

Bio e tracciabilità: la marca privata sempre più premium

DISTRIBUZIONE

Nel 2018 le private label crescono dell'11% con ricavi per 3 miliardi

Enrico Netti

Tra marca del distributore (mdd) e industriale quali sono i meccanismi guidano le scelte dei consumatori? I consumatori sono fidelizzati alla private label e particolarmente attenti agli sprechi, alla qualità del prodotto, al benessere che promette e alle certificazioni di sicurezza. Lo ha spiegato Silvia Zucconi, responsabile Market Intelligence di Nomisma, nel suo intervento a Marca 2019. Dai trend monitorati emerge che il made in Italy viene preferito; che prima della scelta si legge l'etichetta, si controlla la tracciabilità della filiera e il metodo di produzione; che uno su quattro sceglie bio; che il prezzo non pesa più sulla scelta della private label ma sempre più sono le sue qualità. Così, la marca del distributore è oggi prima scelta nei reparti carne e frutta e verdura.

Le linee di prodotti premium insieme al bio e ai funzionali sono i motori di crescita della marca del distributore. Premium e bio nel 2018

mettono a segno una crescita vicina all'11% con ricavi per 3 miliardi mentre la linea mainstream con un +1,2% supera i 13,1 miliardi. Continuano a calare invece le vendite del primo prezzo e delle linee discount delle private label. In uno scenario all'insegna della multicanalità ecco il calo delle vendite in iper, superstore e nei piccoli negozi a libero servizio a valore dei discount, le catene specializzate e i supermercati. Per la prima volta da Iri vengono monitorate anche le vendite online: pesano quasi due decimi di punto, 430 milioni e la loro crescita (+40%) è molto veloce. Chi acquista online poi acquista più rispetto ai clienti offline.

Gianmaria Marzoli, VP Retail Iri, evidenzia la crescita del numero medio delle referenze della Mdd ora vicino a 1.600 con un +6%. Nell'ultimo anno è cresciuto l'assortimento delle linee premium, eco e bio.

A un anno dall'obbligo di usare sacchetti biodegradabili per il fresco i consumatori hanno superato l'iniziale ostilità legata al prezzo. A Marca ha debuttato il primo packaging biodegradabile e compostabile per la mozzarella di bufala campana dop confezionata in un sacchetto in Mater-B, la bioplastica di Novamont.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

