

ANNO I - DICEMBRE 2023

**DM**  
MAGAZINE

GUIDE E ANNUARI

# 2024 RETAIL FORECAST





## Pippo Cannillo

amministratore delegato di  
Maiora

# “Un ruolo sempre più forte per la Mdd”

**Pippo Cannillo, amministratore delegato di Maiora**, prevede una riduzione dell'inflazione, a fronte, però, di una stagnazione dei salari, che determinerà un probabile cambio del mix nel carrello e dei volumi di acquisto. In questo contesto, l'ad ritiene che la marca del distributore guadagnerà terreno e posizionamento.

### **Che scenario intravede per la Gdo nel 2024?**

Dopo la “tempesta perfetta” del 2022, che ha visto aumenti di prezzo trasversali in quasi tutti i comparti food, nel corso del 2023 si è assistito a una forte differenziazione nell'andamento dei listini: in taluni casi la diminuzione dei costi dei prodotti (dai cereali agli oli vegetali), in altri nuove tendenze di aumento (zucchero, cacao, olio extravergine). Nel 2024 ci aspettiamo una forte riduzione dell'indice di inflazione, il quale si dovrebbe attestare al di sotto del 3%. Poiché, però, i salari reali restano pressoché fermi, con molta probabilità si potrebbe verificare un cambiamento del mix del carrello e una riduzione dei volumi di acquisto. La marca del distributore in questo scenario dovrebbe rafforzarsi ancora di più a discapito dell'industria di marca, che potrà riguadagnare il terreno perduto solo se riprenderà a fare vera innovazione. Focalizzandoci, invece, sulle categorie, ci aspettiamo una continua ascesa dei prodotti dedicati agli animali, dei prodotti iperproteici e a base vegetale, che rispondono alle esigenze dei nuovi stili di vita alimentari (reducentari, vegetariani e vegani).

**Quindi si aspetta un'evoluzione importante per la Mdd?**

La marca del distributore avrà nei prossimi anni un ruolo centrale nella politica commerciale della Gdo e continuerà a guadagnare quote di mercato. Il compito della Gdo dovrà essere quello di rendere leggibili e chiari i posizionamenti sullo scaffale, evitando di avere sovrapposizioni di prodotti nelle medesime fasce prezzo, che finiscono per disorientare il consumatore. In questo scenario, la Mdd non sarà più la private label che imita il prodotto di marca, ma sarà, e in parte già lo è, una vera e propria marca. In quanto tale, potrebbe avere un posizionamento di prezzo più elevato nel segmento premium ed essere più vicina alle tendenze di consumo espresse dai clienti, anticipando la marca nel lancio di nuovi prodotti e rispondendo prontamente alle esigenze di mercato. Inoltre, un altro aspetto premiante della Mdd è riconducibile alla sempre maggiore tracciabilità dei prodotti.

**Aumenterà a suo avviso il peso dell'e-commerce rispetto al canale fisico?**

Se paragonata all'andamento dei canali fisici, la performance dell'e-commerce nel 2023 è stata deludente, caratterizzata da un trend quasi flat rispetto all'anno precedente e una contrazione dei volumi di acquisto di oltre il 6%. Non riteniamo che ci siano le condizioni che potrebbero portare a un'inversione di tendenza nel 2024. Per la distribuzione alimentare, l'e-commerce continuerà a essere un servizio da offrire ai propri clienti, sfruttando soprattutto la formula del click&collect.

**Ci sono aspetti critici da segnalare nei rapporti con l'industria o in altri ambiti della filiera?**

Nel 2023, a fronte di un rapido rientro dei costi delle commodities alimentari e dei costi energetici, non si è manifestata alcuna significativa riduzione dei listini dell'industria alimentare. Anzi, si è assistito a ulteriori richieste di aumenti dei listini, addirittura superiori a quelli del 2022. Nello stesso periodo, l'ulteriore logoramento del potere d'acquisto delle famiglie ha impedito alla Gdo di poter riversare al consumo l'intero incremento. Aggiungiamo che la distribuzione è stata sempre in prima linea nelle varie sollecitazioni ricevute dagli organi istituzionali per andare incontro alle esigenze di un cliente in difficoltà. Ci saremmo aspettati di avere al nostro fianco anche l'industria di marca, la quale invece ha preferito non aderire a tali attività.

