

## Nel carrello della spesa degli italiani sempre più prodotti a Marca del Distributore

*Le scelte dei consumatori premiano i prodotti MDD, con dati di mercato in crescita sia a valore sia a volume. Il XX Rapporto Marca by BolognaFiere, curato da Circana e in presentazione nella giornata di apertura della manifestazione, evidenzia l'exploit di cui è protagonista la Marca Commerciale. Appuntamento in Gallery Hall 21-22 alle 14.30.*

Bologna, 16 gennaio 2024 – In un periodo ad alto tasso di complessità, segnato da crisi globali e climatiche, precarietà lavorativa e aumento dei prezzi dei beni di consumo, le famiglie italiane si trovano ad affrontare incertezza e preoccupazioni diffuse. È in questo contesto che emerge con forza la tendenza a optare sempre più spesso per la Marca del Distributore: nel tentativo di contenere i costi, i consumatori privilegiano infatti alternative di qualità, ma generalmente più economiche.

Il ruolo chiave giocato dalla MDD nel 2023 è al centro del **XX Rapporto Marca by BolognaFiere** a cura di **Circana** e illustrato nel dettaglio nel corso del convegno dedicato al tema, in programma martedì 16 gennaio a Marca by BolognaFiere (ore 14.30 in Gallery Hall 21-22).

### IL RAPPORTO IN SINTESI

In un mercato sottoposto a una forte pressione dovuta all'incremento dell'inflazione, si osserva una **crescita** del totale del **largo consumo confezionato** pari al **9%**, guidata da un'**inflazione a doppia cifra (10%)** e con una **contrazione dei volumi di vendita dell'1.4%**.

Diverso il quadro per la **Marca del Distributore** che, oltre a registrare un **incremento significativo a valore (+15,4%)** – che le consente di raggiungere **22,1 punti di quota**, con un guadagno di **+1,2%** rispetto allo stesso periodo 2022 – **crece anche in termini "reali" a volume (+4,7%)**. Questo nonostante un'inflazione superiore all'industria di marca (10,6 vs 10), ma che risulta in discesa negli ultimi mesi.

Analizzando le categorie merceologiche, **migliora il posizionamento competitivo della MDD in tutti i reparti merceologici** con un particolare guadagno di punti quota nel settore del **Freddo (+2,7%)**, **Cura Persona (+2,1%)**, **Cura Casa (+1,8%)** e nel **Fresco (+1,6%)**. La crescita a valore tra i reparti è sostenuta da una **crescita anche a volume**.

Il trend positivo della MDD va di pari passo con un **aumento dell'offerta** che le consente di raggiungere il **16,6% di quota assortimentale, in aumento dello 0,7%** rispetto al 2022.

I segmenti di offerta **Mainstream** e **Primo Prezzo** guidano la **crescita a valore della MDD (Insegna, +16,2%; Marchi Do, +42,9%; Primo Prezzo, +19,0%)**, mentre rallenta la crescita delle linee di alta gamma a eccezione del **Funzionale** che con un **+15,3%** che mantiene un buon dinamismo.

Anche per la MDD si rilevano **segnali di ripresa della pressione promozionale (+1,4%)** con un'inversione di tendenza rispetto al passato, ma non ancora ai livelli pre-pandemici.

**Ufficio stampa Marca by BolognaFiere**

Sveva Scazzina – 347 2363941

Sara Telaro – 340 9214636

Absolut eventi & comunicazione

[MARCAprs@absolutgroup.it](mailto:MARCAprs@absolutgroup.it)

Tel. 051 272523

**Per restare aggiornati su Marca by BolognaFiere:**

[marca.bolognafiere.it](http://marca.bolognafiere.it)

[Linkedin](#)

[Twitter](#)

[YouTube](#)