

Andamento dei consumi, impatto dell'inflazione e ruolo della MDD per il comparto dell'ortofrutta

Nel carrello della spesa sempre più prodotti sono a marca del distributore, trionfo a sorpresa nel reparto dei freschi e freschissimi.

Tutte le novità al centro di un webinar promosso da Marca by BolognaFiere il 13 dicembre 2022.

Bologna, 7 dicembre 2022 - Il carrello della spesa degli italiani, nei primi dieci mesi del 2022, ha dovuto affrontare l'alta inflazione e il taglio della pressione promozionale applicato dalle catene della distribuzione moderna organizzata: la quantità di merce acquistata nella grande distribuzione rimane sostanzialmente uguale allo stesso periodo dell'anno precedente, ma **all'interno del carrello prende quota la marca del distributore**, che si conferma **l'alternativa preferita dai consumatori** in questo inedito periodo di crisi in cui prima la pandemia, poi la guerra e infine la cavalcata dell'inflazione hanno stravolto il mondo.

Stringendo lo zoom sulla **merceologia della Mdd**, si scopre che **il posizionamento competitivo migliora in tutti i reparti ma sul podio c'è il Fresco** che aumenta sia in valore che in volumi: nei frigoriferi di ipermercati e supermercati si osserva dunque un forte spostamento delle abitudini dei consumatori verso la marca del distributore, della quale vengono riconosciuti la qualità e il risparmio.

La fotografia del ruolo della Mdd nel 2022, con **dati aggiornati a ottobre**, è stata scattata da IRI per **Marca by BolognaFiere**, l'unica fiera in Italia dedicata alla marca commerciale, organizzata da **BolognaFiere** in collaborazione con **ADM, Associazione della Distribuzione Moderna**. La diciannovesima edizione di Marca by BolognaFiere è in programma al **quartiere fieristico di Bologna il 18 e 19 gennaio 2023**.

In attesa che si accendano i riflettori sulle ultime novità della marca commerciale, IRI ha analizzato il 2022 fino a ottobre per capire come sono cambiate le scelte dei consumatori e qual è il ruolo della Mdd all'interno della "tempesta perfetta".

I dati sul Fresco saranno illustrati nel corso del webinar **"Andamento dei consumi, impatto dell'inflazione e ruolo della MDD per il comparto dell'ortofrutta"** organizzato da Marca by BolognaFiere in collaborazione con Edizioni DM. Al webinar, che si terrà il **13 dicembre alle ore 11**, intervengono esperti, aziende e retailer, moderati da **Maria Teresa Manuelli**, direttrice editoriale di PL Magazine. Tra gli altri, sono in programma gli interventi di **Carlo Buttarelli**, Consigliere Delegato di ADM; **Salvo Garipoli**, Direttore di SG Marketing; **Paolo Palomba**, Managing Partner Expertise on Field-IPLC Italia; **Angelo Arrigoni**, Responsabile Filiera Qualità Carrefour Italia; **Giulio Romagnoli**, Amministratore Delegato di Romagnoli F.Ili Spa. Gli onori di casa saranno a cura di BolognaFiere con **Domenico Lunghi**, Direttore Manifestazioni Dirette, e **Antonella Maietta**, Exhibition Manager Marca by BolognaFiere.

I dati completi sull'andamento della Mdd nel 2022 verranno presentati a gennaio in occasione di Marca by BolognaFiere 2023, ma dai primi riscontri IRI emerge che il largo consumo confezionato nel mercato della grande distribuzione (che comprende tutte le insegne, discount, online e petshop) sta registrando un buon trend di crescita, guidato dall'aumento dei prezzi per l'alta inflazione.

In questo quadro, i prodotti a marchio del distributore prendono quota, sostenuti sia dalla crescita del

fatturato che dei volumi, aumentando sempre più la loro presenza nel carrello della spesa del consumatore. All'interno della **crescita delle vendite in valore della Mdd, le linee alta gamma mantengono un buon dinamismo** e, dopo anni in cui il **Primo prezzo** subiva una riduzione, si **osserva un ritorno di questo segmento nelle scelte del consumatore** che cerca di risparmiare mantenendo la qualità del prodotto. **Rimane determinante il mainstream**, core business della Mdd, **e cresce il funzionale**, cioè tutto ciò che è upgrade (free from, gluten free, benessere).

IRI ha guardato anche dentro ai singoli reparti per scoprire il posizionamento competitivo della **Mdd** che **migliora in generale ovunque, ma soprattutto nel Fresco e nel Pet Care**, dove è sostenuta da una decisa crescita a volume. Dentro al reparto frigo c'è però la sorpresa più importante per il settore della Marca del Distributore: **la performance migliore** infatti, a totale freschissimi, è tutta della componente del **Peso Imposto**, cioè di tutti i prodotti freschissimi già confezionati e pronti per andare alla cassa: il trend di crescita a valore è del 4,7% contro il 3,5% dei prodotti a peso variabile, cioè quelli pesati alla bilancia dal consumatore durante la spesa.

Dentro il **Peso Imposto**, è possibile vedere il comportamento della Mdd e cosa sceglie il consumatore al murale del frigo nel punto vendita, tra le merceologie della carne, dei salumi, dei formaggi, della frutta, del pesce, della verdura, della panetteria e della gastronomia. **Sul podio della Mdd**, rispetto alla media del Largo Consumo Confezionato (LCC), **c'è l'ortofrutta**: nonostante una contrazione dei volumi del reparto, la Marca del Distributore rimane **in crescita**. La quota Mdd nell'ortofrutta è del 34,8% (+0,2% quest'anno), un valore molto alto rispetto al 20,9% della quota Mdd sul generale LCC.

Se guardiamo a valori e volumi, il trend del valore dei prodotti Mdd ortofrutta è al 4,4% contro il 3,7% del totale del reparto. Sui volumi, addirittura, cala quello del totale del reparto (-0,8%) e cresce dell'1,1% quello della Mdd ortofrutta, che registra anche un'inflazione minore (4%) rispetto al totale del reparto (4,3%). È la gamma delle insalate e delle verdure imbustate quella che contribuisce di più (quasi un terzo) al valore Mdd nell'ortofrutta, e qui la quota volume cresce di un punto percentuale rispetto allo stesso periodo del 2021. La quota Mdd nel Fresco cresce più o meno ovunque, anche di oltre due punti percentuali (uova fresche, condimenti, yogurt), e gli unici due settori dove cala (gastronomia vegetale e freschi dolci) sono quelli meno importanti.

In attesa dei dati completi sul 2022, che verranno illustrati con tutti i dettagli a Marca by BolognaFiere, nella fotografia dei primi dieci mesi di quest'anno IRI osserva dunque un **forte spostamento dei consumatori verso la Mdd, dove trovano qualità e risparmio**, un fenomeno particolarmente accentuato nell'ortofrutta.

Per restare aggiornati su Marca by BolognaFiere:

marca.bolognafiere.it

[Linkedin](#)

[Twitter](#)

[YouTube](#)

Ufficio stampa MARCA By BolognaFiere

Absolut eventi & comunicazione

MARCApress@absolutgroup.it

Tel. 051 272523