

In gdo dominano i grana, sul web le nicchie locali

I due consorzi principali monopolizzano l'attenzione sui volantini dei retailer fisici, mentre le produzioni regionali trovano spazio nelle offerte di vendita online

Le offerte promozionali della gdo (sia Take away che per prodotti da Banco) e dei siti Web, appaiono seguire nel periodo luglio/agosto 2022 **logiche commerciali differenti a seconda della promozione e del canale**. La gdo nelle promozioni sui Flyer dei suoi Formaggi Duri Take away ha proposto soprattutto prodotti consolidati e DOP per i consumatori. **Oltre i 4/5 sono infatti referenze uniche legate o al parmigiano reggiano o al grana padano** (ognuno di questi due formaggi con 202 referenze uniche), mentre un ruolo decisamente minore assumono altre tipologie di formaggi duri nazionali, quali pecorino (15 referenze uniche) e montasio (solo 6 referenze) ed internazionali quali l'emmenthal (57 referenze uniche). Completamente diverso, invece, lo scenario promozionale della gdo sui flyer per i formaggi duri venduti direttamente al banco. **In questo ambito, le referenze uniche proposte hanno forti legami con il territorio** e appaiono riflettere le svariate modalità di produzio-

ne regionale, tanto che **si rileva una preponderante presenza di pecorino (oltre 405 referenze uniche)** e un numero maggiore di proposte rispetto agli altri canali di montasio (24 referenze), numericamente in crescita, nel flyer con offerte promozionali al banco, anche le referenze uniche di emmenthal (75) che superano quelle del grana padano (57), mentre conserva vivacità il numero di referenze uniche del parmigiano reggiano (89). **I siti Web, di contro appaiono riprodurre, in formato minore, lo schema delle offerte promozionali Take away** della gdo, con una preponderanza di referenze legate soprattutto ai grana (in particolare il parmigiano reggiano con 130 referenze e il grana padano con 110), mentre a parte l'emmenthal (38 referenze uniche proposte), **marginali appaiono quantitativamente le offerte di pecorino e montasio** (rispettivamente con 22 e 2 referenze uniche). Alla notevole presenza di varietà di referenze di pecorino per il banco della gdo (circa il 65% delle referenze

IL PUNTO SULLE PROMOZIONI

a cura di Qberg

l'indicatore Qberg

L'analisi della reale visibilità di un prodotto su un volantino viene calcolata attraverso un indicatore appositamente costruito da Qberg, denominato Quota Qp4 (1). Questo indicatore, insieme alla Display Share sui siti Web, consente di analizzare più in dettaglio il livello reale di visibilità offerto a luglio e agosto 2022 dai tre diversi canali analizzati.

totali di formaggi duri) **non corrisponde un'altrettanta elevata visibilità per il pecorino sui flyer** (solo il 40,4%). Sui flyer il banco emmenthal ricava il 25,3% di quota di visibilità mentre conservano comunque presenze importanti il parmigiano reggiano (17,4%) e il parmigiano reggiano (15,1%); generico, ma sostanziale equilibrio fra la visibilità dei formaggi duri take away nei flyer della gdo e la display share dei formaggi duri sui siti web. (a cura di Sanzia Milesi)