

ANNO X – APRILE 2022

DM
MAGAZINE

SUCCESSI
Nel 2021 Caffè Borbone
cresce del 15%

INTERVISTA
Melinda coglie i frutti
della ricerca e sviluppo



Vest

Efficacia & Rispetto

IL PULITO È PIÙ PULITO INSIEME A VERT



SUCCHI DI FRUTTA E NETTARI SUI SITI DI E-COMMERCE DELLA GD: L'ANALISI DI QBERG

QBERG, istituto di ricerca italiano leader nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter), ha analizzato l'offerta di bevande analcoliche a base frutta (conosciute al pubblico come "succhi di frutta") sui siti di e-commerce della Gd nel bimestre gennaio-febbraio di tre anni a confronto: 2020, 2021 e 2022.

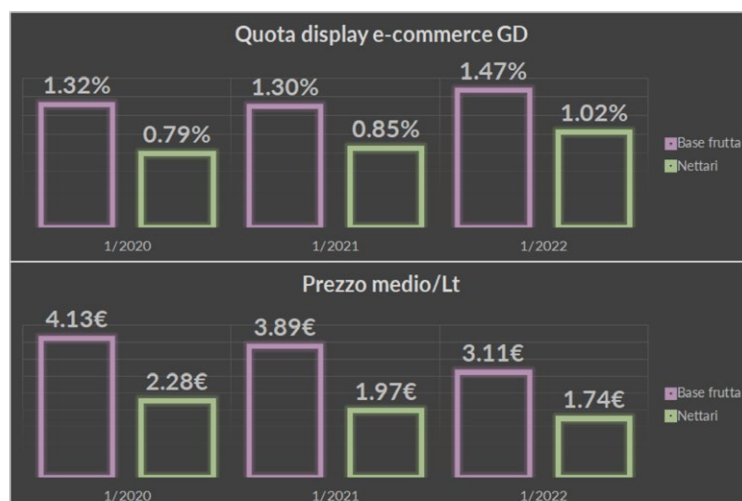
⇒ La sottocategoria base frutta è di primaria importanza sui siti di e-commerce, infatti, ce lo testimonia il dato della quota display, cioè la percentuale di "scaffale virtuale" che la sottocategoria occupa sui siti di e-commerce della Gd. Significativa è anche la posizione in classifica delle sottocategorie più esposte a totale Lcc (largo consumo confezionato), che vede le base frutta passare dalla decima posizione del primo bimestre 2020 alla nona posizione del 2021, fino al balzo, nel 2022, che le posiziona addirittura al quinto posto della classifica.

Posizione nella classifica LCC della Sottocategoria Base frutta su WEB
(gen-feb 20, gen-feb 21, gen-feb 22; Posizione ottenuta da Quota Display)



Fonte: In-Store POINT 2022

Quota display WEB e Prezzo medio/Lt di Base frutta e Segmento Nettari
(gen-feb 20, gen-feb 21, gen-feb 22; Quota Display, Prezzo medio/Lt)



Fonte: In-Store POINT 2022

⇒ La quota display della sottocategoria base frutta passa dall'1,32% del 2020 all'1,47% del 2022, con la lieve flessione del 2021 che la vedeva all'1,30%. Ma possiamo tranquillamente affermare che a sostenere l'intera sottocategoria nella sua crescita sia il segmento dei nettari. Il segmento registra, infatti, una vera e propria impennata, passando dallo 0,79% del 2020 allo 0,85% del 2021, fino addirittura all'1,02% del 2022 di quota display. Da notare che i numeri possono sembrare piccoli: con il suo 1,02% di quota display, però, i nettari da soli come segmento sarebbero al ventesimo posto sulle 400 sottocategorie dell'Lcc. Se la quota assortimentale sale è, invece, il prezzo al litro a calare: il calo non è da poco, sia per l'intera sottocategoria base frutta, che passa dai 4,13€/l del 2020 ai 3,11€/l del 2022, sia per il segmento nettari, che invece passa dai 2,28€/l del 2020 agli 1,74€/l del 2022.