

fabbrica futuro

SPECIALE INDUSTRIA ALIMENTARE

**Aspettative e comportamento d'acquisto nella categoria
'frozen' e in generale nel largo consumo confezionato**
Quale evoluzione in uno scenario di crescente incertezza?

Marco Repezza

Head of Marketing & Trade marketing ITALPIZZA Spa

PARMA

Grand Hotel de la Ville

Largo Piero Calamandrei, 11

VENERDÌ 23 FEBBRAIO

9.00 - 16.30

ITALPIZZA

ITALY'S #1 BRAND OF PIZZA

”Italpizza non è un’industria di Pizze,
ma una Pizzeria Industriale”

Cristian Pederzini
Presidente e Fondatore

ITALPIZZA

ITALPIZZA

2023

13

LINEE PRODUTTIVE

+1000

RICETTE

60

PAESI SERVITI

435.000.000

PIZZE PRODOTTE ALL'ANNO

+ 27.000

CAMPIONI INVIATI IN TUTTO IL MONDO

6 stabilimenti

380.000.000

€ TURNOVER

1750

LAVORATORI

ITALPIZZA

Fatturato di gruppo



38

380

2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023

ITALPIZZA

Million €

Source: IRI data Value Sales



MODENA
1 production plant
4 production lines



MANTUA
5 production plants
7 production lines



MORTARA
1 production plant
1 production line



MALGRAT
1 production plant
1 production line



CAUDRY
1 production plant
2 production lines



CAUDRY

MANTUA
MORTARA
MODENA

MALGRAT

ITALPIZZA



ITALPIZZA

60 paesi serviti



ITALPIZZA



TECNOLOGIA CORE BUSINESS
NATI PER ESSERE
PREMIUM



24 ORE DI
LIEVITAZIONE



STESE A MANO



COTTE IN VERO FORNO
A LEGNA



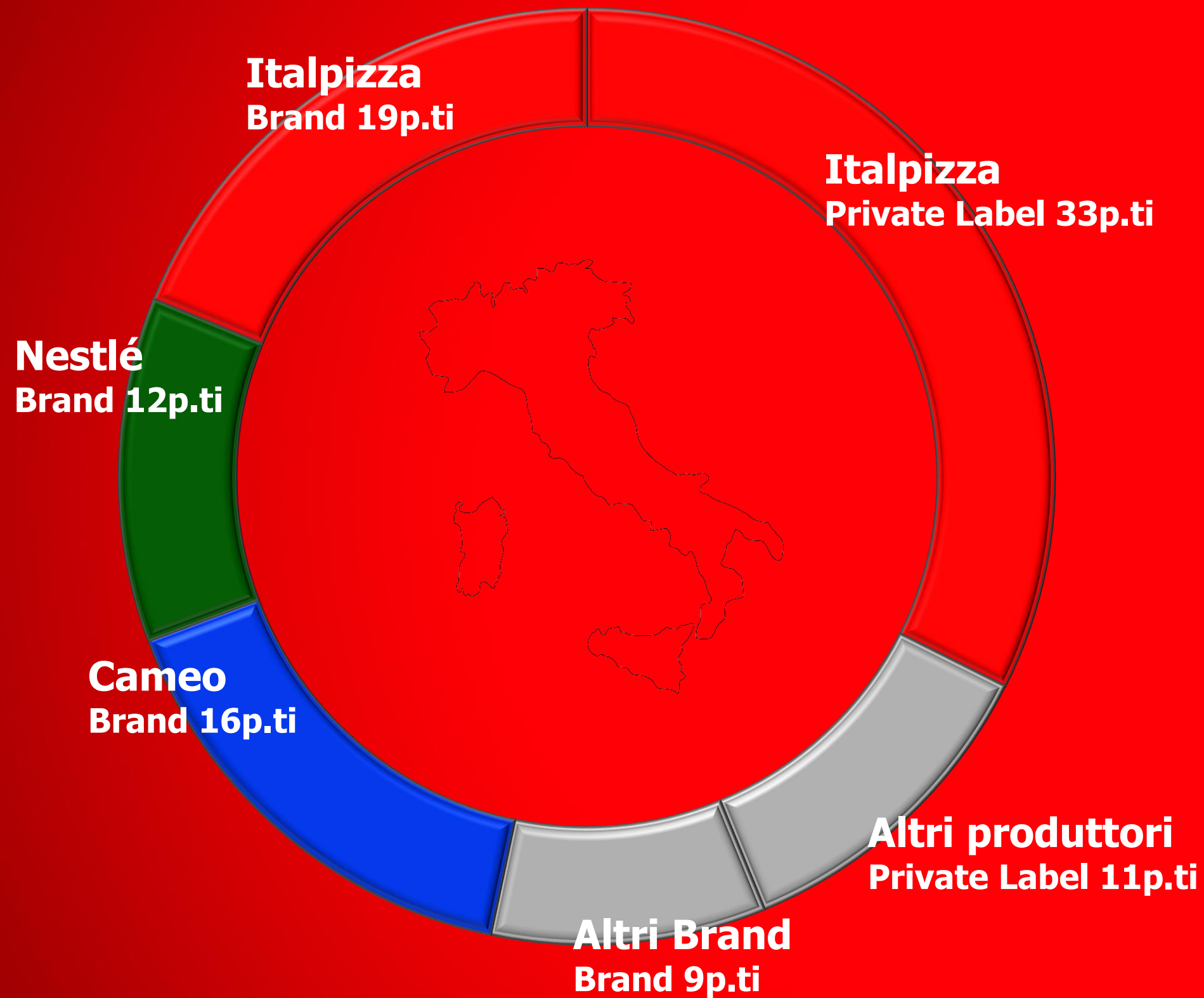
ITALPIZZA

Un'identità per più formati



Leader in Brand e Private Label

(74% della PL è prodotta da Itaipizza)

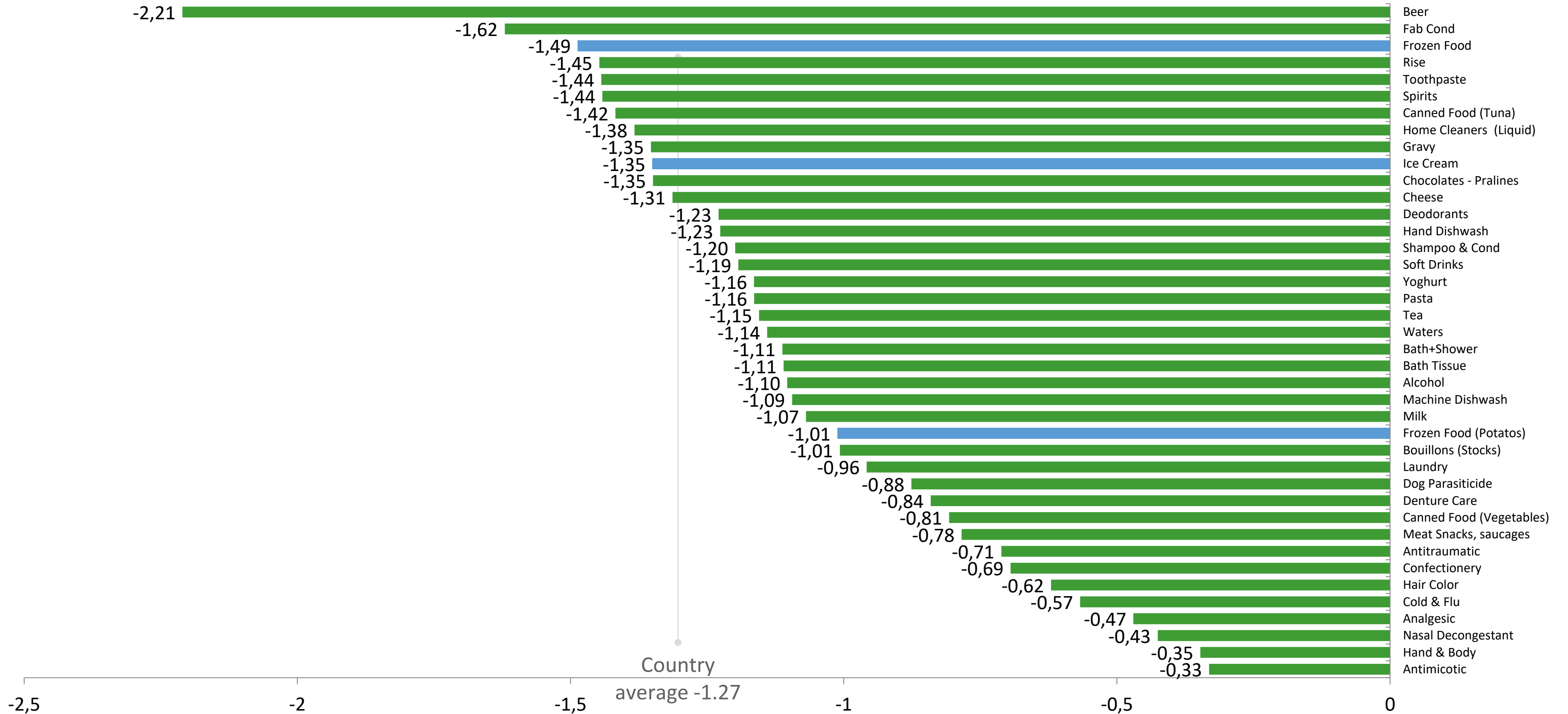


1 Pizza su 2 è
prodotta da
Itaipizza

ITALPIZZA

Source: IRI data Volume Share in Large Pizza Category
Iper + Super + LSP Italy
YTD 2023

Elasticità al prezzo (esempi)



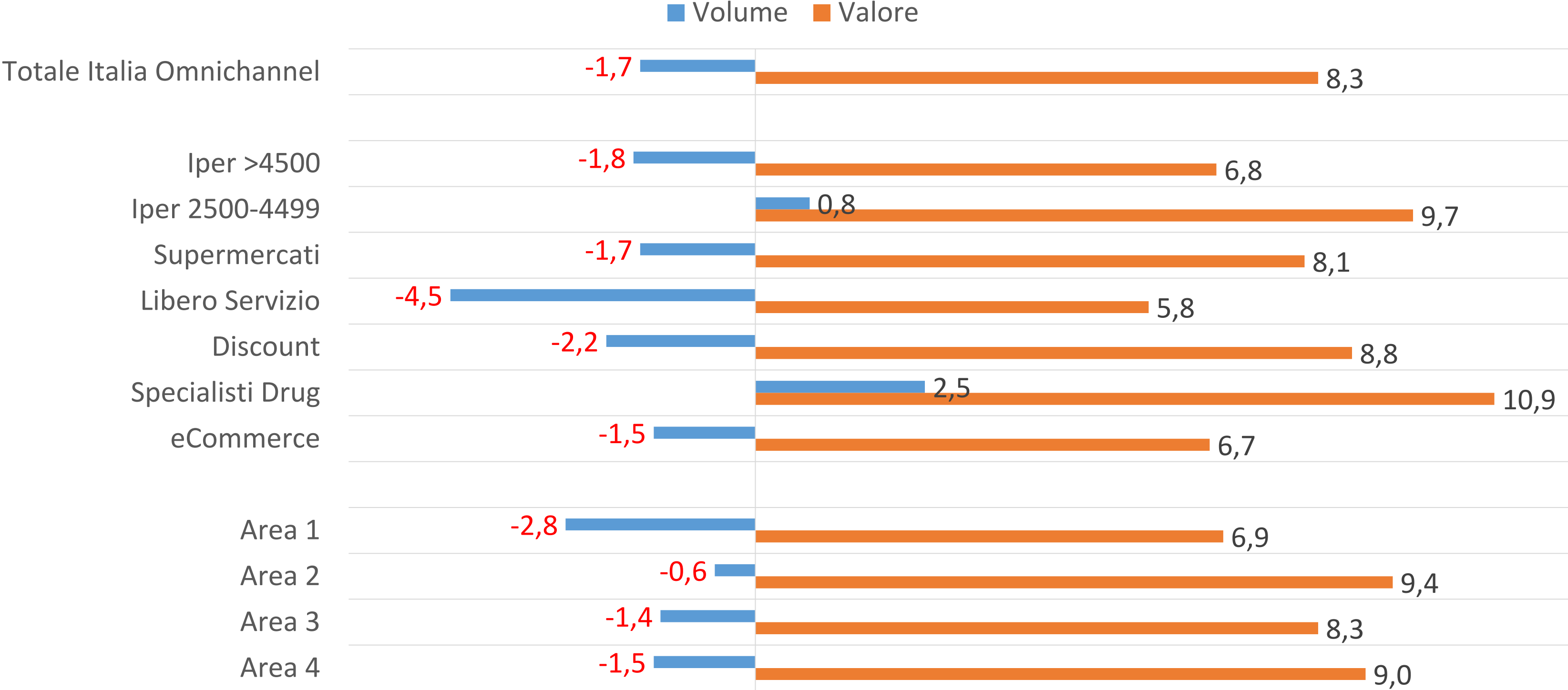
Elasticità al prezzo



*Arithmetic average of all EU projects in each country

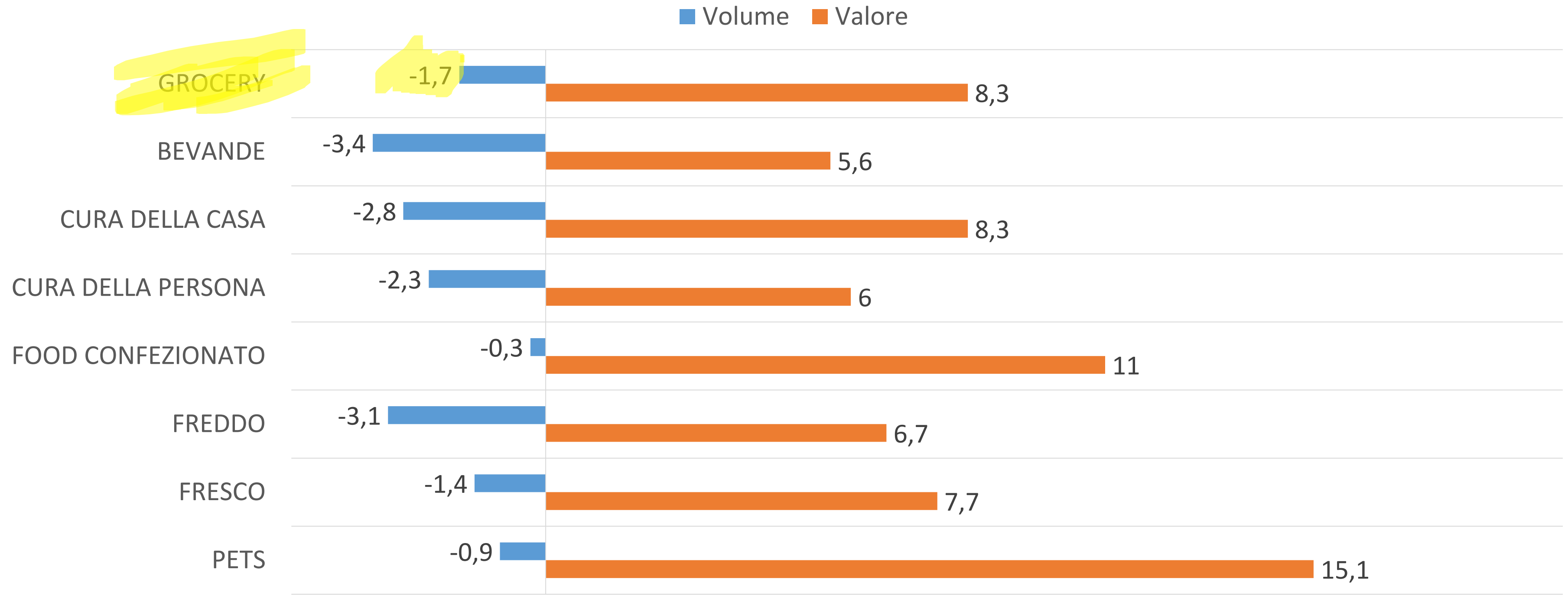
Source: Average FMCG Price elasticity across Europe IRI Price elasticity analyses sample

2023: calo di volumi in tutti i canali, fatta eccezione per Specialisti Drug e Iper Piccoli



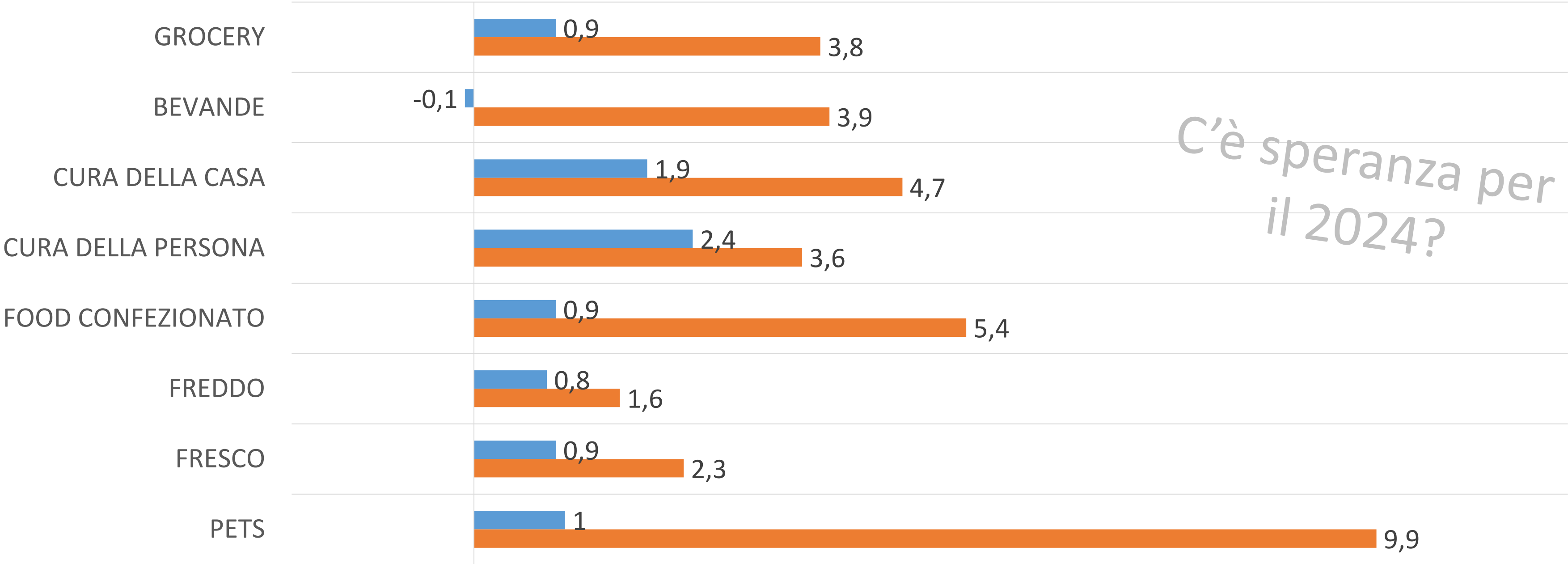
Source : 2023 NIQ Trade*Mis | Trend of Sales value with fixed prices

2023: trend negativo dei volumi in tutte le aree merceologiche



Ma.. a dicembre 2023 i volumi di quasi tutte le aree merceologiche sono tornati a crescere

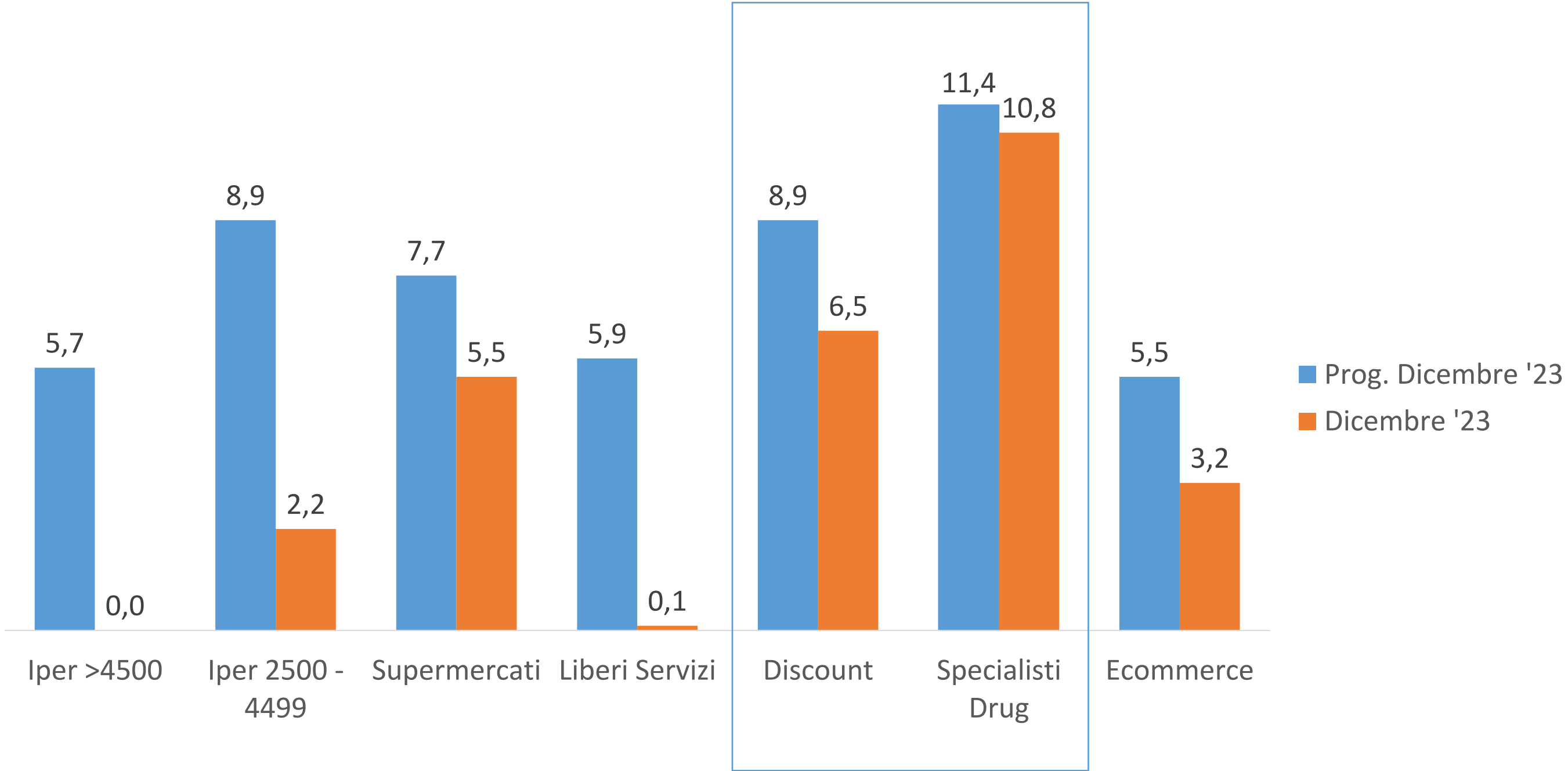
■ Volume ■ Valore



C'è speranza per il 2024?

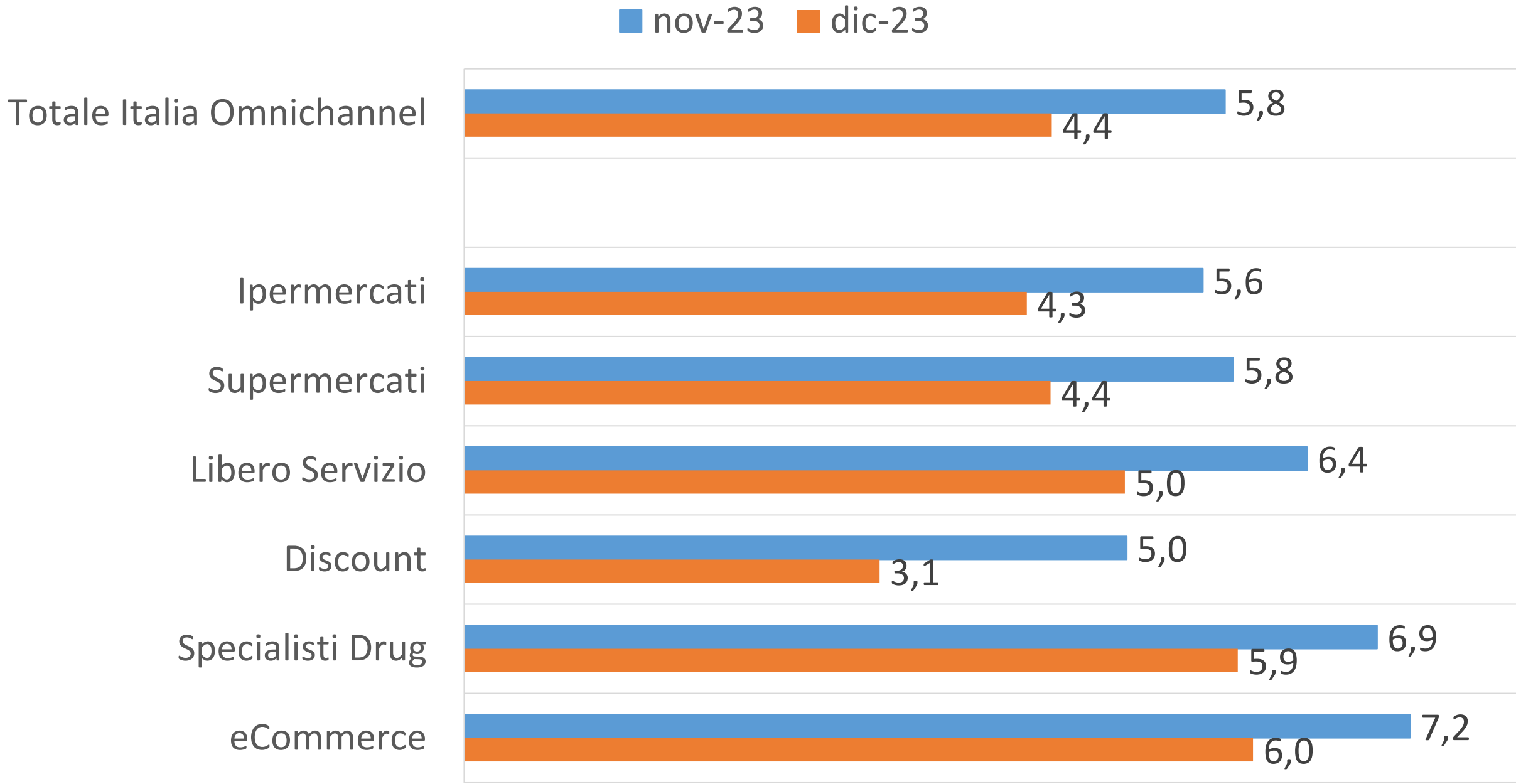
Source : NIQ Trade*Mis | Trend of Sales value with fixed prices

Dicembre 23: prosegue la crescita a valore degli Specialisti e del Discount; stabili Iper e LS



Source : NIQ Osservatorio Inflazione

...grazie anche ad un rallentamento costante dell'inflazione in tutti i canali, specie il Discount



Source : NIQ Osservatorio Inflazione

Strategie quindi di risparmio: riduzione degli sprechi, spesa essenziale e «no frills»

6 *negozi frequentati mediamente da una famiglia*

+4,8% *l'incremento della frequenza di visite nel punto di vendita*

-7,9% *il numero delle prese (prodotti nel carrello)*

..prepariamoci
quindi ad un anno
incerto e
«capriccioso»!



ITALPIZZA