Publicidad

ANUNCIESE AQUÍ... Más Info

Noticias del Sector

Jueves 17 de Octubre de 2013

PUBLICADO EL 31/07/2013

Mercadona reúne el 56% de las innovaciones en MDD

Sólo el 25% de los lanzamientos de 2012 fue innovación, según un estudio de Kantar Worldpanel

infoRETAIL.- Mercadona ha acumulado el 56% de las innovaciones en los lanzamientos de productos de la Marca de la Distribución (MDD) durante 2012, según un informe realizado por la consultora Kantar Worldpanel. El estudio sitúa a la cadena de supermercados de Juan Roig por delante de Lidl (22%) y Carrefour (6%).

"El 33% de toda la innovación pertenece a la marca de la distribución, impulsada básicamente por Mercadona, que es quien mueve más de la mitad de este tipo de lanzamientos", ha explicado César Valencoso, Consumer Insight Consulting Director de Kantar Worlpanel.

De hecho, cuatro de los diez productos que más éxito han tenido transcurrido un año tras su lanzamiento pertenecen a Hacendado (Tortitas Avena y Arroz, Snack 5 cereales, Cookies bran flakes y Patatas Letra).

En concreto, según el informe de Kantar Worldpanel, el producto que ha tenido más éxito es Philadelphia Milka, seguido por Tortitas Avena y Arroz de Hacendado, Snack 5 cereales también de Hacendado, Las Cremas de Knorr, Elvive Arginina, Cookies bran flakes de Hacendado, Evax Cottonlike sin alas, Patatas Letra de Hacendado, Bref Poder activo y Knorr Momentos Gourmet Bogavante.

El estudio destaca que sólo el 25% de las referencias que se lanzaron al mercado en 2012 se pueden considerar realmente innovación.

La consultora ha analizado los 1.400 sku's estrenado el año pasado en el sector gran consumo (excluidos los lanzamientos promocionales de corta duración) y ha concluido que el 75% de los mismo son "Me too's" –construcción de una marca a partir de la imitación de las características de la marca líder– por lo que no pueden ser considerados realmente innovación.

"Innovar requiere normalmente más inversión y tiempo de desarrollo, pero para los que invierten y se arriesgan innovando hay una recompensa: el 25% de los lanzamientos innovadores han tenido éxito", ha explicado César Valencoso.

Por sectores, la alimentación es el que más referencias nuevas incorpora, acumulando el 52% del total, por delante de salud y belleza (25%), bebidas (9%) y droguería (8%). No obstante, proporcionalmente, salud y belleza es el sector más innovador, con un índice por peso de 192, frente al 100 de droguería, 83 de alimentación y 74 de bebidas.

Por último, los lanzamientos de alimentos son también los que mayor ratio de éxito han tenido, con un 31%, precediendo a los de salud y belleza (20%), droguería (18%) y bebidas (16%).

SUSCRÍBETE A NUESTRO BOLETÍN

Mantente informado de toda la actualidad del sector con nuestro boletín de noticias diario.

Nombre:

Email:

Empresa:

Acepto politica privacidad*

ENVIAR

SÍGUENOS EN TWITTER

Publicidad

Para Valencoso, otra conclusión de este estudio es que "detrás de estos lanzamientos está la inversión de fabricante". Para el directivo de Kantar, "los fabricantes, en especial las primeras marcas, son las más dinamizadoras de los mercados".

En este sentido, las primeras marcas acumulan el 55% de toda la innovación, "muy por encima del peso que les correspondería según la cuota en ventas", añade Valencoso. Como se ha dicho anteriormente, la MDD acumula el 33% de esa innovación, mientras que el 11% restante corresponde a otros fabricantes.

El informe destaca los fabricantes Danone y L'Oréal como las empresas más innovadoras dentro de los respectivos sectores de alimentación y salud y belleza.

"Los que más innovan son Danone, Unilever, Mondelez y Nestlé, que realizan uno de cada tres lanzamientos innovadores. En el sector del cuidado del hogar y cuidado personal: P&G, L'Oreal, Henkel y Reckitt", tal y como ha apuntado César Valencoso.

Me gusta 0

Patrocina:
EURO POOL SYSTEM
LPR
A Division of Euro Pool System
Organiza:
AECOC

Noticias anteriores

Buscardor de noticias: buscar

PUBLICADO EL 17/10/2013
DIA potencia el modelo de gestión 3.0

PUBLICADO EL 17/10/2013
Antonio Casal: "Las ventas de e-commerce de Toys'R'Us Iberia crecen un 50%"

PUBLICADO EL 17/10/2013
Juan Carlos Arce: "La logística es la última vía de Campofrío para llegar al cliente"

PUBLICADO EL 17/10/2013
Carrefour Express desarrolla su negocio en Madrid

PUBLICADO EL 17/10/2013
Decimosexto 'suma' en Andalucía

PUBLICADO EL 17/10/2013
Covalco suma 25 tiendas en la provincia de Castellón

PUBLICADO EL 17/10/2013
Semark refuerza su posición en Castilla y León

PUBLICADO EL 17/10/2013
Nueva transformación de Unide en Madrid

PUBLICADO EL 17/10/2013
Covirán impulsa la MDD en perfumería y cuidado personal

PUBLICADO EL 17/10/2013
Makro, con la hostelería en Canarias

PUBLICADO EL 17/10/2013
Primark amplía la oferta del centro comercial Miramar

PUBLICADO EL 17/10/2013
Nestlé incrementa sus ventas un 4%

« 1 2 3 4 5 »

© 2012 Revista infoRETAIL