

NL 63 – NEWS 1

MK Group

“LE SCELTE DEI CONSUMATORI TRA POTERE D’ACQUISTO E PROTEZIONE DELLA QUALITA’ NELLA TERZA EDIZIONE DI FRESCHISSIMI 2023, ANNUNCIATA UNA PARTNERSHIP STRATEGICA TRA NIELSENIQ E MK GROUP”

“Giovedì 21 settembre si è tenuto un evento dedicato al mondo dei **Freschissimi**. L’incontro organizzato da **Retail Institute** nell’ambito di Grocery Forum Europe, si è tenuto presso la sede milanese di **Deloitte** è giunto alla terza edizione e ancora una volta, vista l’importante partecipazione, ha confermato il grande interesse per l’argomento.



Il tema di Freschissimi 2023 è stato: LE “SCELTE” DEI CONSUMATORI: DIFESA DEL POTERE DI ACQUISTO E PROTEZIONE DELLA QUALITA’

L’evento è stato moderato con la consueta brillantezza da **Armando Garosci**, Direttore di **Largo Consumo**.

Tra i relatori che si sono avvicendati, **Romolo De Camillis**, Retail Director di **NielsenIQ**, ha presentato le tendenze di mercato e il ruolo dei prodotti Freschissimi.



In seguito, **De Camillis**, insieme ad **Alessandro Arnao**, Direttore MK Research di **MK Group** hanno presentato la sintesi della ricerca **"Assortimenti e scale prezzo al centro delle Strategie dei Retailer anche nei Freschissimi"**



In estrema sintesi, un'efficace panoramica sul mondo dei prodotti Freschissimi che, oltre a mostrare l'importanza in termini di penetrazione e volumi di vendite di questi mercati, consente la valutazione del **potenziale della differenziazione assortimentale** per i retailer, attraverso la gestione puntuale di prezzi e assortimenti.

Questo evento è stato anche l'occasione per **NIQ e MK Group di annunciare una Partnership Strategica** volta a colmare il **gap informativo sui dati di mercato** dei prodotti Freschissimi, con l'obiettivo di creare insieme un **Osservatorio Permanente** dedicato alle performance di questi mercati.

E' stato sottolineato come i prodotti Freschissimi sono rilevanti non solo per le **alte penetrazioni**, i volumi e i fatturati generati, ma anche per essere mercati **altamente differenzianti** in termini di selezione del negozio in cui fare la spesa.

Per troppo tempo sono mancati dati di contesto che consentissero di valutare il proprio posizionamento di mercato e per **gestire operativamente assortimenti e scale prezzo** rispetto al **benchmark di riferimento** con evidenza dei volumi e dei fatturati dei prodotti analizzati.

Oggi **NIQ ed MK Group**, attraverso questa collaborazione si propongono di **dare risposte qualificate e puntuali ai propri clienti**, con informazioni finalmente **affidabili** sui mercati dei Freschissimi."

Fonti:

MK Group, analisi su informazioni interne in collaborazione con Nielsen IQ, Deloitte, Retail Institute, ottobre 2023

<https://mkgroup.store/>

<https://nielseniq.com/global/it/>

<https://www2.deloitte.com/it/it.html>

<https://www.largoconsumo.info/>

Per approfondimenti:

contatto@mkgmsgroup.it

<https://mkgroup.store/>

Pagina LinkedIn di MK Group: <https://www.linkedin.com/company/market-knowledge-srl>

Per ulteriori informazioni: [link> https://www.mkgmsgroup.it/contatti/](https://www.mkgmsgroup.it/contatti/)