

**F**  
**FORMAGGI & CONSUMI**  
 ANNO 14 - NUMERO 11 - NOVEMBRE 2021  
 DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

# IGOR

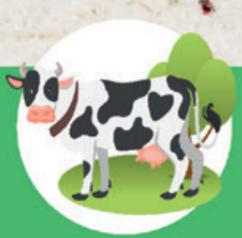
## Gorgonzola



**PASSIONE PER IL GUSTO, AMORE PER IL PIANETA**



Tutti i nostri **ECOPACK** sono realizzati con il -30% di plastica rispetto alle confezioni precedenti e sono **riciclabili al 100%**.  
 Ci impegniamo ad assicurare una qualità sostenibile lungo tutta la nostra filiera produttiva:



100% BENESSERE ANIMALE



TRASPORTI ECOLOGICI A METANO



ELIMINAZIONE SPRECHI ACQUA



ZERO EMISSION COMPANY



ENERGIA DA FONTE 100% RINNOVABILE



PACKAGING 100% RICICLABILE

# Speciale Grana Padano e Parmigiano Reggiano

Un focus dell'istituto di ricerca Qberg sull'offerta nel web delle due Dop casearie, di cui viene preferito il formato grattugiato. Indipendentemente dalla strategia di pricing adottata dal sito. Il commento dai Consorzi sul mercato in Italia e all'estero. Le proposte di alcune delle principali aziende italiane.

## COME VARIA L'OFFERTA NEL WEB PER ASSORTIMENTO E PREZZO NEL 2021?

L'offerta di Grana Padano e Parmigiano Reggiano in termini di assortimenti e prezzi sui volantini dei principali siti di e-commerce, tra web retailer generalisti e web pure generalisti, nel 2020 e nel 2021. Questo il focus dell'ultima ricerca di Qberg, istituto di ricerca italiano nei servizi di price intelligence e strategie assortimentali cross canale, realizzata con Iri in esclusiva per Formaggi&Consumi. Dal 2009, Iri e Qberg propongono, all'interno della piattaforma In-Store Point, il modulo flyer, che consente ai clienti di monitorare in modo, sia tattico che strategico, il fenomeno volantino. I parametri utilizzati sono: la quota display, che rappresenta la quota di visibilità scaffale/scaffale web di una certa marca (o referenza, o segmento... a seconda della dimensione di riga), il prezzo medio a volume e le referenze in sconto/promozione. Ecco quanto è emerso.

Nei siti web italiani la tipologia di formaggio maggiormente presente è il grattugiato, seguito da pezzi (fette, forma intera, altro) e dai bocconcini (bocconcini e chips). Scendendo nel dettaglio per canale, dall'inizio del 2021 nei siti web retailer generalisti cresce leggermente (+0,9%) la quota display del grattugiato, che arriva al 51,2%. E cresce in misura più marcata, rispetto ai primi nove mesi del 2020 la tipologia bocconcini (di 2,7%) arrivando al 14,8% e diminuendo per i siti web retailer generalisti il gap in quota display dal canale competitor. In contrazione, invece, la quota display del formato in pezzi, che passa dal 37,6% da gennaio a settembre 2020 al 34% nello stesso periodo nel 2021 (-3,6%). Diverse appaiono essere state le scelte dei siti web pure generalisti che hanno incrementato in maniera marcata la presenza del grattugiato (quota display gennaio-settembre 2021 del 56,1%, +6,5% rispetto a gennaio-settembre 2020), riducendo invece la quota display dei bocconcini -5,9% e dei pezzi -0,9%.

I siti web retailer generalisti appaiono offrire alla propria clientela prezzi complessivamente più convenienti di circa il 10-15% su tutte le tipologie di grana rispetto ai web pure generalisti. Il divario fra i due canali, più accentuato nel corso dei primi nove mesi nel 2020, si è ridotto nel corso dello stesso periodo nel 2021, soprattutto per quanto riguarda i prezzi dei pezzi di grana, passando da €4,33 nel 2020 a €2,36 nel 2021. Altra differenza fra i due canali sono le diverse strategie di pricing adottate per cercare di invogliare la clientela attuale o potenziale all'acquisto. Infatti i siti web retailer generalisti hanno incrementato i prezzi dei pezzi a €22,41 (+5,6%) mentre hanno ridotto i prezzi delle altre due tipologie di grana e simili (grattugiato -3,5% e bocconcini (-0,2%). Diametralmente opposte, invece, le strategie di pricing dei siti web pure generalisti che hanno invece diminuito i prezzi dei pezzi del 3,1% (allineandoli maggiormente a quelli dei loro siti competitor) e invece hanno incrementato i prezzi per le altre due tipologie di grana e simili (+2,3% per il grattugiato e +2,5% per i bocconcini).

È interessante rilevare che queste variazioni di prezzo, sono avvenute in un periodo nel quale il numero di referenze di Grana Padano e Parmigiano Reggiano in sconto sono diminuite nel corso dei primi nove mesi del 2021 rispetto allo stesso periodo nel 2020, passando dall'11,5% sul totale referenze al 7,7% nel corso del 2021.

### Che cosa vuol dire?

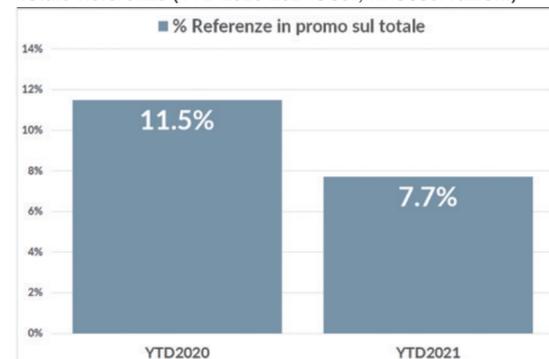
#### Web Pure Generalisti:

Siti di e-commerce che non sono specializzati e che non hanno presenza fisica di punti vendita.  
Es.: Amazon, EPrice, EBay

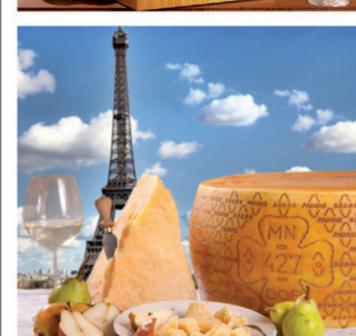
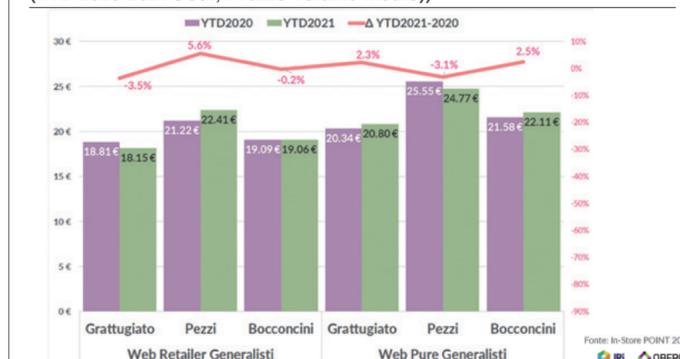
#### Web Retailer Generalisti:

Siti di e-commerce che non sono specializzati e che hanno presenza fisica di punti vendita.  
Es.: Tigros.it, Esselungaacasa.it, Carrefour.it, Gros.it

### Percentuale di Osservazioni di Grana e simili in Sconto sul Totale Referenze (YTD 2020-2021@set; N. Osservazioni)



### Prezzo medio/kg per tipologia di Grana e simili (YTD 2020-2021@set; Prezzo volume medio)



dal 1929

# Latteria Sociale Mantova

campione di incassi!

**CONTACTS**  
Via F.lli Kennedy, 48  
46047 - S. Antonio di Porto Mantovano (MN)  
Tel. +39 0376 390808 - Fax +39 0376 396250  
info@lsmgroup.it www.lsmgroup.it

