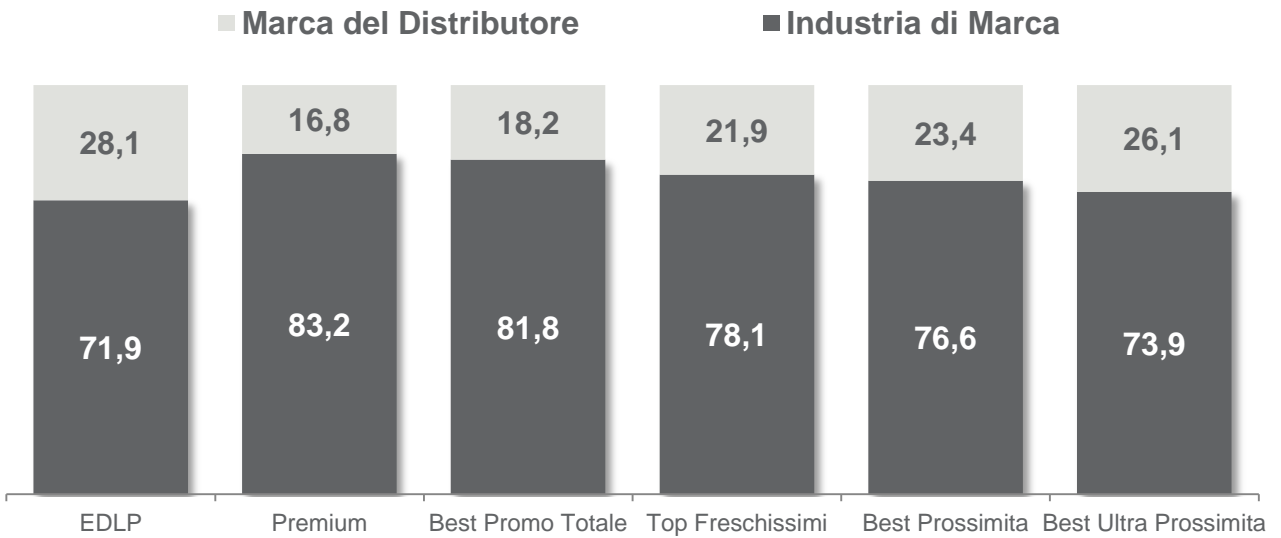


Fonte: IRI InfoScan Census ©- Largo Consumo Confezionato. Anno terminante Febbraio 2018.

I cluster Best Promo presentano una pressione promozionale non sempre superiore alla media Ipermercati+Supermercati, come nel caso del cluster medio-basso, ma l'efficacia delle promozioni è per loro sempre superiore al mercato e agli altri formati emergenti con punte del +40%.

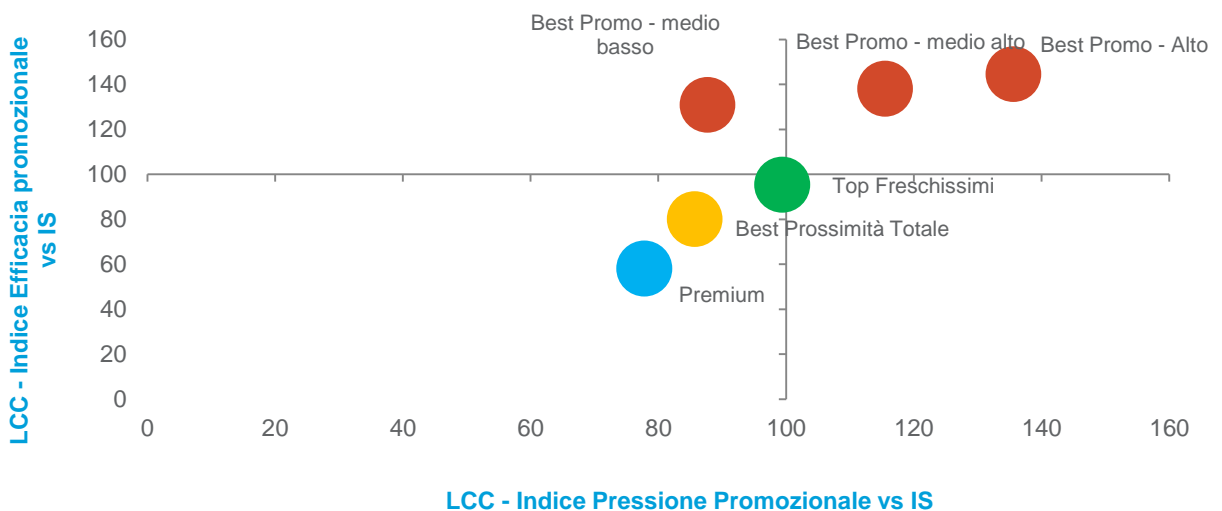
Una curiosità: il cluster EDLP dove la pressione promozionale è sempre inferiore al 10%, presenta invece un discreto ricorso alle attività promozionali nel reparto Ortofrutta a peso fisso, dove le vendite in promozione rappresentano quasi il 20%.

LCC: Quota a valore della marca del Distributore e della Marca Industriale nei diversi cluster



Fonte: IRI InfoScan Census®- Anno terminante Febbraio 2018.

I cluster promozionali



Fonte: IRI InfoScan Census®- Anno terminante Febbraio 2018.

Tra le TOP categorie vendute risultano prodotti che caratterizzano le specificità assortimentali dei diversi formati.

L'aspetto di servizio è predominante per il formato Premium, sono tutte a peso variabile le TOP merceologie vendute nel formato Top Freschissimi, mentre soddisfano sia esigenze di base sia di servizio i prodotti più venduti nella Prossimità.

Per avere maggiori informazioni sul servizio sui Formati Emergenti di IRI contatta il tuo account di riferimento o scrivi a: marketing.Italy@IRIworldwide.com

Le principali categorie vendute



IRI è leader mondiale nella gestione di big data, soluzioni analitiche predittive e generazione di insight con l'obiettivo di supportare la crescita delle aziende del largo consumo, retail e media. Facendo leva sul più grande patrimonio di informazioni su acquisti, investimenti sul punto vendita, media, shopper loyalty e comportamento dei consumatori, il tutto integrato in piattaforme tecnologiche on demand, IRI guida oltre 5.000 Clienti nel mondo nella ricerca continua di eccellenza, nello sviluppo della quota di mercato, nello stabilire un legame con i propri consumatori, con l'unico obiettivo di far crescere il loro business. Visita il sito www.iriworldwide.com/it-IT per saperne di più.

Via dei Missaglia 97, 20142 Milano, T +39 02 52579 1
Via del Porto Fluviale 35, 00154 Roma, +39 3357312283

Copyright © 2018 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners