

KANTAR WORLDPANEL



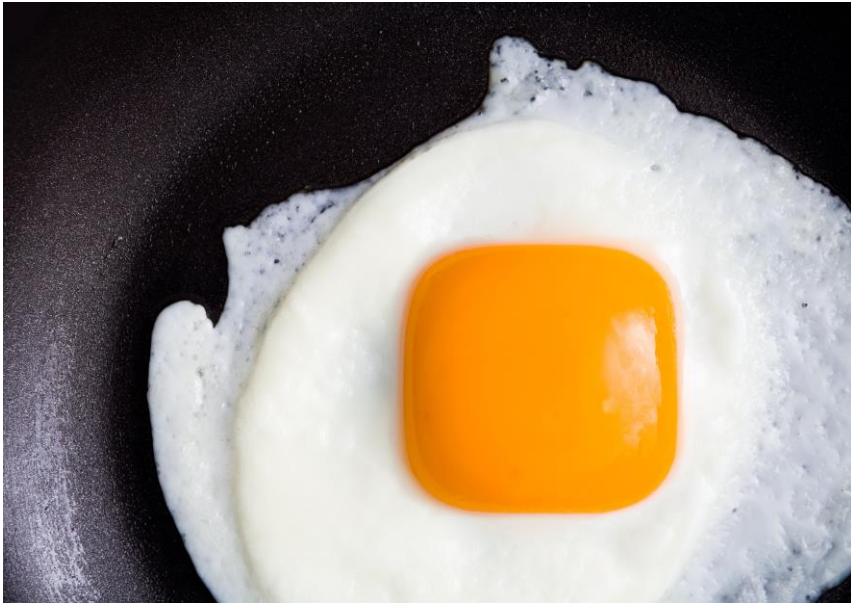
Radar de la Innovación 2018

César Valencoso

Consumer Insights Consulting Director

Agenda

Radar de la Innovación 2018

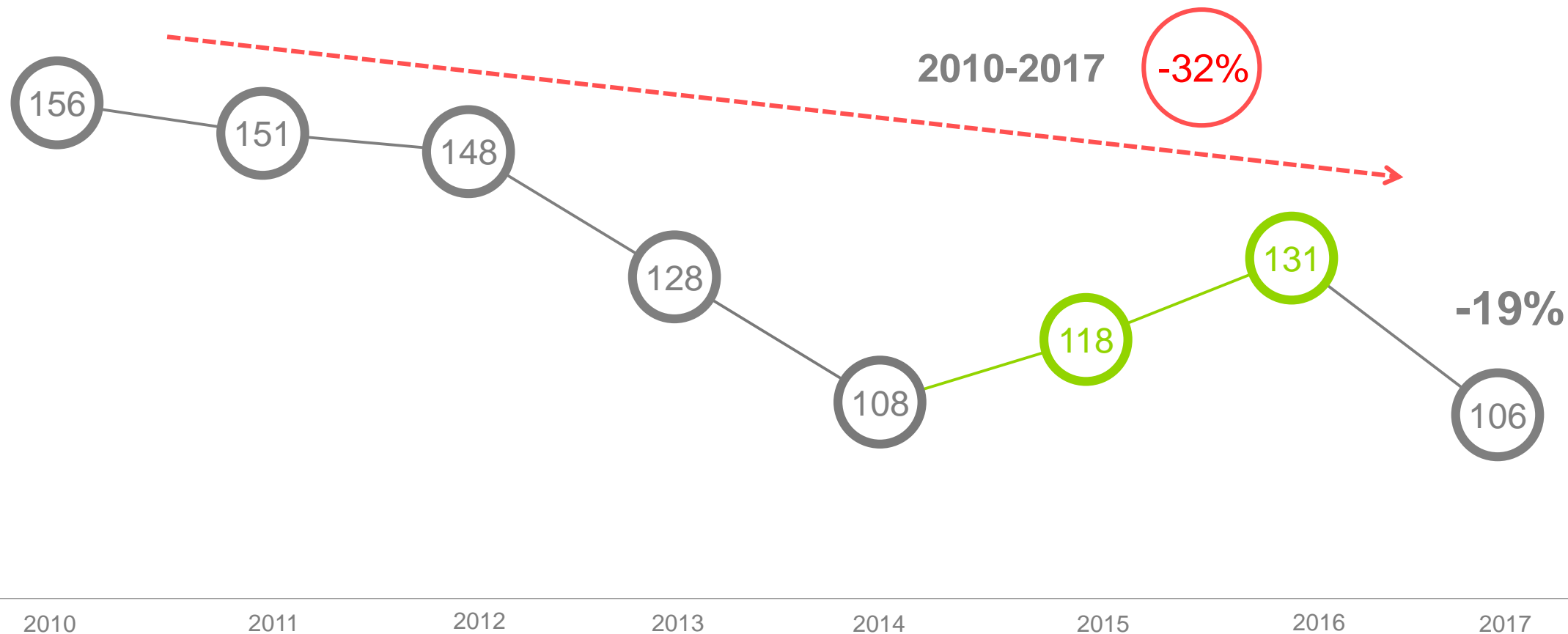


El proceso de innovación exitoso



La actividad innovadora cae un 19% en el último año dejándola en mínimos históricos




Número de innovaciones en Gran Consumo



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

El sector alimentación vuelve a destacarse como el sector más innovador

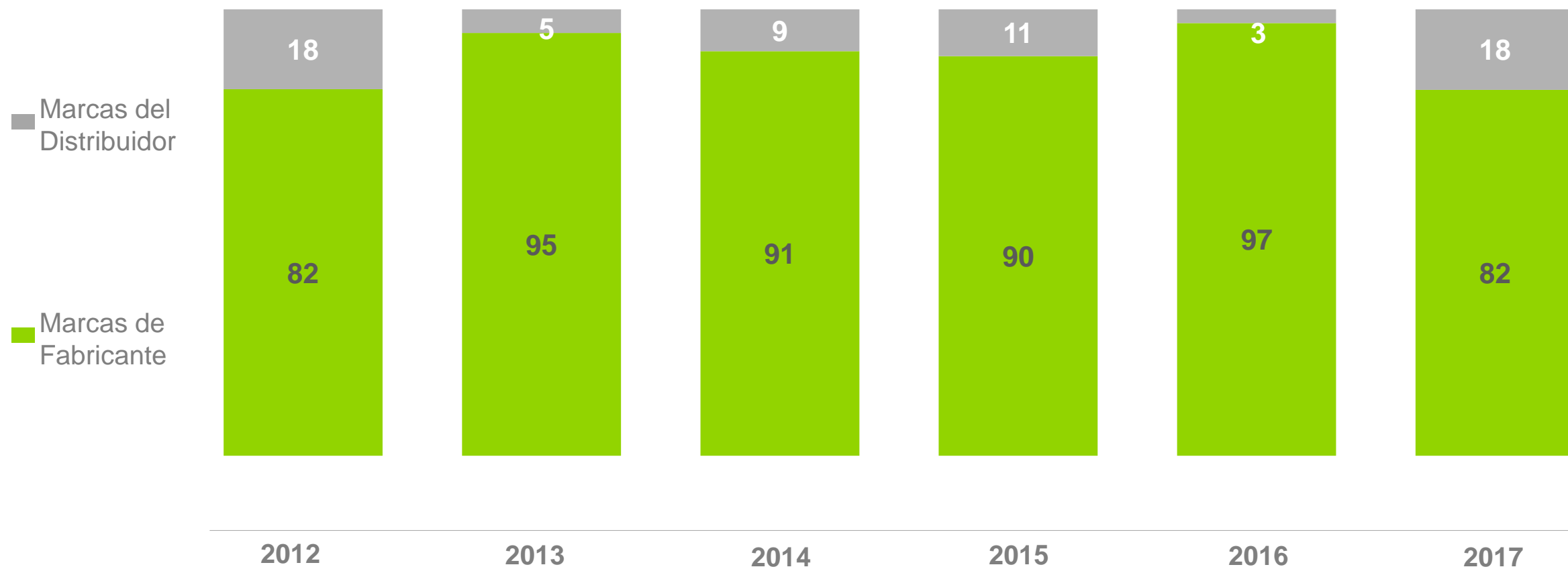
% Sku's Innovaciones por sector sobre el total

Total Innovación	2013	2014	2015	2016	2017	%Peso Volumen Total FMCG
 Alimentación	65,3%	75,6%	73,1%	63,4%	73,3%	56,1%
 Bebidas	10,0%	5,6%	15,2%	18,3%	8,9%	12,2%
 Cuidado personal y del hogar	23,2%	17,5%	11,7%	18,3%	17,8%	26,6%

Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Los fabricantes siguen siendo el motor de la innovación

% Sku's Innovaciones. Total Gran Consumo sin Frescos Perecederos

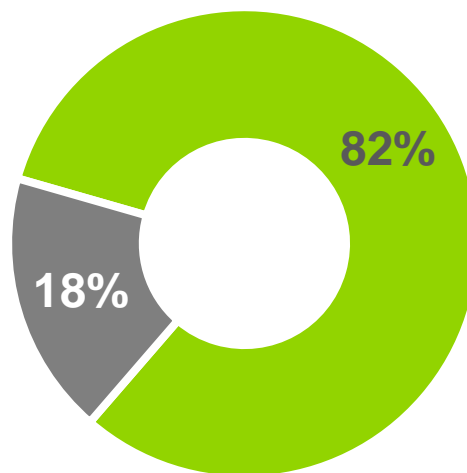


Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Nestlé, el fabricante más innovador en 2017

Innovación 2017

% Sku's Marca de Fabricante Vs Marca Distribuidor



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

TOP Fabricantes por Sector en 2017

Rankings de Fabricantes en base a número de SKU's de los principales mercados



Alimentación



Bebidas



Droguería



Perfumería



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

TOP Innovaciones 2017

Rankings en base a penetración y tasa de repetición de la innovación vs. promedio de su categoría 2017

Alimentación

Tomate Solis -
Doypack




Bebidas

Nescafé
Azera







Perfumería y Droguería

Aceite en Locion
– Flor de Cerezo



TOP 10 Innovaciones 2017 - FMCG

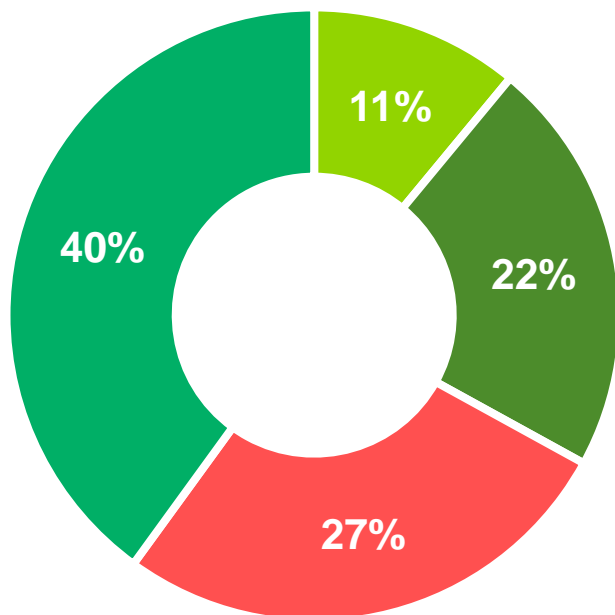
1		Tomate frito Doypack -- Solis
2		Patatas Fritas Punto de Sal BOL– Lay's
3		Aceite en Locion Flor de Cerezo - Nivea
4		Low Shampoo Sin Espuma Floral – L'oreal Elvive
5		Wonton Langostinos y Col – Authentic Asia

6		Nescafé Azera Intenso - Nescafé
7		Ensalada Lenteja y Bulgur - Hacendado
8		Ketchup Heinz bajo en azúcar y sal - Heinz
9		Mermelada de Melocotón Zero - Hero
10		Pasta Kritharaki - Eridanous

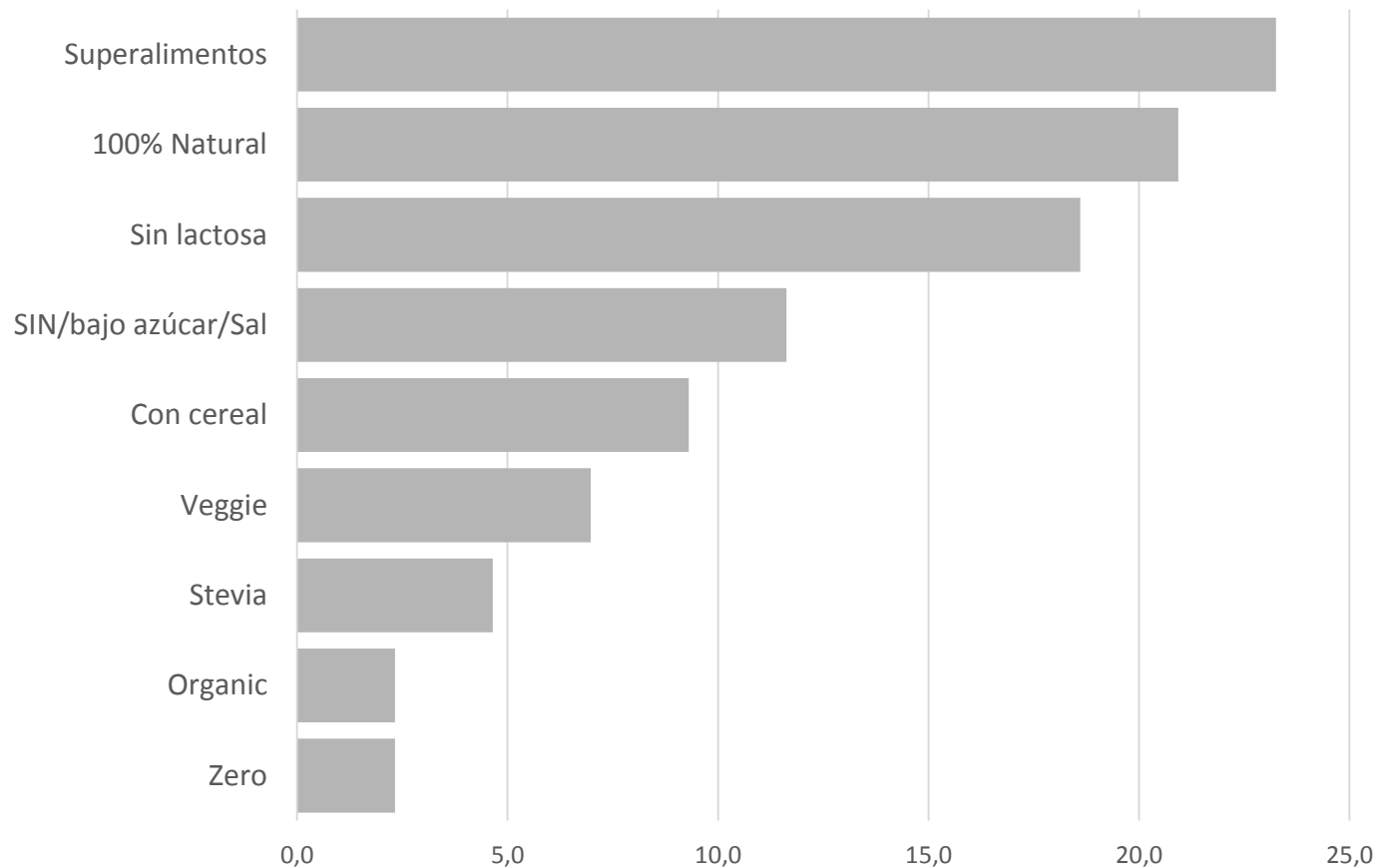
Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

La salud más natural se destaca como el eje más ganador en la innovación 2017

Salud Convenience Otros Placer



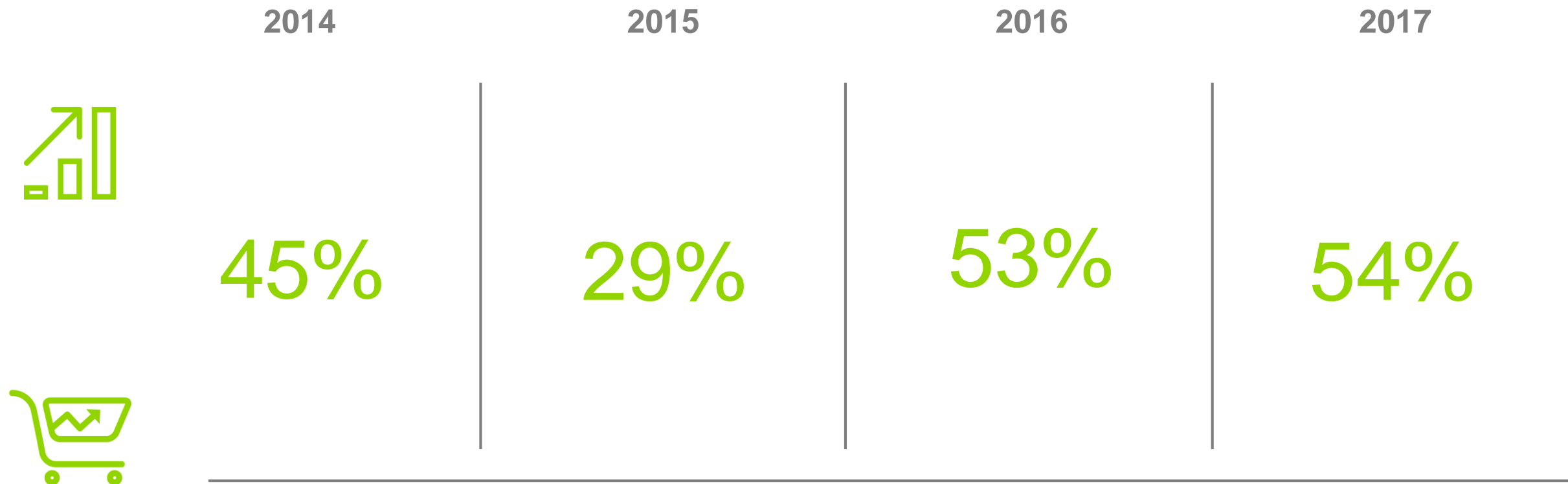
Conceptos de salud (100)



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Si la innovación es real, la tasa de éxito se sitúa en el 50%

Ratio Éxito Promedio de Innovación Fabricante



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

La distribución ponderada sigue siendo decisiva para que una innovación sea exitosa

Comparativa entre la distribución ponderada en valor de la innovación de fabricante exitosa y fracasada

Distribución ponderada promedio

34%

Top 10
más exitosas



5%

Bottom 10
menos exitosas

Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Cae la distribución de la innovación del fabricante con respecto a años anteriores

Distribución ponderada promedio de la innovación de fabricante

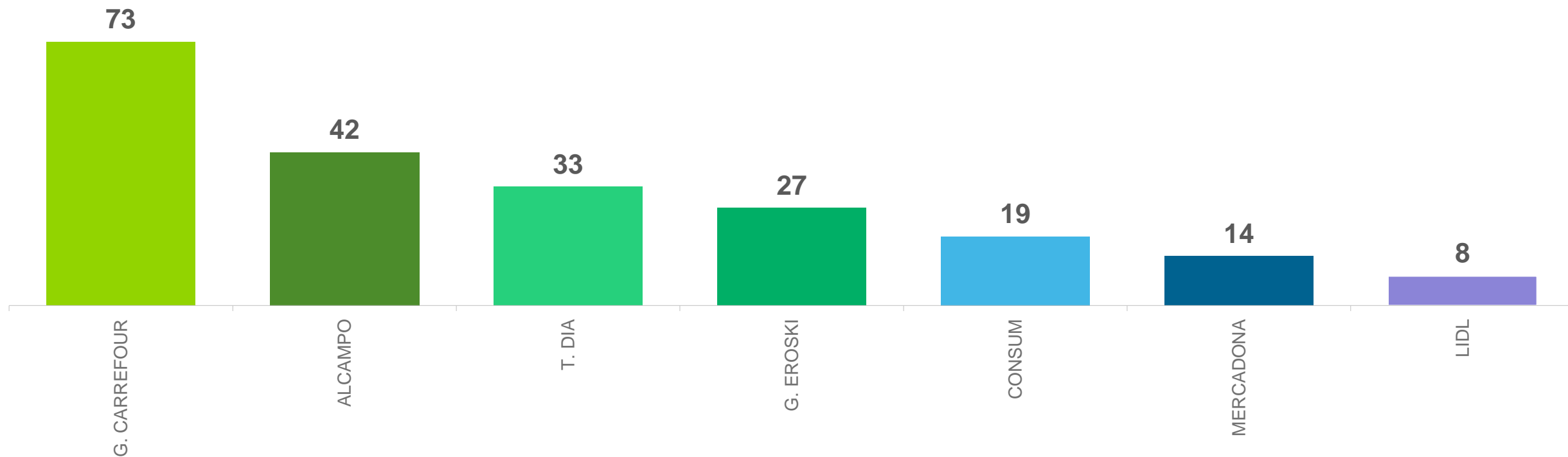


2013	2014	2015	2016	2017
25,4%	20,3%	20,0%	20,4%	↓ 17,9%

Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

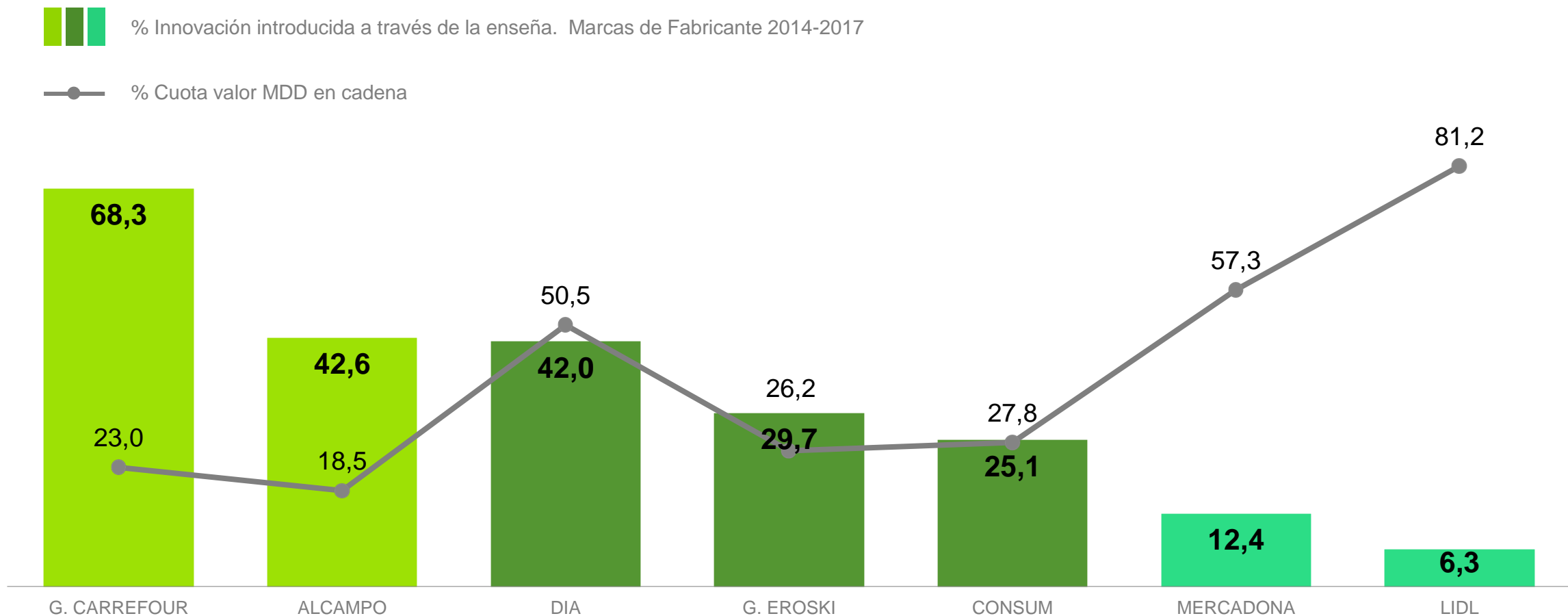
Carrefour sigue siendo la cadena que más referencias trabaja la innovación de fabricante

% Innovación introducida a través de la enseña. Marcas de Fabricante 2017



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

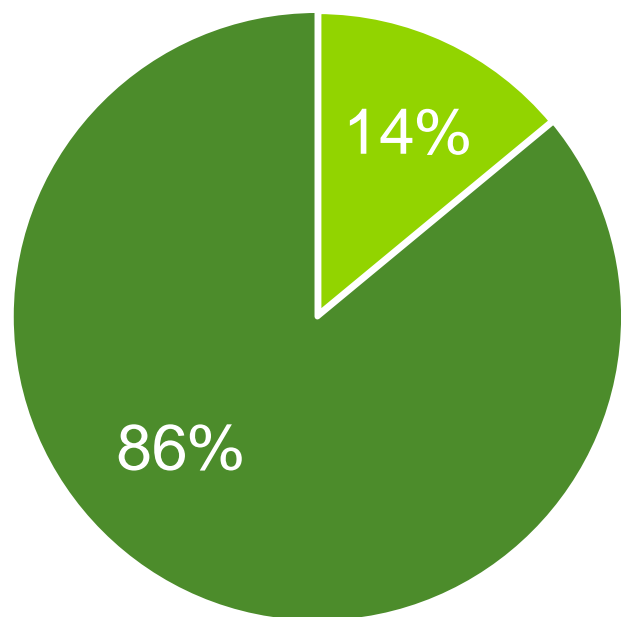
La política de marca propia influye en el apoyo a la innovación





Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Estar en Mercadona duplica las probabilidades de éxito

Innovaciones Marcas de Fabricante



-  Innovaciones presentes en Mercadona
-  Innovaciones No presentes en Mercadona



De todas las Innovaciones presentes en Mercadona, el **86%** son éxitos

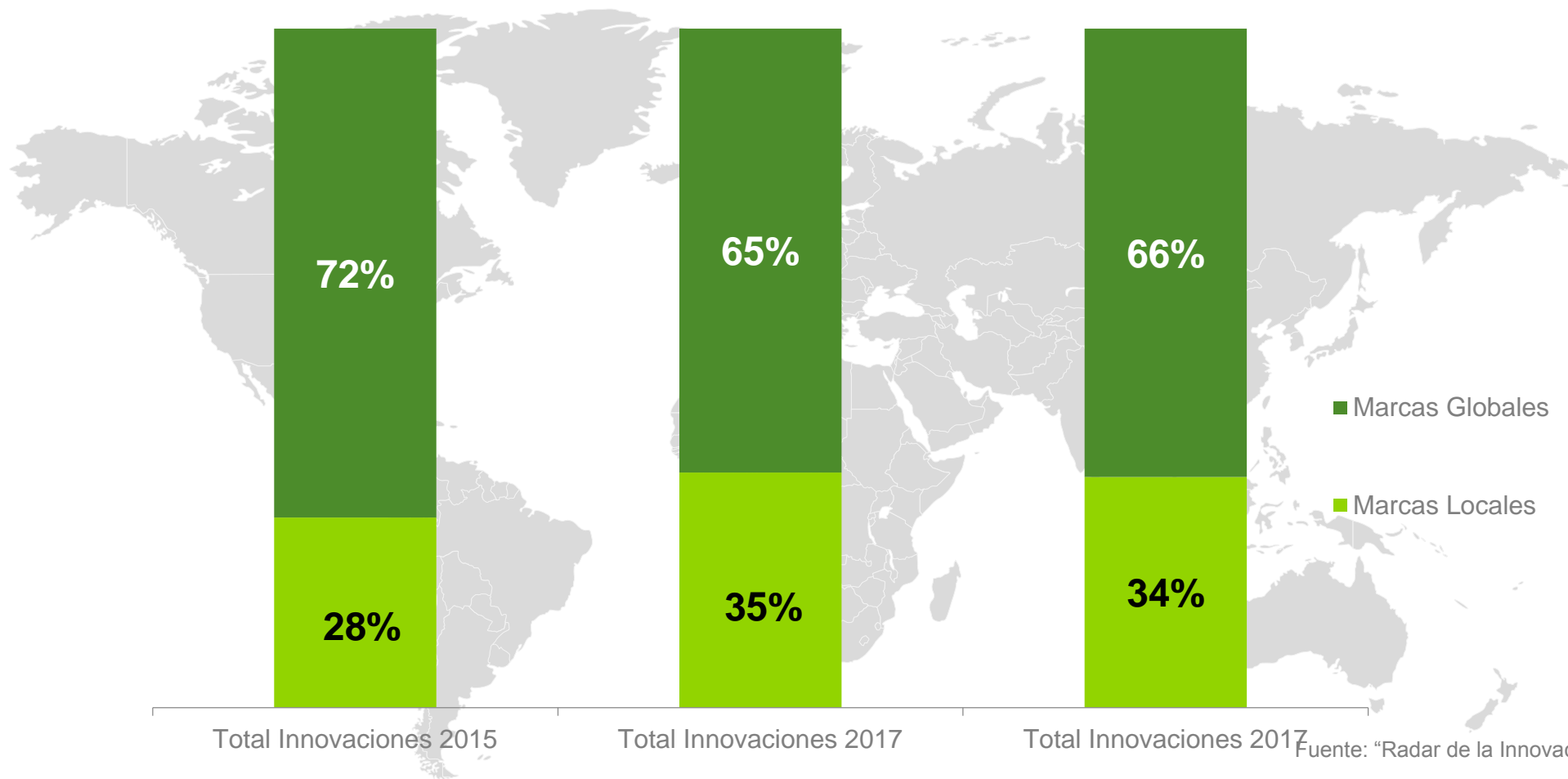


De todas las Innovaciones que NO están Presentes en Mercadona, el **47%** son éxito

Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Una de cada 3 innovaciones está promovida por una marca local

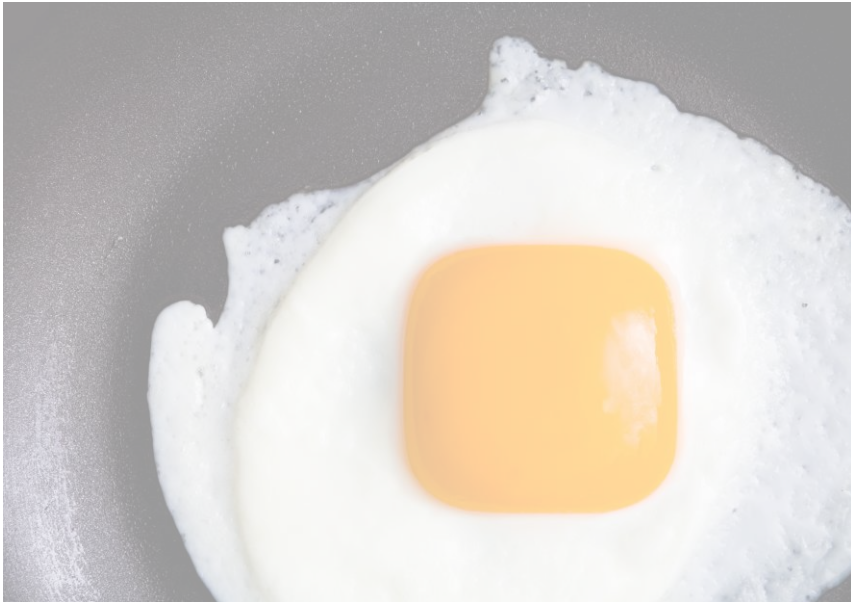
Innovaciones Marcas de Fabricante Globales vs Locales en 2017



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Agenda

Radar de la Innovación 2018



El proceso de innovación exitoso



La importancia de la innovación: Un mercado maduro no nos habla de su futuro sino de su pasado

Evolución Valor **0,5%**

Evolución Valor **5,5%**

Pan industrial



Pan de horno (2007)



Natural 100% (2010)



Whole grain (2012)



Cereals & seeds (2013)



The Rustik Bakery (2016)



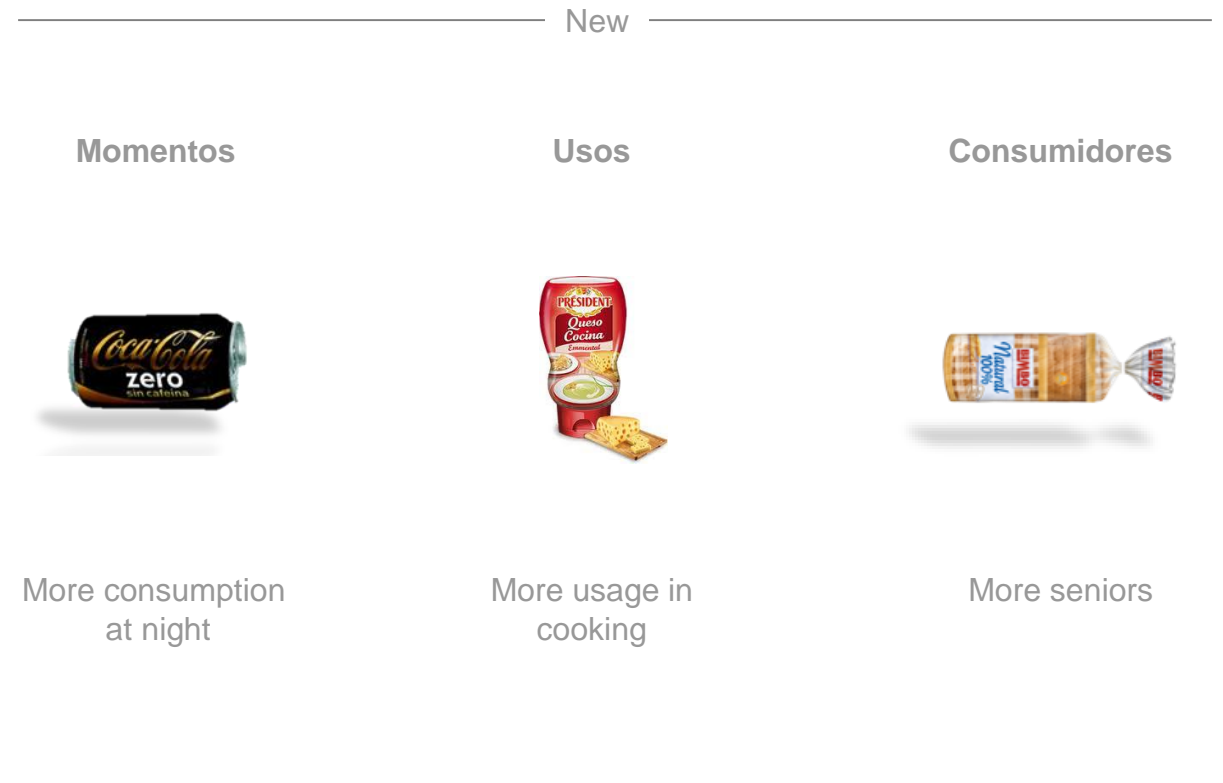
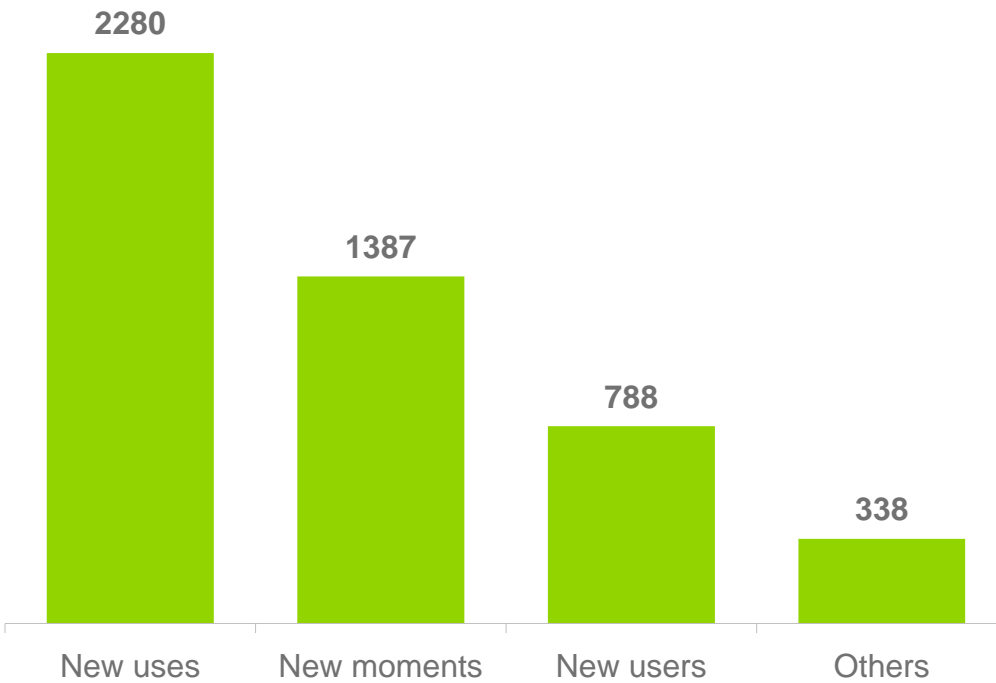
2001 vs 2007

2008 vs 2017

Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

La innovación exitosa suele dirigirse a nuevos usuarios, nuevos momentos o nuevos usos

Purchase Occ per innovation (000)

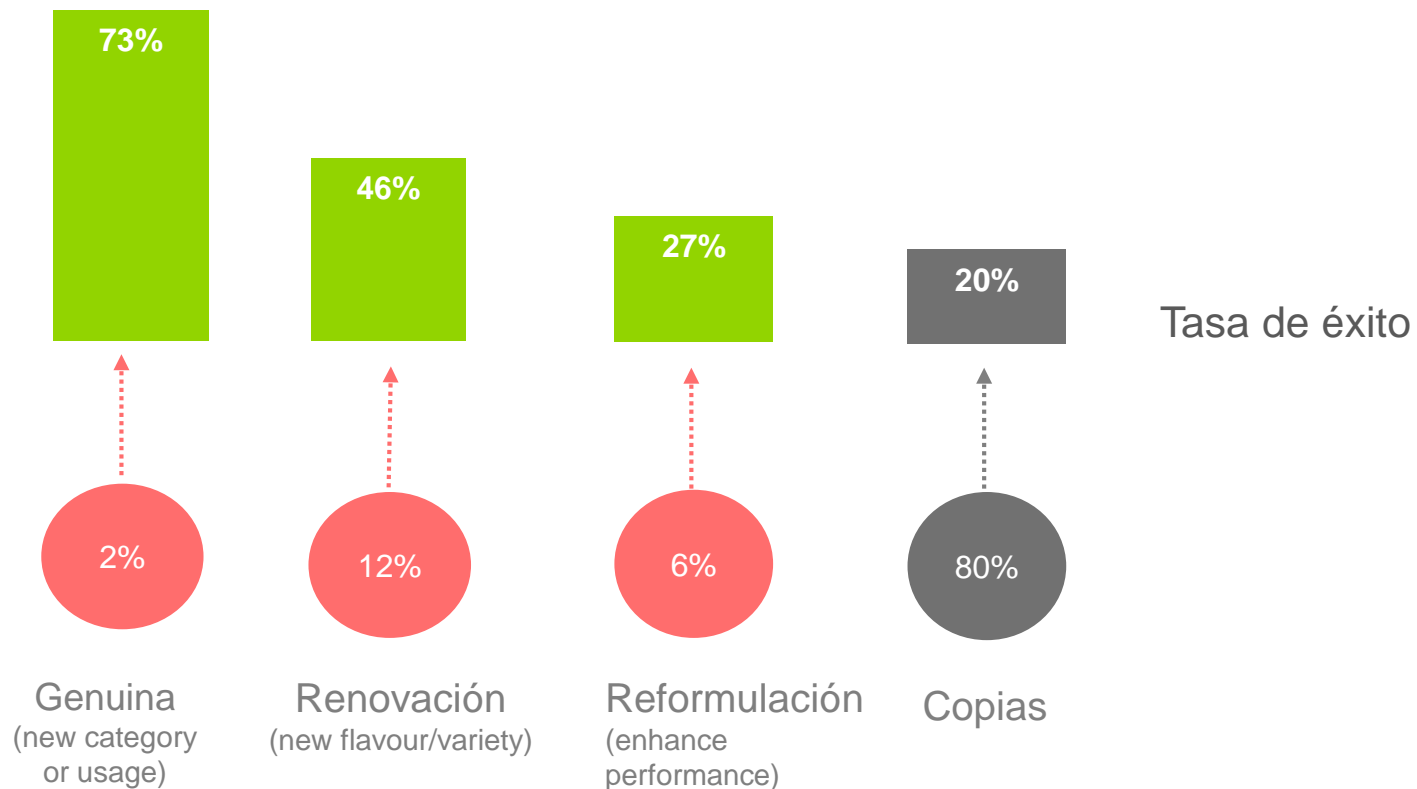


Packed FMCG. TAM 2/2013 + TAM2/2012. Source: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

El éxito de la innovación depende del grado de novedad



———— #SKU's —————>



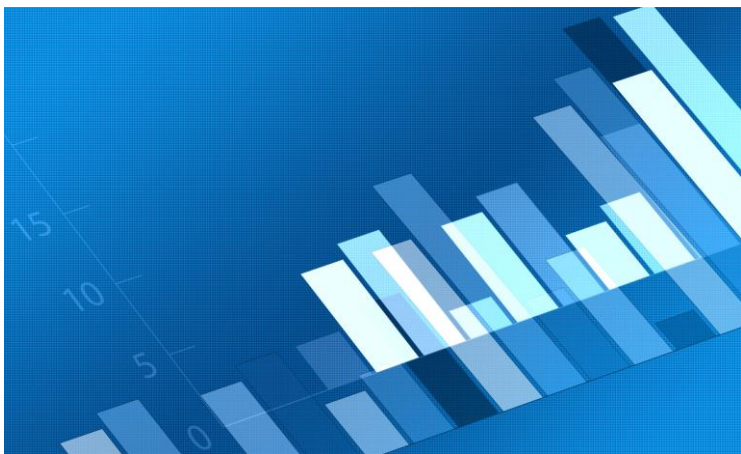
Packed FMCG. TAM 2/2013+ TAM2/2012. Source: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

Los consumidores que compran innovaciones incrementan su consumo en esas categorías en un 11% y se hacen más premium

Rendimiento de las innovaciones en FMCG

11%

Promedio de incremento para las categorías en FMCG



Origen del Negocio Incremental

Más compradores y actos

Más volumen cesta

Mayor precio

9



-3









5



Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

Para un retailer la mejor estrategia para ganar cuota en innovación es el masivo y temprano apoyo a los lanzamientos

	Apoyo a la innovación (% de innovaciones listadas)	Ritmo de introducción De la innovación*	Cuota en valor de Innovación vs FMCG**	
	73%	4 meses	269	
	33%	6 meses	71	
	14%	4 meses	80	

**Total FMCG: Alimentación (con frescos precederos) + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food.

Fuente: "Radar de la Innovación" Kantar Worldpanel

De convencer a co-lanzar



La innovación no depende de la suerte sino de la inversión y del talento

Gasto en I+D 2016

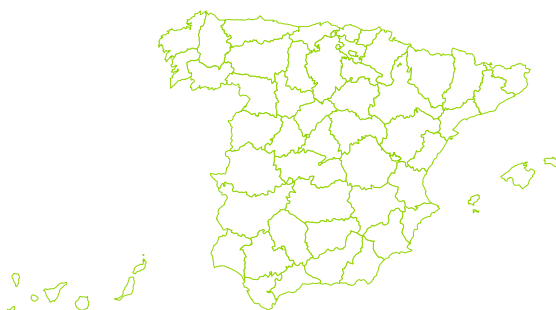
FMCG

1,1%



España

1,2%



UE

2,0%



Fuente: Fundación COTEC, INE, Eurostat, ESADE

¡Gracias!