

Home > europa

Guerra e inflazione, la Marca del Distributore torna a crescere nel 2022

EUROPA

| 4 persone lo consigliano 7 Apr 2022, 18:28 | |



Guerra e inflazione, la Marca del Distributore torna a crescere nel 2022



Bando borghi Pnrr, stop a Fontainemore e fondi Arvier



Stadio della Roma, tutte le strade portano a Pietralata

LOAD MORE

Guerra e inflazione, la Marca del Distributore torna a crescere nel 2022
7 APR 2022, 18:28

Bando borghi Pnrr, stop a Fontainemore e fondi Arvier
7 APR 2022, 18:28

Stadio della Roma, tutte le strade portano a Pietralata
7 APR 2022, 18:28

Lanière avec délégation Apf rencontre présidente Casellati
7 APR 2022, 18:28

Report Dia: "Molise non più oasi felice libera da infiltrazioni criminali"
7 APR 2022, 18:28



BOLOGNA – Nel primo trimestre del 2022 la Marca del Distributore ricomincia a crescere a un ritmo superiore rispetto al totale mercato (+2,7% vs +1,6%) e riguadagna quota, malgrado un'inflazione media più elevata (2,3%).

La notizia emerge dal "XVIII Rapporto Marca by BolognaFiere" curato da IRI-Information Resources, che mercoledì 13 aprile, alle 10, verrà presentato a BolognaFiere nel corso della diciottesima edizione di Marca by BolognaFiere.



Organizzata da BolognaFiere in collaborazione con ADM (Associazione Distribuzione Moderna), è l'unica fiera italiana dedicata alla marca commerciale e rappresenta non solo una grande vetrina (cinque padiglioni) dei prodotti dell'eccellenza italiana a Marca del Distributore (MDD), ma anche la sede elettiva in cui vengono illustrati e discussi dati e trend del settore.

IL 2022 COMINCIA CON IL SEGNO '+'

E il dato principale del Rapporto, basato sulle evidenze raccolte da IRI Liquid Data™ fino al 20 marzo 2022, prendendo in considerazione ipermercati, supermercati e il Libero Servizio Piccolo, è che l'anno in corso riparte in discontinuità, cioè col segno 'più', rispetto a quanto osservato nel 2021.

La risposta del settore all'aumento dei listini è il taglio della pressione promozionale, che nella Marca del Distributore raggiunge i -1,7 punti, senza provocare effetti sui volumi (+1,0%).

La Marca del Distributore continua, dunque, a crescere nonostante la battuta di arresto legata soprattutto al periodo marzo-maggio 2021.

Dopo un 2020 straordinario, in cui la Marca del Distributore aveva raggiunto e superato la quota del 20%, toccando gli 11,8 miliardi di € di vendite nel largo consumo confezionato, il 2021 si è chiuso con un fatturato complessivo pari a 11,7 miliardi di € (-0,9%) e una quota del 19,8% (-0,3 punti rispetto all'anno precedente).

A penalizzare il trimestre marzo-maggio 2021, il confronto con i mesi di lockdown del 2020, quando le limitazioni alla mobilità, la conseguente riscoperta della prossimità, la riduzione della pressione promozionale e le difficoltà di approvvigionamento avevano prodotto un contesto particolarmente favorevole alle performance della Marca del Distributore.

Va detto che, nonostante il calo, già quello del 2021 rimane un fatturato superiore del +9,0% rispetto al 2019, così come la quota assortimentale raggiunge il 15% e fa segnare +0,3 punti rispetto a quella dell'anno pre-pandemia.

Il Rapporto evidenzia, poi, che le linee specialistiche e ad alto valore aggiunto confermano buone performance anche nel 2021: il Premium registra una crescita del +13,6% e il Funzionale del +6,0%. Rallenta, invece, lo sviluppo del Bio che, dopo aver chiuso un 2020 in crescita del +6,8%, si attesta al +1,5%.

Il segmento Insegna, il più importante della Marca del Distributore (detiene il 69,9% del fatturato complessivo), nell'anno appena concluso ha subito una contrazione del -3,2%, ma i livelli di fatturato sono superiori al 2019, con una crescita del +5,3%.

UNO SGUARDO AL CONTESTO INTERNAZIONALE

Nel corso dello stesso convegno, la prospettiva si amplierà al contesto internazionale con IPLC, The Retailer Brand Specialists, che farà il punto sulla Marca del Distributore in un'Europa che cambia e su come la MDD interpreta il ruolo di marca.

Si partirà dallo scenario europeo con Paolo Palomba, Partner IPLC Italia, seguito dal focus sulla penisola iberica con Ana Amaral, Private Label Director di SONAE MC, e dalla testimonianza sul Regno Unito di Paul Stainton, Partner IPLC UK (ex Co-op and ALDI UK).

I tre interventi confermeranno che in Europa si contano numerose esperienze e pratiche di successo ad opera dei retailer e a tutti i livelli di offerta e di innovazione.

Nell'ultimo biennio, i prodotti MDD sono stati protagonisti di una crescita diffusa in tutti i continenti e la Marca del Distributore è ormai sinonimo, per le aziende di produzione, di una straordinaria e sempre più irrinunciabile leva per entrare in nuovi mercati ed espandere l'export in modo efficace e a costi ridotti, realizzando il prodotto MDD in partnership con le aziende della grande distribuzione a ogni latitudine.

Ma si può fare ancora molto. La stima recentemente elaborata da IPLC Italia in esclusiva per Marca by BolognaFiere indica, infatti, che il valore del fatturato di prodotti in MDD nei principali Paesi europei è pari a oltre 250 miliardi di euro nel Largo Consumo, compresi i diversi modelli di business e canali del retail.

In Europa, il valore è in aumento in quasi tutte le categorie merceologiche e i prodotti Marca del Distributore sono presenti in tutte le segmentazioni d'offerta, dal premium al primo prezzo, dal biologico ai prodotti senza glutine e vegetariani.

E c'è una relazione diretta tra la quota di vendite dei prodotti MDD sviluppata in un Paese e il grado di sviluppo e di concentrazione della grande distribuzione. Dove la stima del valore risulta più elevata – Regno Unito (24%), Germania (22%), Francia (18%) e Spagna (11%) –, le prime due insegne rappresentano oltre il 50% del mercato della grande distribuzione.

Ma internazionalizzazione ed export richiedono competenza e Marca by BolognaFiere è la piattaforma più qualificata per offrire, nel corso di tutto l'anno, il supporto necessario alle imprese.

Il programma del convegno a questo link.

Per partecipare, è necessario registrarsi sul sito di Marca by BolognaFiere al link: <https://www.marca.bolognafiere.it/eventi/registrazione-agli-eventi/1816.html>.

Tutte le info sull'edizione 2022: www.marca.bolognafiere.it.

Le notizie del sito DIRE sono utilizzabili e riproducibili, a condizione di citare espressamente la fonte Agenzia DIRE e l'indirizzo www.dire.it

L'articolo [Guerra e inflazione, la Marca del Distributore torna a crescere nel 2022](#) proviene da [Ragionieri e previdenza](#).

Mi piace:

Caricamento...



Previous article

Bando borghi Pnrr, stop a Fontainemore e fondi Arvier

Condividi:



Mi piace:

Caricamento...

Notiziedi
LE NEWS AI TEMPI DI SOCIAL

Notiziedi non è una testata giornalistica, non può essere considerato un prodotto editoriale ai sensi della legge 62/2001. Viene considerato un aggregatore di lanci brevi di "notizie", piccoli frammenti, aggiornati senza periodicità. Alcuni testi citati o immagini inserite sono tratte da internet e, pertanto, considerate di pubblico dominio; qualora la loro pubblicazione violasse eventuali diritti d'autore vogliate comunicarlo via e-mail per provvedere alla conseguente rimozione o modificazione.

Contattaci:
segnalazioni@notiziedi.it

I più letti

Guerra e inflazione, la Marca del Distributore torna a crescere nel 2022

Bando borghi Pnrr, stop a Fontainemore e fondi Arvier

Stadio della Roma, tutte le strade portano a Pietralata

Lanièce avec délégation Apf rencontre présidente Casellati

Articoli Popolari



Guerra e inflazione, la Marca del Distributore torna a crescere nel 2022



Bando borghi Pnrr, stop a Fontainemore e fondi Arvier



Stadio della Roma, tutte le strade portano a Pietralata