

La crescita sostenibile della Marca del Distributore

Agenda

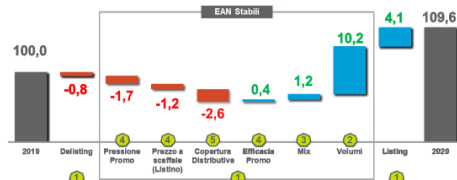
1

+9,6%
Trend in Valore
MDD

2

La crescita della MDD è sostenuta dall'aumento delle rotazioni, con un mix positivo. Rimane importante l'assortimento ed il pricing in miglioramento

LCC – Contributi alla crescita delle vendite della MDD – Punti percentuali¹ – 2020

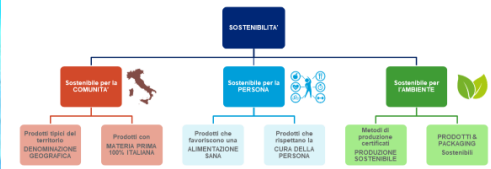


Copyright 2021 Information Resources Inc. (IRI). All Rights Reserved. Confidential and Proprietary. 10

3

Abbiamo analizzato la sostenibilità attraverso gli attributi e le caratteristiche dei prodotti del LCC a 360° non limitandoci al solo impatto ambientale

La Sostenibilità è stata declinata su 3 dimensioni Macro e 6 Micro



Copyright 2021 Information Resources Inc. (IRI). All Rights Reserved. All Attributi riportati sono di proprietà di IRI. 20

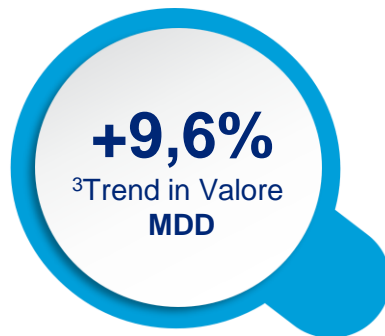
I TREND ED IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

1

+9,6%

Trend in Valore
MDD

I risultati del comparto del Largo Consumo Confezionato nel 2020 sono fortemente influenzati dalla pandemia



Fonte: IRI Liquid Data® e Infoscans Census®, 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Discount + Petshop Tradizionali + Petshop Catene + Online. ¹Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Discount. ²Ipermercati + Supermercati + Specialisti CP. ³Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. ⁴Trend NMR dicembre 2020 vs dicembre 2019.

Durante il lockdown gli italiani hanno riscoperto la prossimità e l'online, ma la crescita è spiegata da **supermercati e discount**

LCC – Indice vendite a valore 2019 = 100 – Contributi alla crescita delle vendite¹

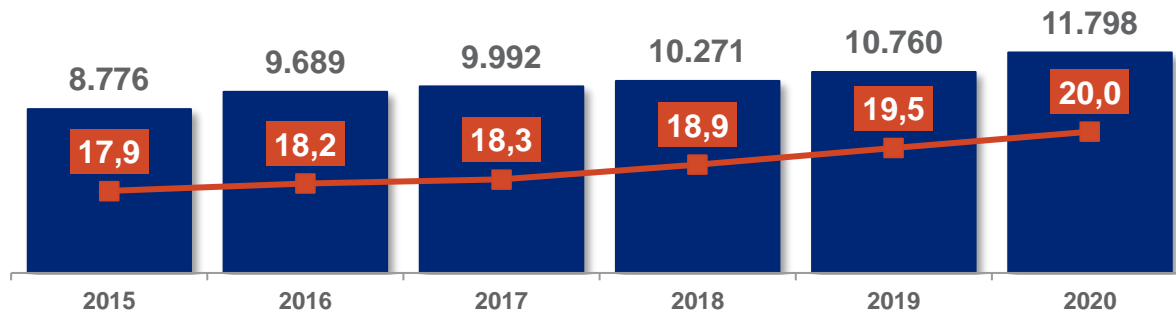


Fonte: IRI Liquid Data® e Infoscan Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Petshop Tradizionali + Petshop Catene + Discount + Online.

¹Punti percentuali di variazione rispetto all'anno precedente. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020.

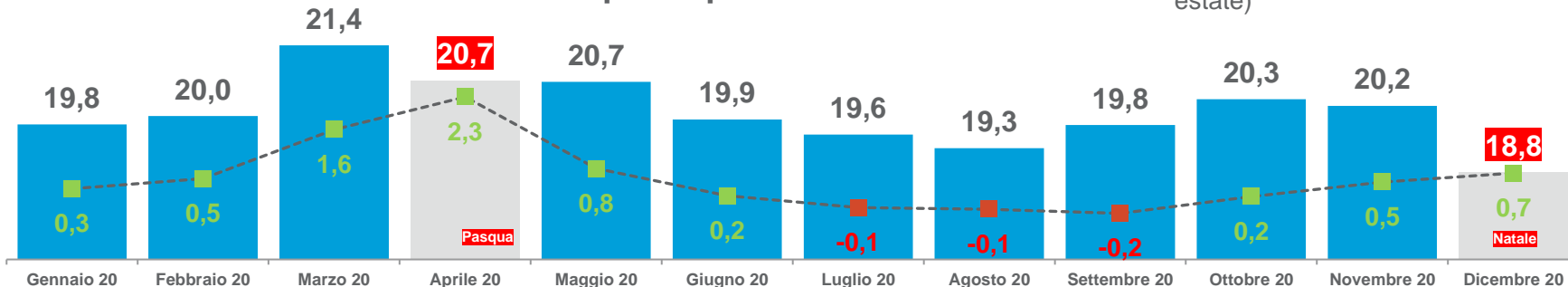
Nel 2020 la MDD raggiunge la quota del 20% superando gli 11,8 mld di fatturato

LCC – Fatturato in mio€ e Quota Valore della MDD – 2015-2020



- Dal 2015 la MDD ha guadagnato 2,1 punti di quota con un incremento delle vendite del +34,4%
- Nel 2020 il fatturato ha superato gli 11,8 mld €. La quota cresce di +0,6 punti (>20,8 mld € includendo tutti i canali).
- Nei mesi di Lockdown, quota della MDD > 20
- Quota sempre in crescita (eccezione estate)

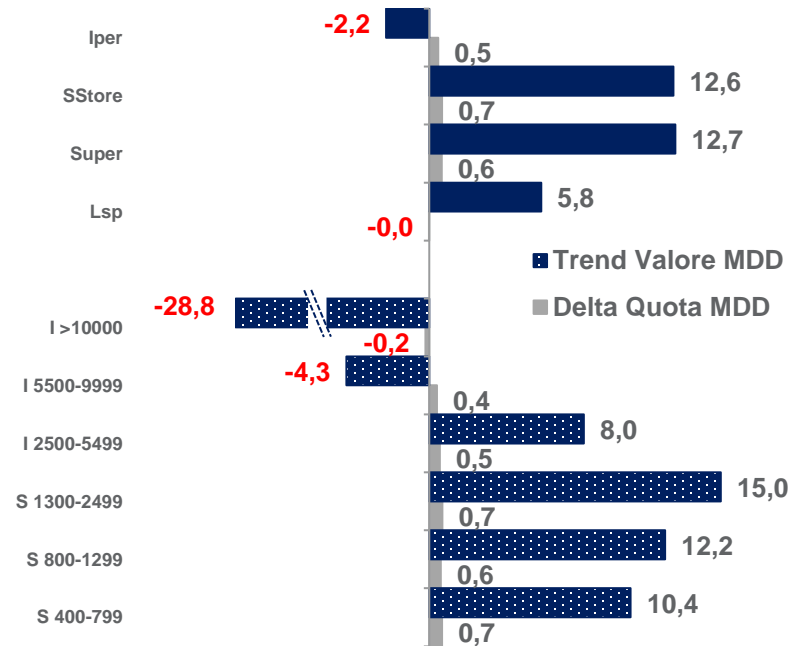
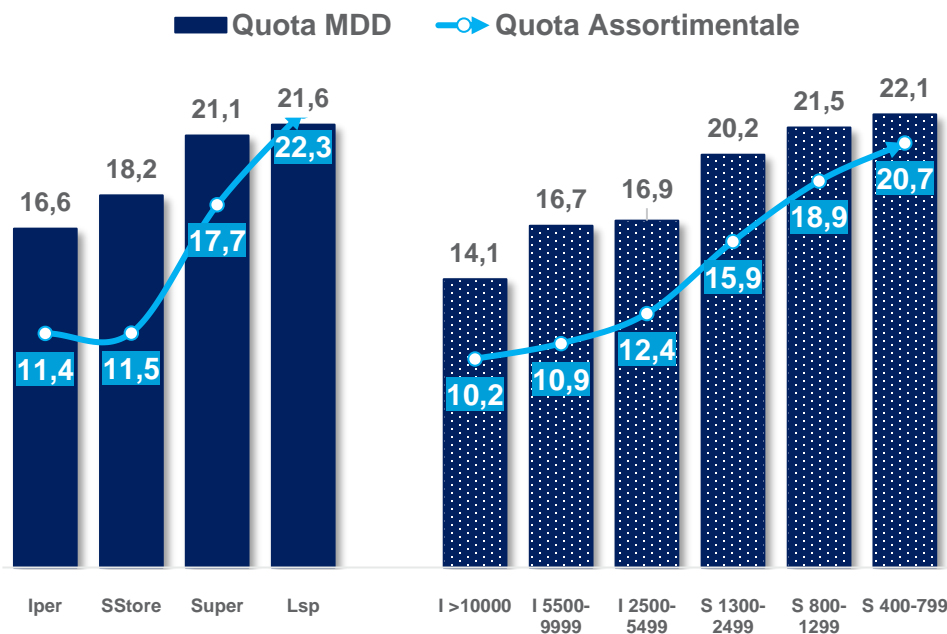
LCC – Quota Valore della MDD e Delta punti quota – Mesi 2020



Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. Anni 2015-2020. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020.

La quota della MDD è inversamente correlata alla superficie dei punti di vendita. Superstore e Supermercati sono i canali dove si rafforza la quota di mercato

LCC – Il posizionamento competitivo della MDD nei canali / format – 2020

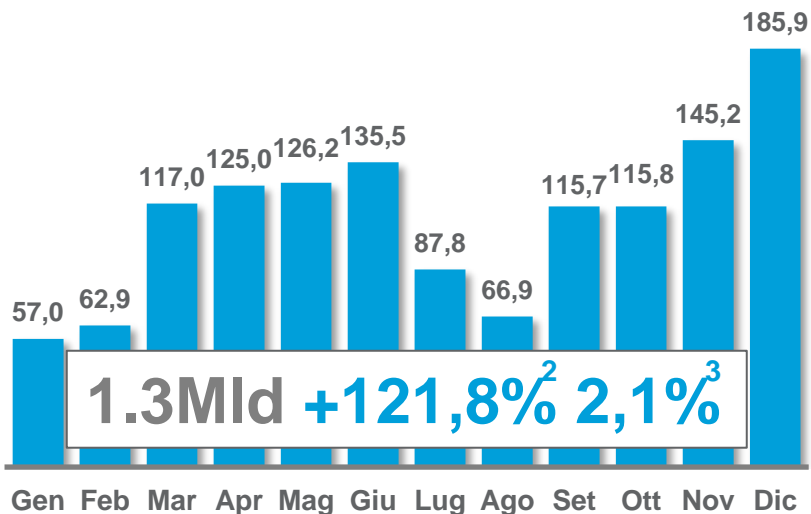


Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020.

Il Canale Online raddoppia la propria quota rispetto al fisico (2,1% vs 1,0%) trainato da crescite a 3 cifre. La MDD ha una quota superiore e cresce

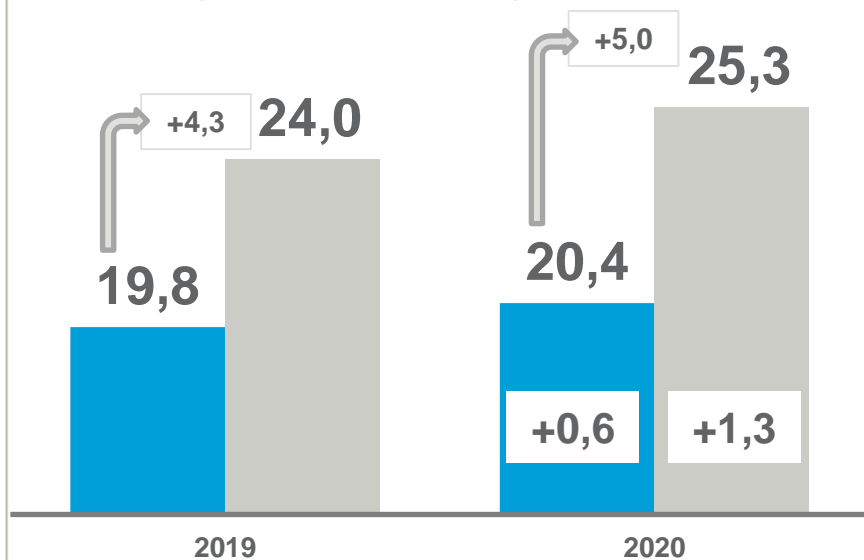
LCC – Vendite e evoluzione del canale ONLINE – 2020

Dic 20 vs 19: +141,9% → Quota 2,7 (vs 1,2 nel 2019)



LCC – La quota della MDD a parità di perimetro¹ – 2020

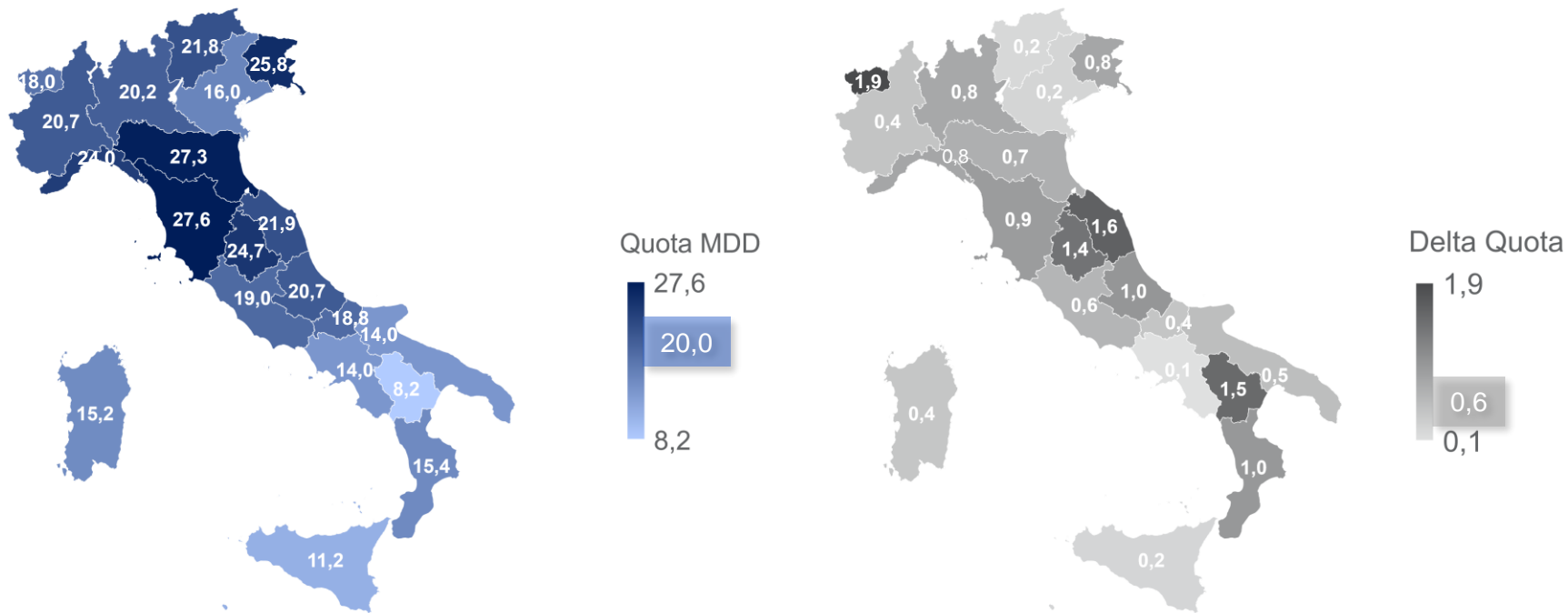
■ Quota MDD Offline ■ Quota MDD Online



Fonte: IRI Liquid Data®. Totale Generalisti Online. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020. ¹Quota MDD Online nei Retailer Tradizionali operanti nel canale Online. ²Variazione % vendite canale Online. ³Quota canale Online vs Offline.

Emilia Romagna e Toscana sono le roccaforti della MDD. La MDD rimane debole al Sud anche se alcune regioni stanno iniziando a colmare il gap.

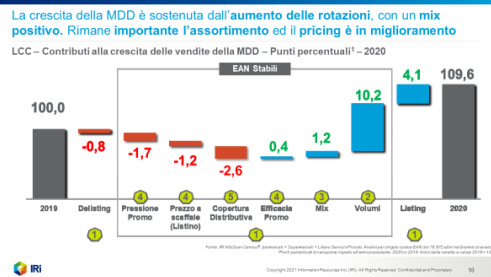
LCC – Il posizionamento competitivo della MDD nelle regioni italiane – 2020



Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020.

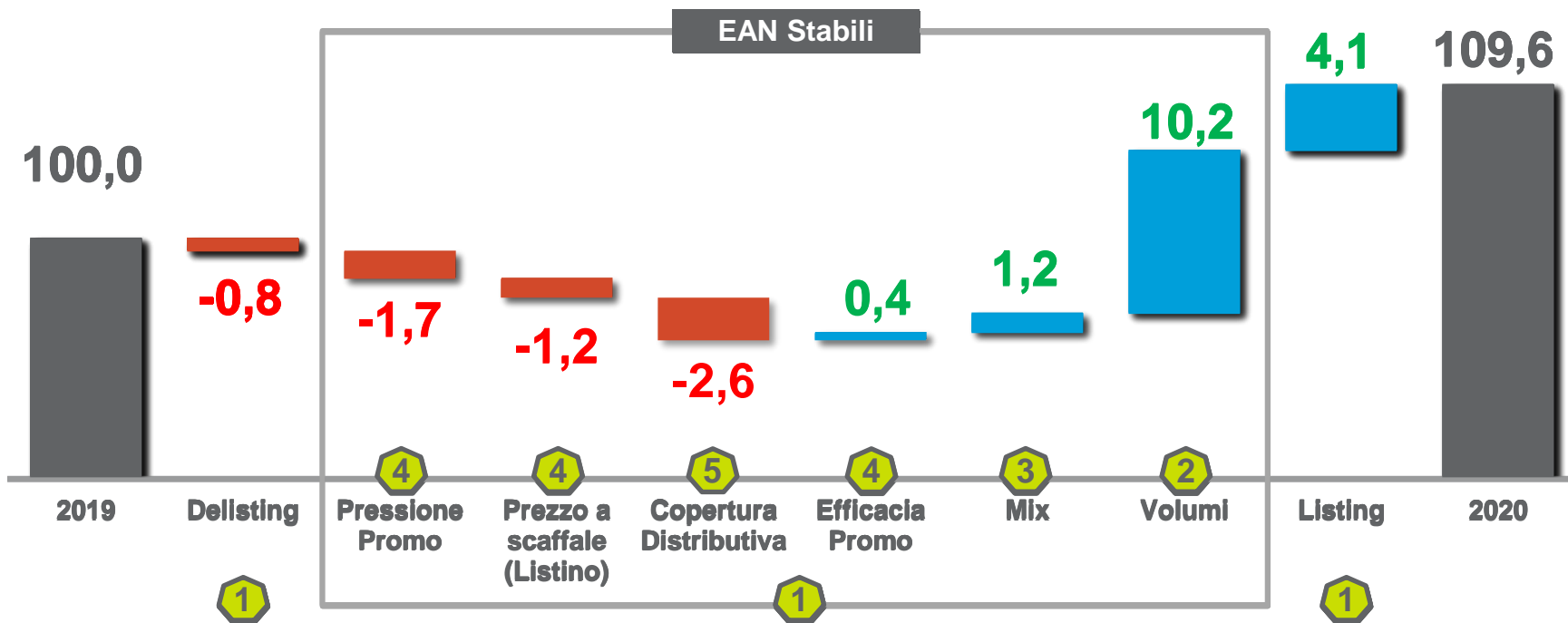
I DRIVER DI CRESCITA DELLA MDD

2



La crescita della MDD è sostenuta dall'aumento delle rotazioni, con un mix positivo. Rimane importante l'assortimento ed il pricing è in miglioramento

LCC – Contributi alla crescita delle vendite della MDD – Punti percentuali¹ – 2020

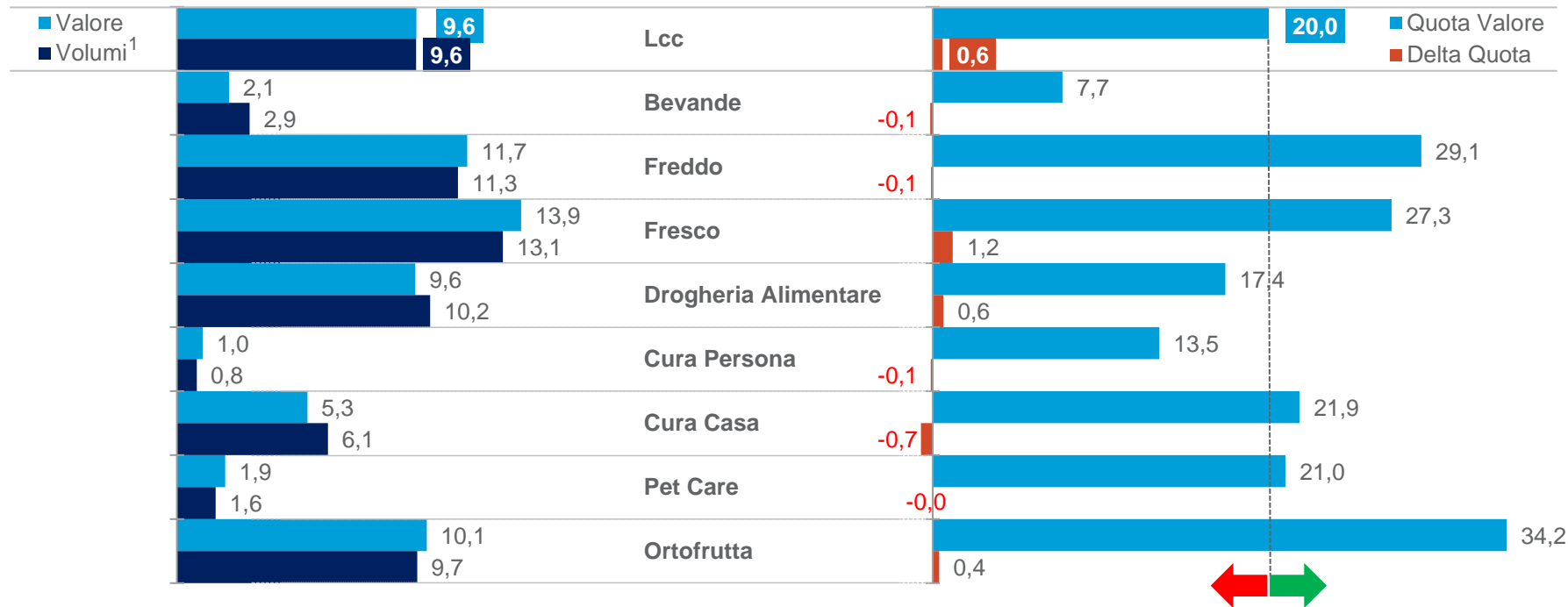


Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. Analisi per singolo codice EAN (tot 76.872 attivi nel biennio di analisi).
¹Punti percentuali di variazione rispetto all'anno precedente. 2020 vs 2019. Indici delle vendite a valore 2019 = 100.

La crescita della MDD continua ad essere guidata dai prodotti alimentari Il risultato in termini di **posizionamento competitivo** è **variabile per merceologia**

MDD LCC - Variazione %

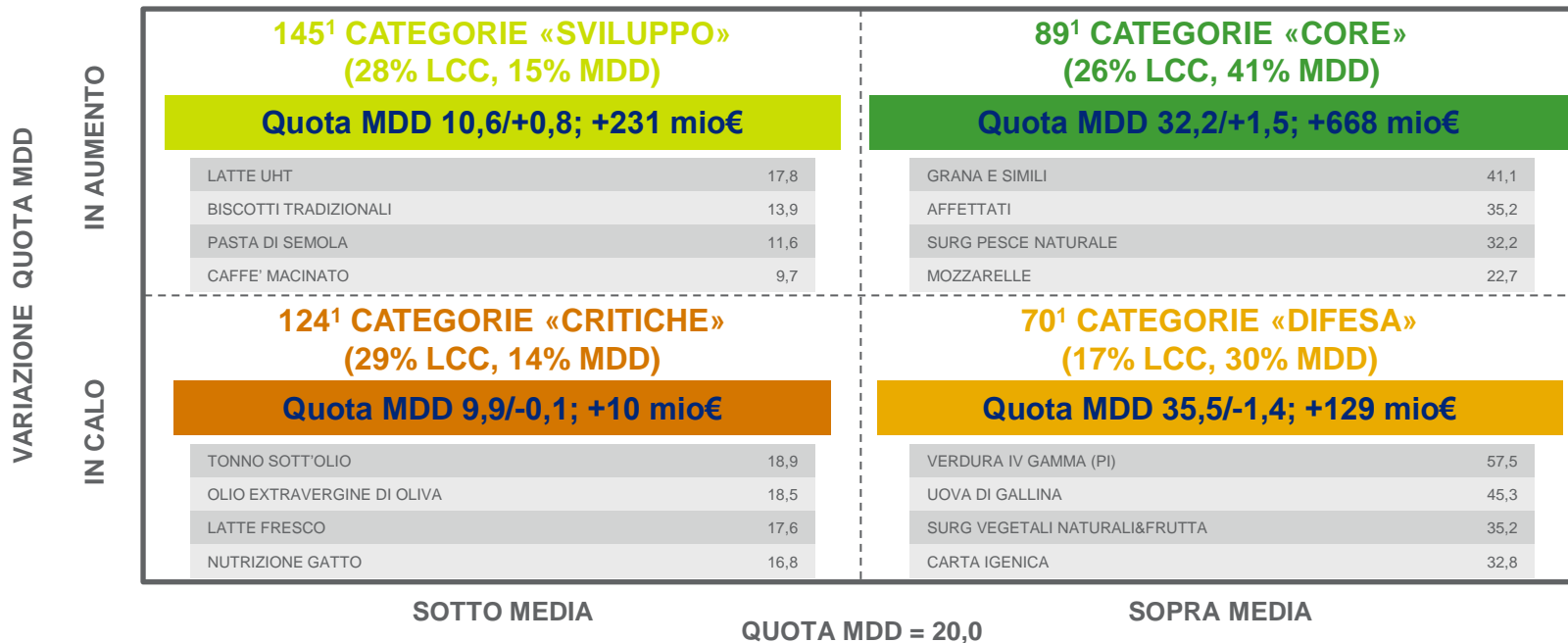
MDD LCC - Quota Valore / Variazione pti quota



Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane terminanti al 27 dicembre 2020. ¹Volumi= Valori a prezzi costanti.

La MDD aumenta la quota in **234 categorie** ma la sua crescita è **concentrata** dove il posizionamento competitivo è rilevante (**categorie CORE**)

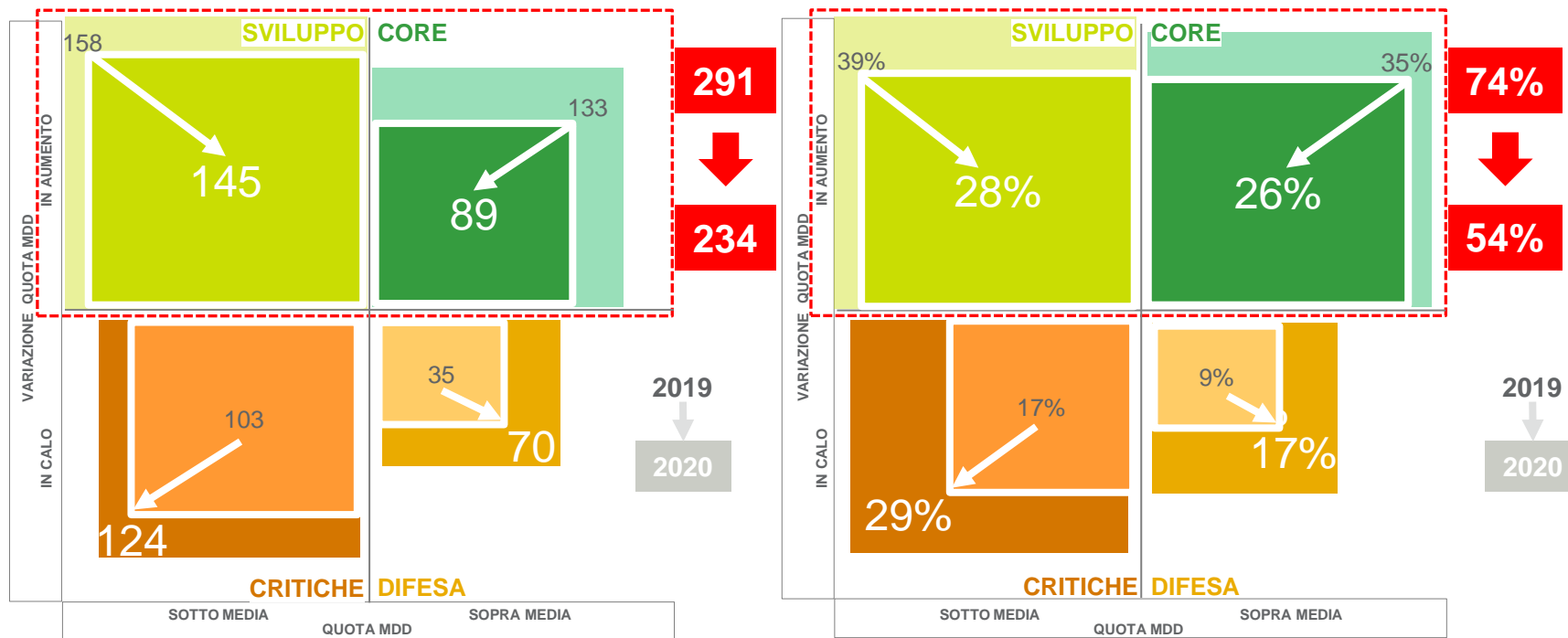
LCC – Source of volume della MDD – La mappa delle categorie – 2020



Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020. 428 Categorie in cui è presente la MDD. ¹TOP 4 categorie per vendite in valore della MDD ordinate per quota a valore.

Gli avvenimenti del 2020 hanno sostanzialmente **cambiato il posizionamento competitivo della MDD.** /1 Diminuiscono le categorie con quota in crescita

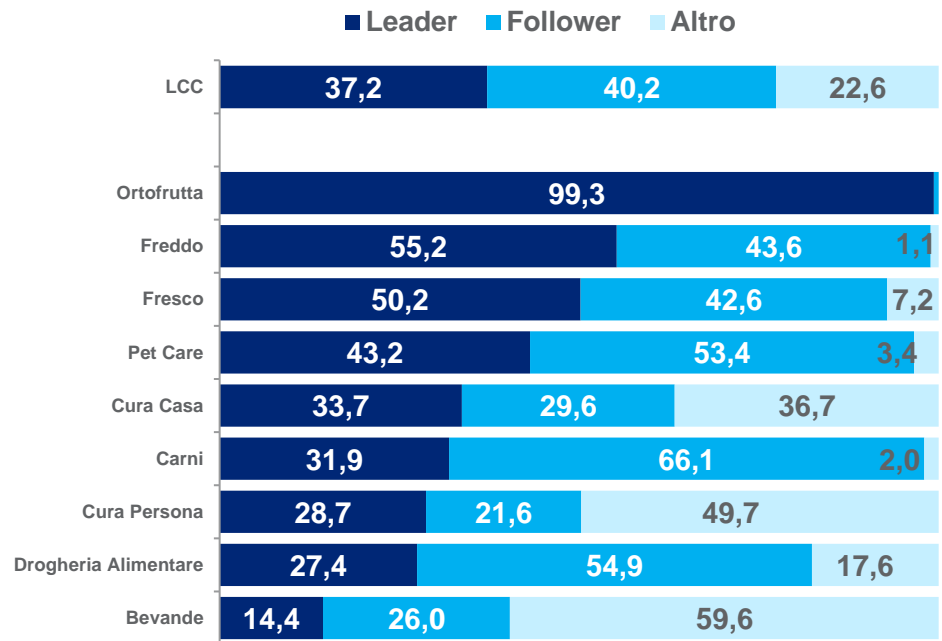
LCC – Source of volume della MDD – La mappa delle categorie – # CTG¹ e % LCC² – 2019 vs. 2020



Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020. 2019: 52 settimane terminanti il 24 novembre 2019.
¹# di categorie appartenenti ai diversi quadranti. ²% di LCC coperta dalla categorie di ogni quadrante

La MDD è leader di mercato in 143 categorie. In 294 si posiziona tra i primi 3 produttori

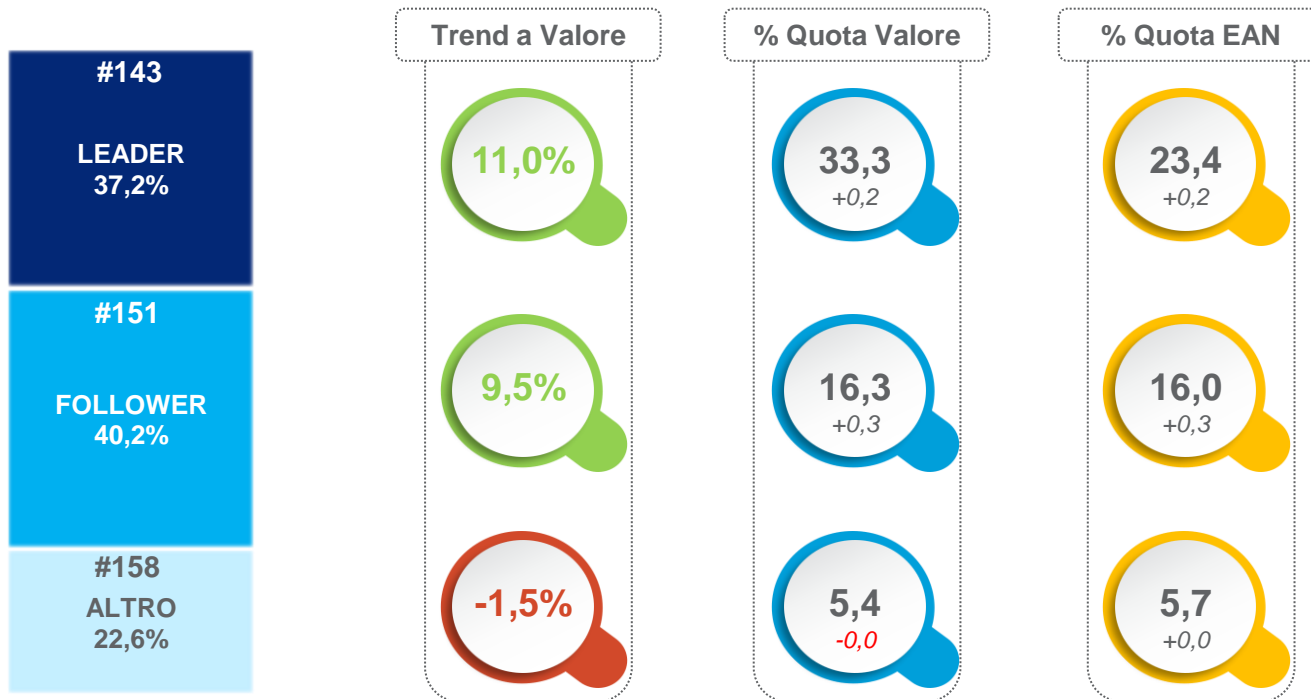
LCC – La Leadership della MDD – # Categorie e Ponderata su LCC – 2020



Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020. Leader 1° produttore della categoria. Follower 2°/3° produttore della categoria. Altro: dal 4° posto in poi.

La crescita della MDD è fortemente correlata alla leadership nella categoria

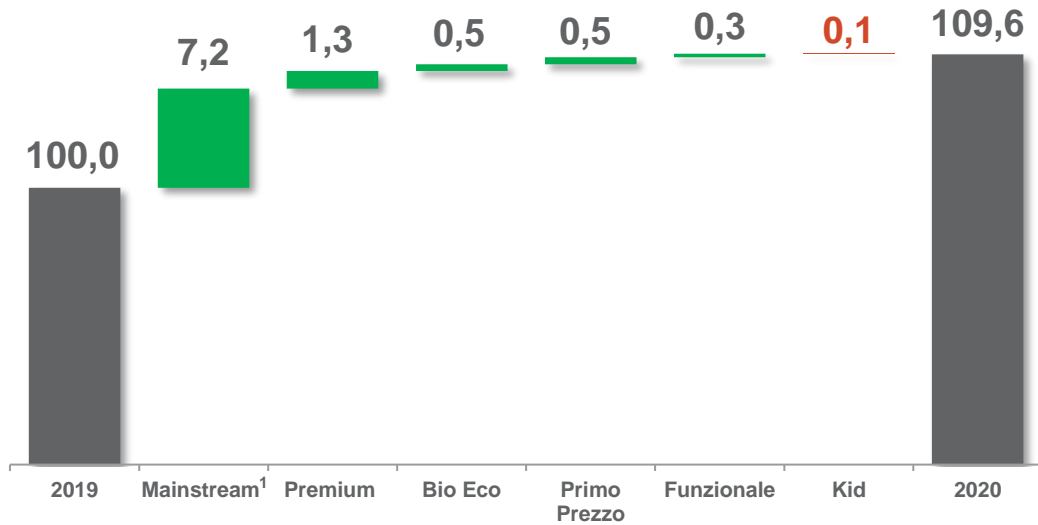
LCC – La Leadership¹ della MDD – 2020



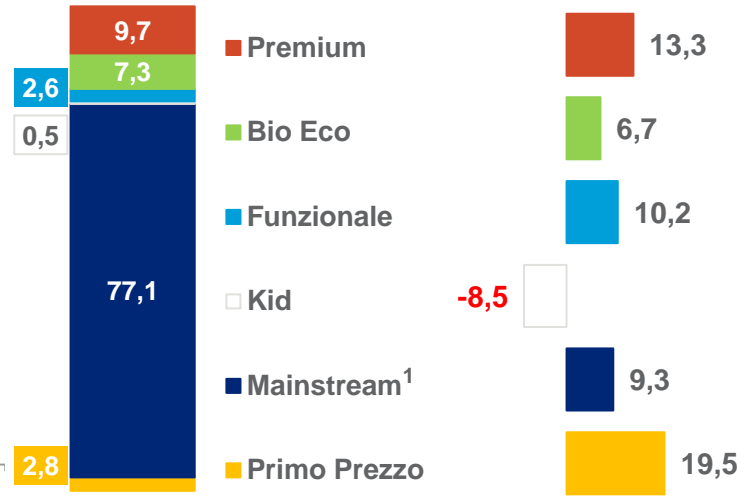
Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020. ¹Leader 1° produttore della categoria, Follower 2°/3° produttore della categoria ed Altro: dal 4° posto in poi.

Le linee alta gamma e specialistiche mantengono un elevato dinamismo, il primo prezzo cresce ma il mainstream rimane determinante

MDD LCC – Indice vendite a valore 2019 = 100
Contributi alla crescita delle vendite



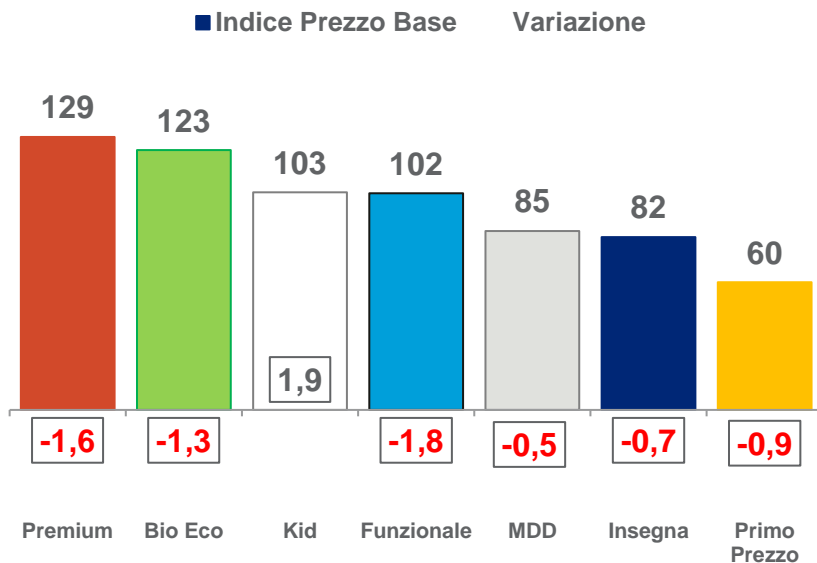
MDD LCC – La segmentazione –
Incidenza % e Trend – 2020



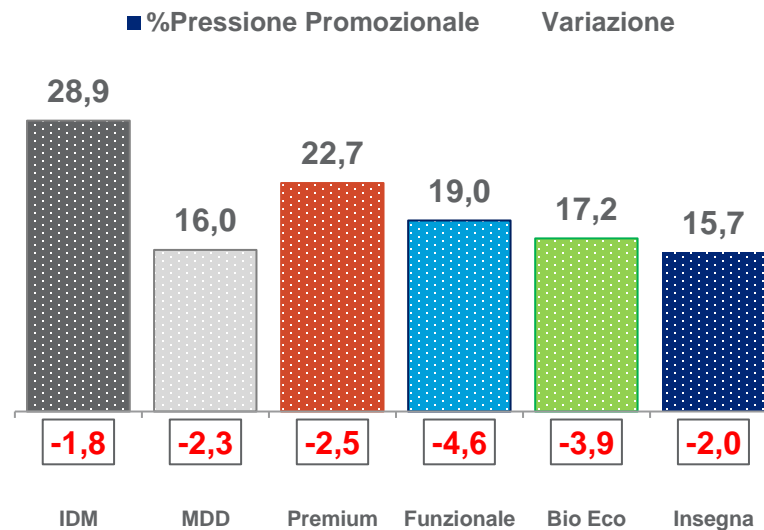
Fonte: IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. ¹Insegna + Marchi DO + Altre Marche. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020.

Prosegue il miglioramento del posizionamento di prezzo a scaffale con contrazione delle promozionalità per la MDD Insegna

MDD LCC – Il posizionamento di prezzo a scaffale per segmento¹ – 2020



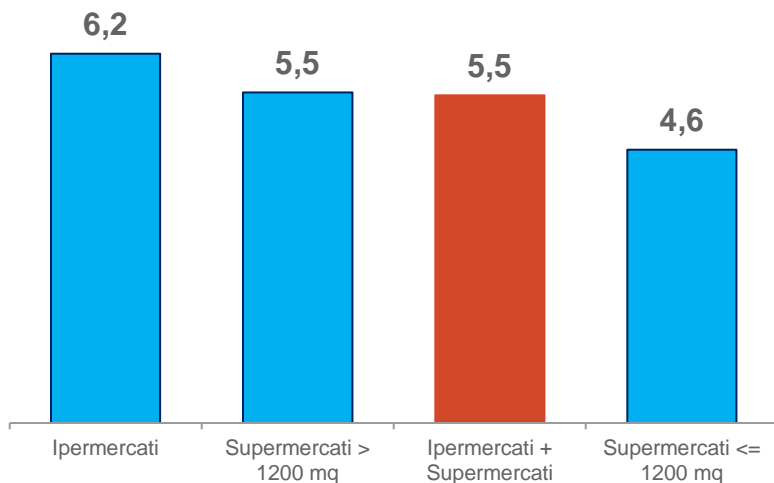
MDD LCC – Promozionalità IDM vs MDD per segmento – 2020



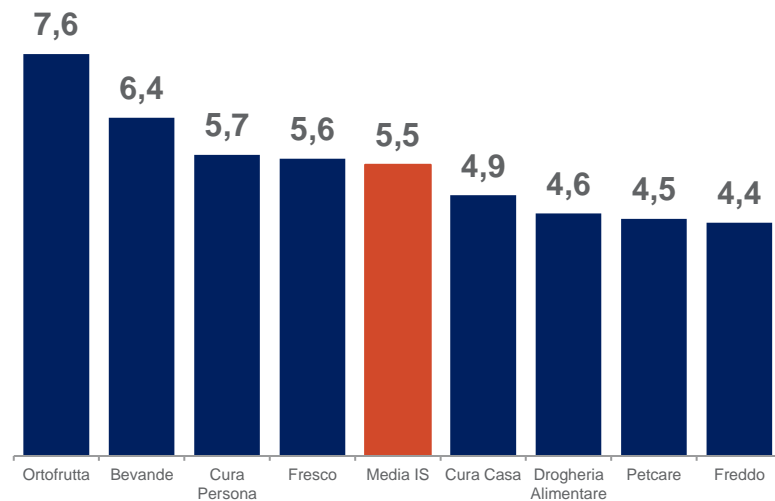
IRI Liquid Data®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020. ¹Indice di Fisher: posizionamento del prezzo base calcolato a livello di segmento, nei segmenti in cui è presente la MDD.

Nel 2020 la % di vendite perse per OOS è aumentata arrivando al **5,3%**. La **MDD** è su livelli più elevati

LCC – % di Lost Sales¹ della MDD per canale distributivo – 2020



LCC – % di Lost Sales¹ della MDD per reparto – 2020



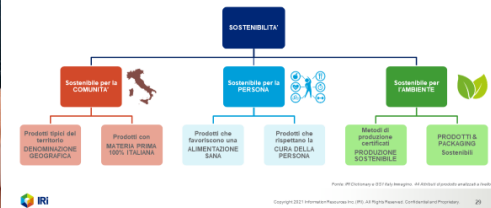
Fonte: IRI Barometro GS1®. Ipermercati + Supermercati. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020.¹ Incidenza % del valore delle vendite attese non realizzate a causa di Out-of-Stock.

LA SOSTENIBILITA' DELLA MDD

3

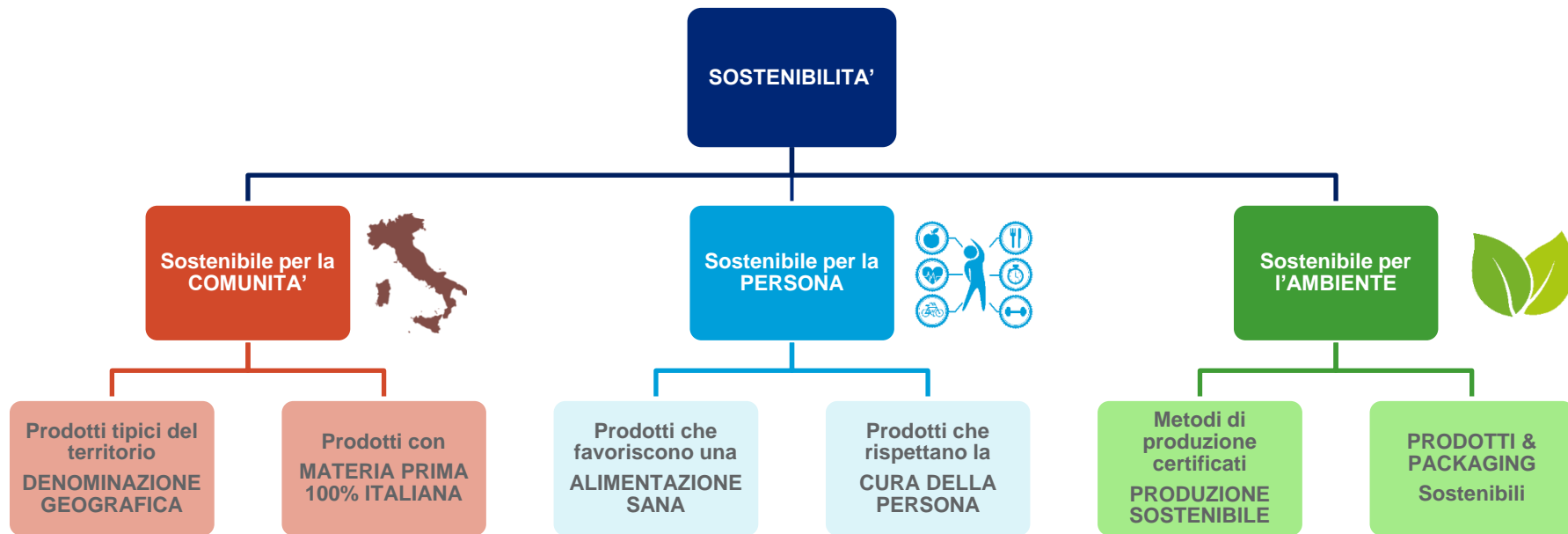
Abbiamo analizzato la **sostenibilità** attraverso gli attributi e le caratteristiche dei prodotti del LCC a 360° non limitandoci al solo impatto ambientale

La Sostenibilità è stata declinata su 3 dimensioni Macro e 6 Micro



Abbiamo analizzato la **sostenibilità** attraverso gli **attributi** e le caratteristiche dei **prodotti del LCC a 360°** non limitandoci al solo impatto ambientale

La Sostenibilità è stata declinata su 3 dimensioni Macro e 6 Micro



Fonte: IRI Dictionary e GS1 Italy Immagino. 45 Attributi di prodotto analizzati a livello EAN.

Abbiamo analizzato la **sostenibilità** attraverso gli **attributi** e le caratteristiche dei prodotti del **MDD** venduti negli ultimi 2 anni (riportati sulla **confezione**)

La Sostenibilità è stata declinata su 3 dimensioni Macro e 6 Micro

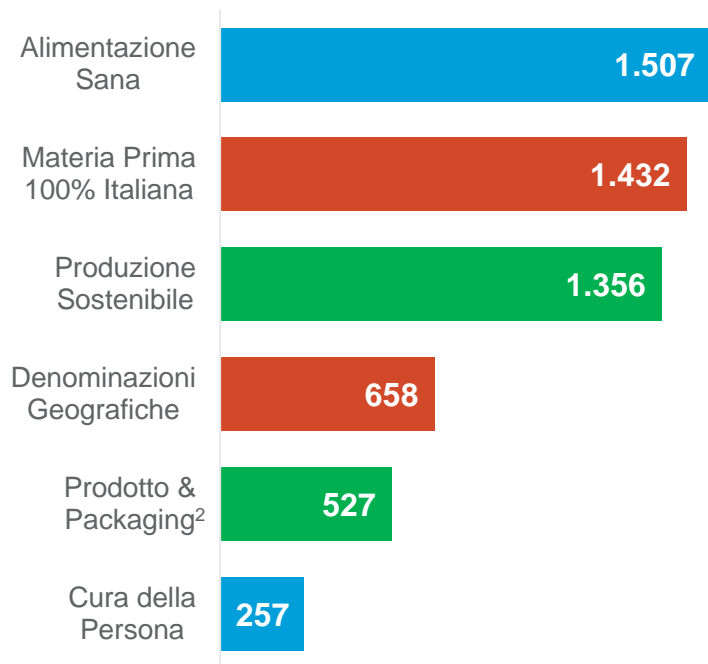
EAN attivi¹

	Sostenibile per la COMUNITA'	Denominazione Geografica	4.892	1.817
		Materia Prima 100% Italiana		3.176
	Sostenibile per la PERSONA	Alimentazione Sana	9.253	7.737
		Cura della Persona		2.150
	Sostenibile per l' AMBIENTE	Produzione Sostenibile	5.840	4.839
		Prodotto e Packaging ³		1.364
Totale Sostenibilità			15.395²	

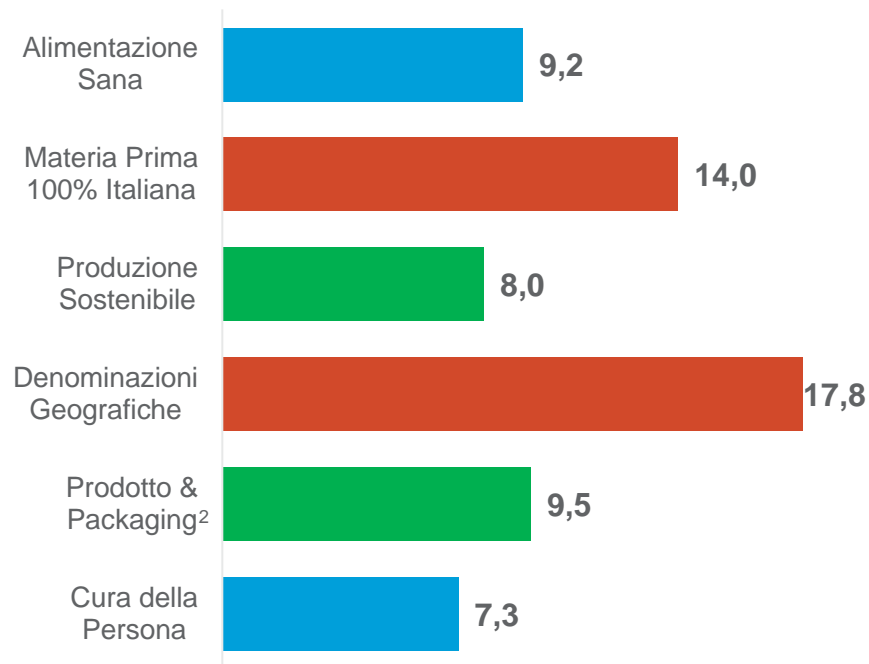
Fonte: IRI Liquid Data[®] e Infocan Census[®]. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. IRI Dictionary e GS1 Italy Immagino per definizione attributi di prodotto. Categorie Ortofrutta incluse: IV e V Gamma. ¹# codici EAN con vendite nell'ultimo biennio terminante a Dicembre 2020, analizzati per singolo attributo al lordo delle sovrapposizioni. ²# codici EAN al netto delle sovrapposizioni su un totale di 528.342 EAN. ³Esclusi i 21 codici EAN di prodotti Senza Antibiotici che non rientrano in altri cluster.

Gli italiani **incrementano** la spesa per prodotti sostenibili, in particolare nell'area dei prodotti per la **Comunità**, **100% italiani** che a **denominazione geografica**

LCC¹ – Prodotti Sostenibili MDD – Vendite mio€ - 2020



% Trend Vendite in Valore – 2020

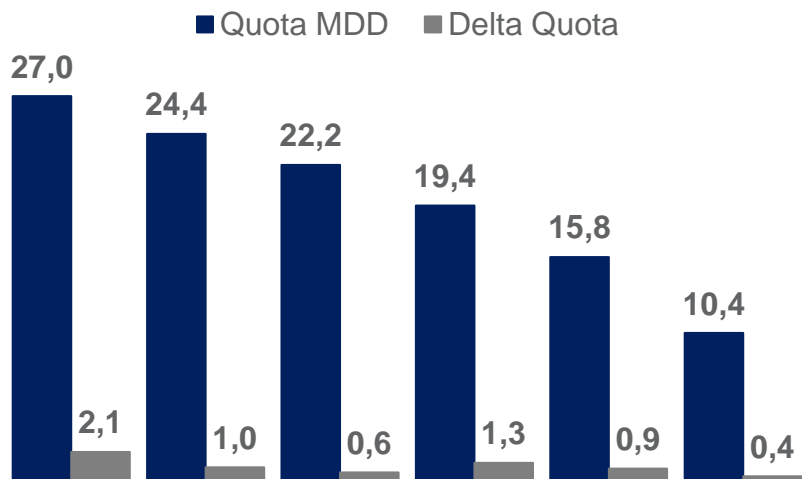


Fonte: IRI Liquid Data® e Infoscans Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. IRI Dictionary e GS1 Italy Immagino per definizione attributi di prodotto. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020.

¹Categorie Ortofrutta incluse: IV e V Gamma. ²Esclusi i 21 codici EAN di prodotti Senza Antibiotici che non rientrano in altri cluster.

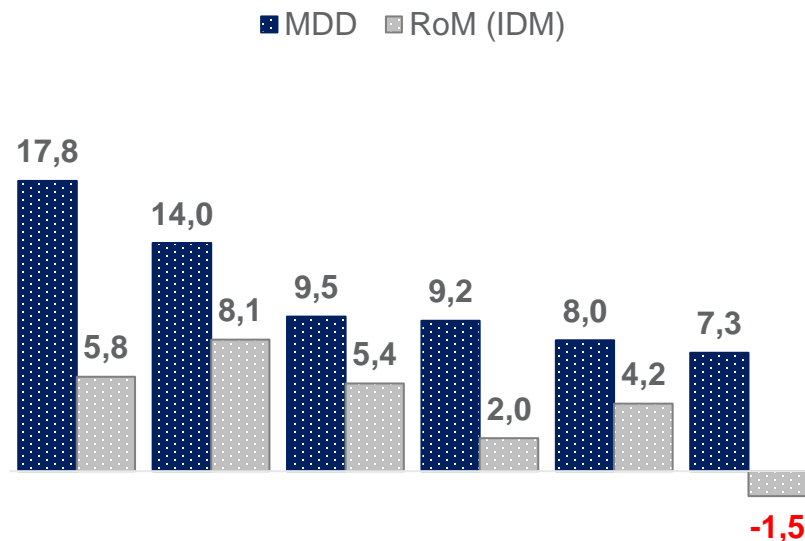
Le scelte dei consumatori premiano la MDD nell'acquisto di prodotti sostenibili, con crescite delle vendite e della quota di mercato

LCC¹ – Posizionamento competitivo della MDD – 2020



Denominazioni Geografiche Materia Prima 100% Italiana Produzione Sostenibile Cura della Persona Alimentazione Sana Prodotto & Packaging²

LCC¹ – Variazione % delle vendite – 2020



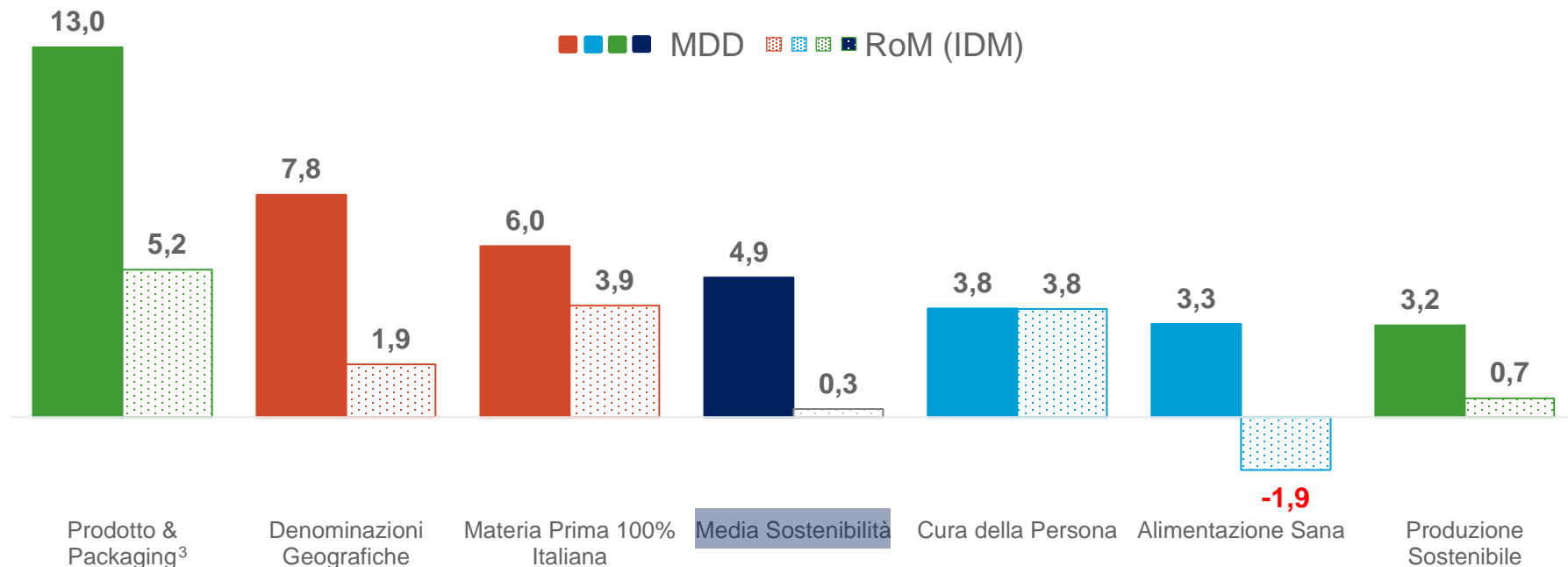
Denominazioni Geografiche Materia Prima 100% Italiana Prodotto & Packaging² Alimentazione Sana Produzione Sostenibile Cura della Persona

Fonte: IRI Liquid Data® e Infoscan Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. IRI Dictionary e GS1 Italy Immagino per definizione attributi di prodotto. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020 (vs 2019).

¹Categorie Ortofrutta include: IV e V Gamma. ²Esclusi i 32 codici EAN di prodotti Senza Antibiotici che non rientrano in altri cluster (11 IDM, 21 MDD).

In un contesto di generale contrazione degli assortimenti non si è fermata la crescita dell'offerta dei prodotti sostenibili, MDD in particolare

LCC¹ – Variazione % offerta² – Media Prodotti Sostenibili +1,3% / Media LCC Totale **-0,7%** – 2020

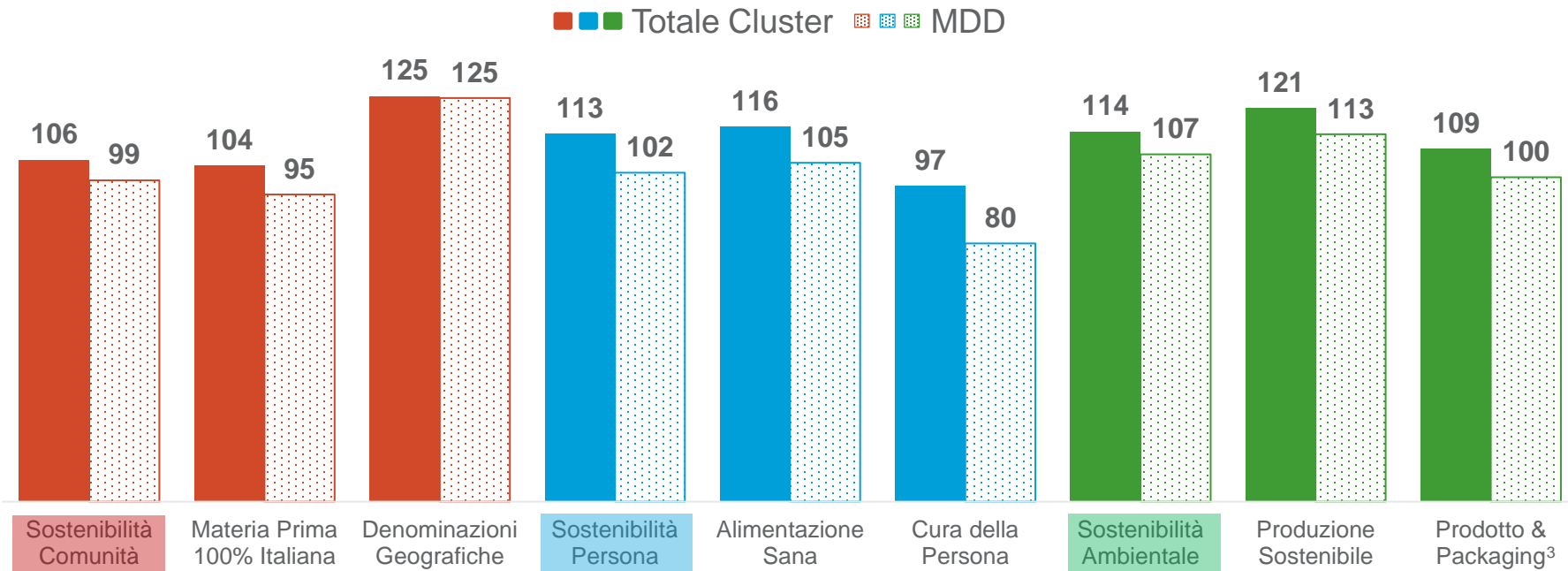


Fonte: IRI Liquid Data® e Infoscan Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo. IRI Dictionary e GS1 Italy Immagino per definizione attributi di prodotto. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020 (vs 2019).

¹Categorie Ortofrutta include: IV e V Gamma. ²Numero codici EAN vendenti per singolo attributo. ³Esclusi i 32 codici EAN di prodotti Senza Antibiotici che non rientrano in altri cluster (11 IDM, 21 MDD).

La MDD garantisce maggiore economicità in tutte le varie declinazioni dei prodotti sostenibili

LCC¹ – Posizionamento di Prezzo² – Prodotti Sostenibili – 2020



Fonte: IRI Liquid Data® e Infoscans Census®, Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo, IRI Dictionary e GS1 Italy Immagino per definizione attributi di prodotto. 2020: 52 settimane al 27 dicembre 2020 (vs 2019).¹Categorie Ortofrutta include: IV e V Gamma. ²Indice di Fisher: posizionamento prezzo medio calcolato a livello di attributo nei tipi di prodotto in cui è presente la MDD. ³Esclusi i 32 codici EAN di prodotti Senza Antibiotici che non rientrano in altri cluster (11 IDM, 21 MDD).



GRAZIE!



Per maggiori informazioni contattare:

Information Resources srl
Via dei Missaglia 97, 20142 - Milano
Marketing.Italy@iriworldwide.com

+39 02 52579 1

Follow us on Twitter: [@IRI_INTL](https://twitter.com/IRI_INTL)