PROSCIUTTO COTTO IN BUSTA
Prodotti premium con più immagine e private label in crescita

Fonte IRI

Supermercati	Ipermercati	Isp
Vendita a valore 144.466.596 quota 70,4%	Vendita a valore 31.428.061 quota 15,3%	Vendita a valore 29.311.989 quota 14,3%
Vendita a volume 7.392.389 quota 71,2%	Vendita a volume 1.696.575 quota 16,3%	Vendita a volume 1.299.278 quota 12,5%

Vendita a valore	Vendita a volume	Prezzo medio	Numero medio referenze per pdv
205.206.643 € Δ 8,2%	10.388.239 kg Δ 8,9%	19,75 €/kg Δ -0,6%	11,6

Dati: a.t. genn 2009

L'operazione compiuta dai produttori di prosciutto cotto di valorizzare l'offerta, anche grazie a una corretta educazone del consumatore è decisamente riuscita. Nonostante questo il mercato dei prodotti in busta risulta in lieve diminuzione. In particolare, dai dati Iri che corredano queste pagine si evince che i prezzi sono in deflazione; leggera, d'accordo, perché si tratta solo dello 0,6%, ma è già una notizia se si tiene conto che il periodo di riferimento (i dati sono ad anno terminante gennaio 2009) è quello dell'escalation dei prezzi alimentari.

IL RUOLO DELLE PL

Per una corretta interpretazione dei numeri bisogna però aggiungere due altri elementi decisivi. Il primo è che i formati di maggiore dimensione sono in decisa diminuzione, mentre crescono le monoporzioni; le confezioni di peso oltre 150 g hanno, infatti, perso il 22% a volume e il 47% a valore, ed ormai di fatto costituiscono un segmento di mercato terreno di caccia delle Pl. Il prezzo a kg del prosciutto in busta è fortemente condizionato proprio dalla grammatura della confezione: dall'analisi dei dati Iri si rileva, infatti, che si passa dai 24,12 euro/Kg delle confezioni snack fino a 60 g a 9,62 euro/kg nelle buste da oltre 150 g. Che il cotto take-away sia

una soluzione soprattutto per i single lo fa pensare anche il ruolo "sottotono" svolto dagli ipermkt, che raccolgono solo il 15,3% delle vendite a valore e un punto in più a volume. Il secondo elemento di interesse è costituito dalla crescita delle PI, che ormai rappresentano un quarto del mercato e hanno guadagnato nel periodo di riferimento due punti di share.

IL NORD-EST PUNTA SUL SERVIZIO

Sono dati che trovano una conferma anche nella rilevazione sul campo di ***Gdoweek***, a partire dalla scala prezzi (marca leader=100), che va da 117 euro per le confezioni premium di piccolo formato a 35,8 euro per i primi prezzi. Un dato che balza agli occhi è la scarsa presenza di referenze nei due ipermkt del Nord-Est visitati; un'evidenza empirica che però trova un puntuale riscontro nei dati Iri, che all'area 2 assegnano un peso alquanto limitato (16,4% a valore, 16,6% a volume). È un fenomeno che riguarda l'area in generale, come conferma un importante retailer dell'area: "Perché solo negli ultimi anni si è deciso di puntare su questa forma di vendita. Le insegne preferiscono ancora il banco assistito perché consente di intrattenere una relazione con il cliente e di fidelizzarlo. Di fronte però ai vantaggi in termini di costo, si sta implementando il libero servizio all'interno dei pdv e i tassi di crescita annui sono molto importanti. Ci vorrà ancora tempo per raggiungere una penetrazione paragonabile a quella del Nord-Ovest".

La nostra analisi ha anche messo in rilievo uno scaffale molto parcellizzato per marca, una rappresentazione fedele del settore: degli otto pdv visitati solo due, l'*Esselunga* di Milano e Il *Carrefour* di Catania presentano un display differenziato per prodotto, mentre gli altri differenziano per marca. Infine, dei quattro pdv che presentano un'offerta completa sotto il profilo della scala prezzi il più economico è il Carrefour di Catania, con prezzo rapportato ai 100 g di 2,08 euro a busta.; il più caro l'Esselunga di Milano, con 2,54 euro.

Gino Pagliuca

vendite a valore

area 1
118.919.119 €
58,0%

area 2
33.697.624 €
16,4%

area 3
40.228.192 €
19,6%

area 4
12.361.705 €
6,0%

vendite a volume

area 1
5.912.513 kg
56,9%

area 2
1.721.406 kg
16,6%

area 3
2.103.812 kg
20,3%

area 4
650.510 kg
6,3%

private label

valore
a.t. gennaio 2008 39.030.167 €
a.t. gennaio 2009 46.992.321 €

volume
a.t. gennaio 2008 2.303.556 kg
a.t. gennaio 2009 2.690.554 kg

% quota a valore
a.t. gennaio 2008 20,6%
a.t. gennaio 2009 22,9%

% quota a volume
a.t. gennaio 2008 24,1%
a.t. gennaio 2009 25,9%

Fonte: IRI dati a.t. genn 2009

L'analisi dell'offerta è effettuata da Gdoweek in 8 pdv rappresentativi delle principali insegne della gdo, 2 per ognuna delle 4 macroaree geografiche del Paese. La scala prezzi è creata partendo dalla marca leader riconducendo i costi a un'unità di misura standard. Le rilevazioni sono state effettuate dal 3 al 12 marzo 2009.

La rilevazione di Gdoweek ... item x item

di Lu.ca e A. Bonaccorsi

	MILANO		VERONA		ROMA		CATANIA	
PRODOTTO	Esselunga	Iper	Bennet	Galassia	Ipercoop	Panorama	Auchan	Carrefour
Artigiani di Bottega g 100					3,09			
Bellentani g 130	2,98							
Bellentani toast g 100	1,98							
Beretta g 100		3,10		2,99		2,04		
Beretta g 140		3,89		3,40	3,42	4,33	2,59	2,69
Beretta merenda g 80		1,00		1,74				
Beretta spuntino g 40				1,05		0,90	1,29	1,29
Beretta toast g 100		1,99	2,50	1,59				2,39
Beretta spalla cotta g 100				1,79	1,69			
Bontà in tavola g 120					1,49			
Casa Modena g 140		3,19		3,99	2,78	4,13	4,10	
Casa Modena merenda g 50		1,50						
Citterio g 100	2,65							
Citterio g 100 Bio	3,12							
Citterio g 110			3,29					2,99
Citterio g 150	4,36							
Citterio merenda g 40 x 3	3,20							
Citterio Sofficette g 80	1,70		1,75	1,75		1,77	1,39	1,75
Felinese g 100		3,20						
Felinese nostrano (al kg)		31,90						
Fiorucci g 140		4,99			3,60			
Franchi g 130						3,60		
Fresche tradizioni g 140		2,40						
Gardena (al kg)					21,90			
Ghiotto g 80								1,29
Gran cotto g 150						n.r.		
Gruppo alim tosc. (al kg)					20,90			
Gruppo alim tosc. arr. (al kg)					19,50			
La fresca sal. g 100					2,69			
Lenti g 120		3,50					3,50	
Mec g 140						4,39		
Montana g 150						1,50		
Montana spalla g 150						1,25		
Montana Praga g 150						1,60		
Montorsi g 120	3,34			3,75			3,65	
Negroni g 120	3,98	3,50		3,62	3,49		3,89	
Negroni merenda g 50	1,19	1,19		1,43				
Parmacotto alta qual. g 140		4,19		4,15			4,39	4,39
Parmacotto alta qual. g 130					2,99			
Parmacotto antica salum (al kg)		35,01						
Parmacotto antica salum g 100	4,09					5,80		
Parmacotto g 100	3,09	3,09		3,09				
Parmacotto perfecto (-sale) g 100	3,90					3,99		
Parmacotto Praga g 140		5,76				5,95		
Principe Praga g 120	2,51				3,19			
Rosa d. angelo (al kg)						32,94		
Rovagnati g 100	2,98 (2 v)			2,90				
Rovagnati g 140		3,99	4,25	4,65	4,50	4,09	3,81	3,81
Rovagnati cotto arrosto g 140					4,20	3,60		
Rovagnati Gran Biscotto g 130	4,90	4,90			4,90	4,34	5,00	5,30
Rovagnati snack g 40			1,45	1,35		1,39		
Sagem (al kg)		32,94						
Stuffer Praga g 125		3,10						
Vismara g 120	3,29	3,19						
Vismara merenda g 70							2,18	
Zero 24 g 40					1,05			

PRODOTTO	MILANO Esselunga	Iper	VERONA Bennet	Galassia	ROMA Ipercoop	Panorama	CATANIA Auchan	Carrefour
PRIVATE LABEL								
Pl Auchan g 140							2,59	
Pl Carrefour g 120								1,99
Pl Carrefour g 140								1,55
Pl Carrefour g 150 premium								3,19
Pl Carrefour g 120 praga								2,69
Pl Carrefour g 100 toast								1,59
Pl Coop g 100					1,43			
Pl Coop g 150					3,24			
Pl Coop Fiorfiore g 100					3,90			
Pl Esselunga g 130	3,79							
Pl Iper nostrano g 150		3,60						
Pl Pam g 150						3,35		
Pl Pam (al kg)						19,35		
Pl Pam premium (al kg)						20,90		
Pl Pam Praga (al kg)						18,95		
PRIMO PREZZO								
PP g 120							1,00	
PP g 200								1,39
PP Iag g 120	0,94							
PP Alsenese g 150		1,30						
PP Motta g 100			1,85					

tabella prezzi

	Milano Esselunga	Iper	Verona Bennet	Galassia	Roma Ipercoop	Panorama	Catania Auchan	Carrefour	prezzo medio	differenziale leader 100%
PREMIUM PRICE	3,50	3,50			3,50	3,10	3,57	3,59	3,49	117,6
MARCA PRIMARIA	2,98	2,85	3,04	3,32	3,21	2,92	2,72	2,72	3,47	100,0
PRIVATE LABEL	2,92	2,40			1,43	1,93	1,85	1,11	1,94	65,3
PRIMO PREZZO	0,78	1,15	1,85				0,70	0,70	1,06	35,8

Prezzi per singola busta - marca primaria = Rovagnati gr. 100 - premium = Rovagnati Gran Biscotto (o similari) prezzi tutti riferiti a gr 100

Le quattro linee di prezzo non sono sempre presenti (in qualche caso manca la private label, in altre la premium, o il primo prezzo) e, fatto uguale a 100 il prezzo della marca leader, il differenziale vede la marca privata a 65,3, con un risparmio di quasi il 35%;il primo prezzo è molto più basso, al valore 35,8, con una differenza perciò di circa il 65% in meno. La marca premium non supera di molto la leader, con un +17,6%. Da notare che i riferimenti sono presi sulla marca più rappresentata nel campione ed i prezzi sono tutti rapportati al peso di 100 grammi; sono inoltre considerati i prezzi promozionali.

tabella presenze

	Milano Esselunga	Iper	Verona Bennet	Galassia	Roma Ipercoop	Panorama	Catania Auchan	Carrefour	Totale varianti	Media	presenze percentuale
Beretta		4	1	6	2	3	2	3	21	2,6	15,7
Casa Modena		2		1	1	1	1		6	0,8	4,5
Citterio	5		2	1		1	1	2	12	1,5	9,0
Negroni	2	2		2	1		1		8	1,0	6,0
Parmacotto	3	4		1	1	3	1	1	14	1,8	10,4
Rovagnati	3	2	1	2	3	4	2	2	19	2,4	14,2
private label	1	1			3	4	1	5	15	1,9	11,2
altre marche	6	9	1	1	9	7	4	2	39	4,9	29,1
totale	20	24	5	14	20	23	13	15	134	16,8	

Solo affettato confezioni di tipo "industriale" - escluse buste tipo "take-away" confezionate nel punto di vendita - nomi indicati solo se presenti in almeno 5 pdv

Sono presenti in media 16,8 referenze, ma con forti escursioni tra le 5 di Bennet e le 24 di Iper. Le marche sono 9,6, delle quali solo una (Rovagnati) è presente in tutti i punti di vendita. La quota di presenze vede peraltro questa marca al 14,2%, preceduta da Beretta col 15,7%. La marca privata è presente in 6 insegne, anche con varianti di tipo premium, con una quota complessiva dell'11,2%. Il 78% è costituito da buste oltre i 100 grammi ed il 17,2% in piccole confezioni definite merenda). Quasi tutta l'offerta è di buste a peso fisso e quelle a peso variabile sono 9, per un'incidenza del 6,4%. Quattro sono le varianti di spalla cotta e 8 di prosciutto tipo Praga.

DOVE

Milano: Esselunga via Ripamonti - 3 marzo 2009; Iper piazzale Accursio - 3 marzo 2009
Verona: Bennet Isola Rizza (Vr) - 4 marzo 2009; Galassia (Gruppo Selex) San Giovanni Lupatolo - 4 marzo 2009
Roma: Ipercoop via Colombo - 12 marzo 2009; Panorama Ostia - 12 marzo 2009
Catania: Auchan loc. la Rena - 10 marzo 2009; Carrefour Belpasso - 10 marzo 2009