



MAGAZINE

DICEMBRE 2021

SUCCESSI

Gruppo Végé presenta il
piano commerciale 2022

La febbre dei prezzi nel carrello. Gdo in trincea

INTERVISTA

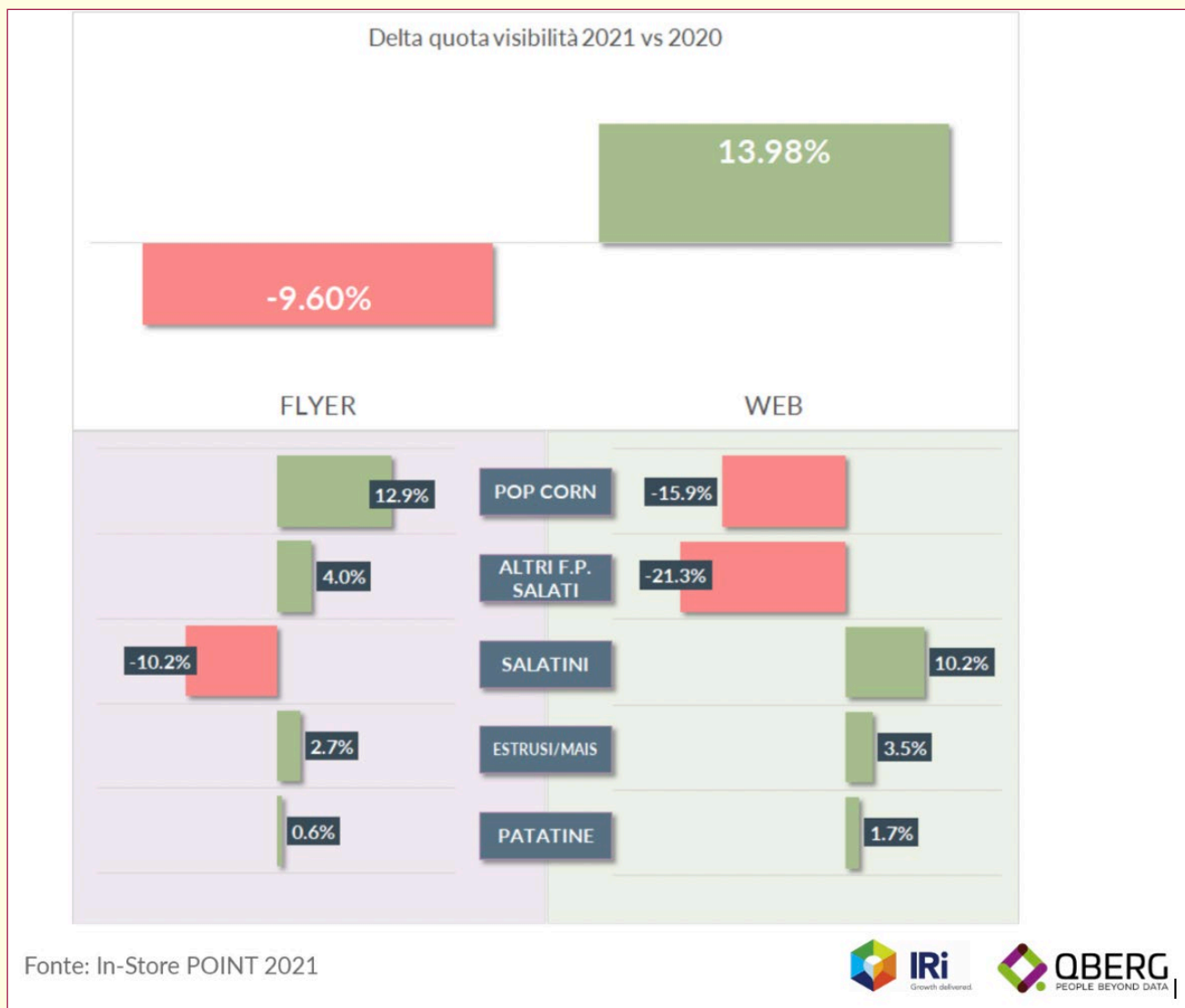
Aldo Sutter: "Vi racconto
la rivoluzione General"



Fuori Pasto salati: QBerg analizza la primavera-estate 2021

Accompagnamento per una festa, un aperitivo o anche semplicemente per la nostra serie tv preferita: i Fuori pasto salati rappresentano una Categoria onnipresente, sia a volantino che sugli scaffali virtuali dei siti di e-commerce.

Nella nostra analisi, abbiamo comparato il semestre centrale dell'anno, quello che va da aprile a settembre incluso, con l'equivalente dello scorso 2020, esaminando i volantini promozionali (Quota Qp4 di visibilità) e l'esposizione sui siti di e-commerce, sia GD che Web Pure (Quota display).



Notiamo subito come l'intero comparto abbia subito una contrazione percentuale del 9,60% a volantino, mentre sul web è cresciuta addirittura del 13,98% (variazione % rispetto ai valori del 2020).

Sui flyer, in realtà a contrarsi sono solo i Salatini (-10,2% di variazione percentuale anno su anno), mentre le altre sottocategorie crescono tutte, in particolare i Pop corn (quasi +13%).

Completamente speculare la variazione sui siti di e-commerce: perdono percentualmente molto Pop corn e Altri fuori pasto salati (rispettivamente -15,9% e -21,3%), mentre aumentano la propria visibilità i Salatini (+10,2%), gli Estrusi/mais (+3,5%) e le Patatine (+1,7%).