



PROSCIUTTO CRUDO IN FETTE

Crescita a due cifre

Fonte
IRI

Vendita a valore
176.243.835 €
△ 10,0%

Vendita a volume
6.070.053 kg
△ 10,9%

Prezzo medio
29 €
△ -0,8%

**Numero medio
referenze per pdv**
12,7

Dati: a.t. febbraio 2010

Non c'è congiuntura che tenga: la crescita di vendite del prosciutto crudo in vaschetta continua a due cifre: a febbraio 2010 l'incremento a valore registrato da **IRI** era del 10% e a volume del 10,9%. Su base biennale l'aumento si situa attorno al 20%.

Numerosi sono i motivi alla base dell'incontestabile successo di un prodotto, grazie al quale salumifici e retailer riescono a ricavare marginalità molto interessanti: la praticità in primo luogo, ma anche il grande miglioramento del packaging che ormai consente di mantenere caratteristiche organolettiche analoghe a quelle del prodotto tagliato al momento, e infine la migliore segmentazione dell'offerta.

PROMOZIONI

Le vendite ricevono un forte impulso anche dalla pressione promozionale, che sfiora il 40%, tra i valori più

alti in assoluto del largo consumo. Clamoroso il balzo in avanti delle PI, cresciute del 19,7% a valore e del 23,8% a volume. Le vaschette a marchio, oggi rappresentano circa il 29% del mercato. Per quanto riguarda la canalizzazione delle vendite, rimane molto bassa la quota degli ipermercati, che supera a malapena il 14% e solo grazie a prezzi più bassi di oltre il 10% rispetto alla media. L'acquisto di un prodotto take away come questo però di solito non si presta a stoccaggio anche per la shelf life relativamente breve.

Se invece guardiamo alla geografia delle vendite va rilevato che il Nord Est continua a risultare nettamente sotto tono, con uno share solo del 15,8%: le strutture di vendita anche di grande dimensione continuano a privilegiare il banco assistito e non si vede all'orizzonte un cambio deciso di strategia. Il dato minimo del Sud (7,3%) è invece spiegabile sia con il minor consumo in generale di salumi nell'area sia con il minor reddito disponibile.



I CONSORZI

Un ruolo fondamentale nello sviluppo del prodotto è giocato dai Consorzi e dalle loro azioni di marketing. Il **Consorzio del prosciutto di Parma** raggruppa 164 aziende che nel 2009 hanno marchiato 9.283.000 prosciutti per un giro di affari di 1,7 miliardi di euro al consumo (1,34 in Italia). Nel preaffettato, nel 2009, sono state vendute 56 milioni di confezioni (16 milioni nel nostro Paese) con un incremento di fatturato del 7,2%. Di grande rilievo anche le performance del **Consorzio del San Daniele**: nel 2009 il prosciutto prodotto dai 31 aderenti ha registrato vendite in Italia e all'estero per 2 milioni e 720mila prosciutti (+4,5%), un record storico in quasi mezzo secolo di attività del Consorzio friulano. Le confezioni di prosciutti pre-affettati hanno toccato quota 9 milioni e 700mila, con un aumento del +36%.

LE TIPOLOGIE

A proposito di San Daniele, la crescita registrata da Iri è stata sbalorditiva: +81,7% a volume e +77% a valore; con 13,2 milioni di euro le vendite sono di solo due milioni di euro inferiori a quelle del Parma, che pure sono cresciute del 6,1%. In forte ascesa, anche se si parte da numeri molto più piccoli, le vendite di culatello, salite del 23,2%. Riguardo a queste tre tipologie, va segnalato che il prezzo medio è di gran lunga superiore rispetto a quello dei prosciutti standard. Se questi infatti sono venduti a 27,32 euro al chilo, il Parma è offerto in media a 38,82 euro, il San Daniele a 41,90 euro e il culatello a 58,93.

LA RILEVAZIONE DI GDOWEEK

La forza della tipicità trova riscontro anche nella rilevazione condotta da **Gdoweeek** presso dieci insegne. Nel complesso il prosciutto Dop/Igp (Parma, San Daniele, Toscano, ecc.) ha una quota del 29,6% di presenze. Le buste a peso variabile incidono, invece, per il 10,7% e le merende (tali vanno considerate le referenze sotto i 60 grammi) un significativo 17,6%.

Le quattro linee di prezzi non sono sempre presenti, mancano infatti in alcune insegne la private label ed il primo prezzo; la scala prezzi ricavabile dalla rilevazione dando indice 100 il prezzo della marca leader (nella qualità standard), vede la marca privata posizionata a 74,8, con un risparmio di circa il 25%. Il primo prezzo è alquanto più basso, a quota 55,7, con una differenza perciò del 44,3% in meno, mentre i prodotti premium superano i leader del 33,9%.

Gino Pagliuca

vendite a valore

Nord-Ovest
88.788.062 €

50,4%

Nord-Est
28.347.875 €

16,1%

Centro+Sardegna
46.223.954 €

26,2%

Sud
12.883.948 €

7,3%

vendite a volume

Nord-Ovest
3.063.827 kg

50,5%

Nord-Est
956.877 kg

15,8%

Centro+Sardegna
1.603.759 kg

26,4%

Sud
445.591 kg

7,3%

valore dei canali

supermercati
126.639.183 €

71,9%

ipermercati
25.056.692 €

14,2%

piccole superfici
24.547.960 €

13,9%

volume promozioni

promozioni
1.802.420.399 kg

28,7%



DOVE Milano: Esselunga via Ripamonti - 7 aprile 2010; Iper Rozzano - 7 aprile 2010
 Verona: Bennet Isola Rizza - 7 aprile 2010; Galassia (Gruppo Selex) San Giovanni Lupatoto - 7 aprile 2010
 Bologna: Ipercoop di Villanova - 7 aprile 2010; Conad Leclerc - via Larga - 7 aprile 2010
 Roma: Gs piazza Eroi - 7 aprile 2010; Simply - via della Primavera - 7 aprile 2010
 Catania: Auchan loc. la Rena - 7 aprile 2010; IperFamila Belpasso - 7 aprile 2010

La rilevazione di Gdoweeek ... item x item di Lu.ca, A. Bonaccorsi, SV

PRODOTTO	MILANO		VERONA		BOLOGNA		ROMA		CATANIA	
	Esselunga	Iper	Bennet	Galassia	Ipercoop	Leclerc	Gs	Simply	Auchan	Iperfamila
Artigiani di bottega Bellota					187,90					
Artigiani di bottega Norcia					47,80					
Artigiani di bottega Amatriciano					44,90					
Artigiani di bottega maiale Brado					129,90					
Belli pronti g 100				2,10						
Beretta g 100								3,59		
Beretta g 120		4,99		4,65		3,36	4,39		4,35	
Beretta g 70		3,29		3,99						
Beretta Parma g 100					4,19					
Beretta Parma g 85		3,99		3,65		2,32				
Beretta spuntino g 30		1,49		1,05	1,04	1,05	1,39		1,05	0,90
Beretta spuntino g 60		1,79	1,95	1,69	1,49	1,86	1,99		1,95	
Bortolotti d'autore g 120		4,29								
Bossi e Turchi g 100 cinghiale						5,90				
Casa Modena g 100		3,09								
Casa Modena g 120					4,37		4,75			4,99
Citterio g 120	3,89	3,95			3,79					
Citterio g 70	2,49							2,35		2,19
Citterio merenda g 30x3	3,09						0,99 cad			
Citterio Parma Bio g 80	5,35								3,99	
Citterio Parma g 70	2,99									
Citterio S.Daniele g 90		4,30								
Citterio soffic. g 60	1,79	1,75	1,99	1,85	1,76	1,79	2,05	1,99	2,10	
Delizie g 120			3,99							
Felinese g 80					3,69					
Ferrarini di Parma 110 g					5,64					
Fiorucci g 120		3,99								
Fontana Parma g 100								4,49		
Gardani al kg			47,90							
Grandi salumieri g 120									4,45	
El Chato Iberico g 100			6,98							
Lenti g 100		3,70						3,99		
Montorsi g 90	3,35									
Motta g 100			2,99							
Negrone g 110		3,99		3,99	3,55				2,49	
Negrone g 40				1,88		1,88				
Negrone Parma g 80				4,09				4,25		
Negrone S. Daniele g 70				3,09				3,59		
Parmacotto Ant. Sal. Rosi g 90	4,29									
Parmacotto g 100	3,59	3,59	3,59		3,60		2,79	3,59		
Parmacotto Parma g 70		3,59	3,49							
Parmacotto Spagnolo g 90		3,99								
Piacenti Toscano al kg					4,33					
Principe S. Daniele g 100					39,90					
Principe S. Daniele g 80	3,99				3,90					4,50
Raspini al kg					3,83	3,94				27,90
Rigamonti g 90										2,70
Rovagnati g 100	3,60	3,60	3,98	3,98	2,51	4,30	3,60			
Rovagnati g 120		3,49						4,09		
Rovagnati g 80										
Rovagnati snack g 60			1,89					1,99		
Rovagnati snack g 30				1,49						
Rovagnati snello g 70		2,99		3,50		2,76				
Sagem 24 mesi al kg	49,80	49,80			49,80					
Sagem Iberico al kg										
Sagem Parma al kg		45,70			45,70	45,70				
Chianti Toscano g 100	3,95									
Vismara g 90	3,15	3,09							4,31	
vari Parma g 90									5,10	
vari S.Daniele g 70	3,35									
vari Parma al kg	45,90									
vari S.Daniele al kg	44,90									
vari Toscano al kg	42,90									
PL Auchan g 120								3,27	2,99	
PL Auchan g 70									0,99	
PL Auchan S.Daniele g 100									3,99	



PRODOTTO	MILANO		VERONA		BOLOGNA		ROMA		CATANIA	
	Esselunga	Iper	Bennet	Galassia	Ipercoop	Leclerc	Gs	Simply	Auchan	Iperfamila
PL Auchan Serrano g 100									2,19	
PL Auchan Serrano g 120									2,69	
PL Auchan Serrano g 250									4,89	
PL Bennet al kg			49,90							
PL Carrefour g 120							2,69			
PL Carrefour Parma g 100							3,89			
PL Carrefour S,Daniele g 100							3,99			
PL Conad g 100						2,90				
PL Conad gambetto g 130						2,95				
PL Conad Modena g 100						3,61				
PL Conad nazionale g 100						3,20				
PL Conad nostrano g 130						4,51				
PL Conad Parma g 120						3,90				
PL Conad S Daniele g 110						4,67				
PL Coop Benesi					49,80					
PL Coop Fior fiore					43,40					
PL Coop g 100					2,60					
PL Esselunga Parma g 90	3,79									
PL Fresche tradizioni g 120		3,20								
PL Iper Parma g 100		3,85								
PL Selex g 120										3,12
PP g 100										1,89
PP Valis g 130		1,80								
PP Iag g 120	1,89									
PP Auchan g 120								2,19	2,19	



Tagliafettine
Sector Simplex



Tagliacotolette
Nexus 245 ES

OTTENERE SUBITO CIÒ CHE SI DESIDERA

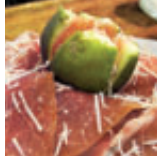
IDEE, ESPERIENZA E
TECNICA PER TAGLIARE
IL VOSTRO TEMPO
E I VOSTRI COSTI

La CRM offre ai propri clienti una linea completa, composta da sistemi, macchine e servizi specializzati per il taglio e la trasformazione di carni, salumi e pesce, in grado di soddisfare al meglio tutte le problematiche della grande distribuzione e dei centri lavoro.

Servizio post vendita su tutto il territorio nazionale.

CRM s.r.l.

Costruzioni Revisioni Meccaniche - Macchine industriali per lavorazione Carni, Salumi e Pesce
via Leonardo Da Vinci, 62 - 23878 Verderio Superiore (Lecco) Tel. (+39) 039-9515456
www.crmmeatmachine.com - crm@crmmeatmachine.com



La rilevazione di Gdoweeek

DOVE

Milano: Esselunga via Ripamonti - 7 aprile 2010; Iper Rozzano - 7 aprile 2010
 Verona: Bennet Isola Rizza - 7 aprile 2010; Galassia (Gruppo Selex) San Giovanni Lupatoto - 7 aprile 2010
 Bologna: Ipercoop di Villanova - 7 aprile 2010; Conad Leclerc - via Larga - 7 aprile 2010
 Roma: Gs piazza Eroi - 7 aprile 2010; Simply - via della Primavera - 7 aprile 2010
 Catania: Auchan loc. la Rena - 7 aprile 2010; IperFamila Belpasso - 7 aprile 2010

tabella prezzi

	premium price	marca primaria	private label	primo prezzo
MILANO				
Esselunga	4,27	3,24		1,58
Iper	4,78	4,16	2,67	1,38
VERONA				
Bennet	4,99	3,59		2,99
Galassia	4,29	3,88		2,10
BOLOGNA				
Ipercoop	4,79	3,16	2,60	
Leclerc	4,93	2,80	2,90	
ROMA				
Gs	3,99	3,66	2,24	
Simply	5,13	3,59	2,73	1,83
CATANIA				
Auchan	4,99	3,63	2,49	1,83
Iperfamila	4,50	3,13	2,60	1,89
Prezzo Medio	4,66	3,48	2,60	1,94
Differenziale (leader 100)	133,9	100,0	74,8	55,7

I riferimenti sono presi sulle marche più rappresentate nel campione nel tipo definibile come "standard" ed i prezzi sono tutti rapportati al peso di 100 grammi. Sono considerati i prezzi promozionali. Quanto alle 4 aree, non si nota un'uniformità di atteggiamento, in quanto ognuna si colloca in una posizione diversa nelle 4 linee. Da osservare che il prosciutto crudo, come del resto tutti i salumi, costano in genere di più a libero servizio che nel banco a taglio assistito.

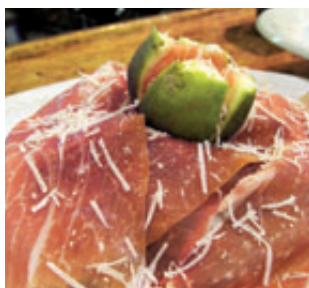
Marca primaria = Beretta (o Citterio) g 120; premium = Dop Parma (o San Daniele) di marca; prezzi tutti riferiti a g 100

tabella presenze

	Beretta	Citterio	Rovagnati	Private label	Altre marche	Totale
Esselunga		6	1	1	12	20
Iper	4	3	3	2	13	25
Bennet	1	1	2	1	6	11
Galassia	5	1	3		5	14
Ipercoop	3	2	1	3	15	24
Leclerc	4	1	2	7	4	18
Gs	3	1	1	2	3	10
Simply	1	3	2	1	6	13
Auchan	3	2		6	5	16
Famila	1	1		1	5	8
Totale varianti	25	21	15	24	74	159
Media						15,9
Presenza %	15,72	13,21	9,43	15,09	46,54	

Sono presenti in media 15,9 ref., ma con una certa escursione tra le 8 di Famila e le 25 di Iper. Le marche sono 8,7 con una concentrazione media di 1,8 varianti per referenza. Nessuna marca risulta presente in tutti i pdv, ma tre di queste hanno una quota di presenze in doppia cifra: Beretta (15,7%), Citterio (13,2%) e la marca privata, col 15,1%, pur essendo presente in misura poco equilibrata.

Solo affettato in confezioni di tipo "industriale"; escluse buste tipo "take away" confezionate nel punto di vendita. Nomi indicati solo se presenti in almeno 8 pdv su 10



GUIDA ALLA LETTURA

- L'analisi dell'offerta è effettuata da Gdoweeek in 10 punti di vendita rappresentativi delle principali insegne della gdo, 2 per ognuna delle 5 macroaree geografiche del Paese selezionate.
- La scala prezzi è creata partendo dalla marca leader riconducendo i costi a un'unità di misura standard.
- Nella lettura dei raffronti bisogna considerare la diversità di formato dei vari pdv, poiché supermercati, superstore e ipermercati hanno comunque logiche di servizio diverse.
- Le rilevazioni sono state effettuate il 7 aprile 2010 ringraziamo le insegne per la collaborazione prestata.