

PROMO FLYER

» Nell'analizzare l'andamento di Vitamine e Integratori sui volantini della gdo (Ipermarket, Supermarket e Drug Specialist) e del Pharma (Farmacie e Parafarmacie) si contano nel 2023 oltre 2.000 referenze diverse e quasi 350 brand. I parametri utilizzati per lo studio sono: Numero Brand, Visibilità, Prezzo medio.

Pressione per assortimento: gdo vs pharma

» A partire già dall'analisi del numero di brand proposti, si iniziano a delineare similitudini e **differenze strategiche promozionali importanti** fra i due canali gdo (Ipermarket, Supermarket, Drug specialist) e Pharma (Farmacie e Parafarmacie). Nello specifico la gdo, forte del suo preponderante numero di punti di vendita, riesce a proporre una più vasta offerta quantitativa di marchi di Vitamine e Integratori, principalmente legato a Vitamine e Sali Minerali (91 brand) seguito

da Altri Integratori (80 brand) e Aiuti per la Dieta (49). Di contro il canale Pharma propone principalmente nei suoi volantini Vitamine e Sali Minerali (70 brand) e Rinforzi immunitari (39 marchi).

Le proposte promozionali del canale Pharma si differenziano da quelle della gdo anche per **l'attenzione marginale fornita ai Complessi proteico-sportivi** (solo 7 marchi nel 2023) mentre invece nella gdo questo segmento ha una esposizione

Visibilità

» Il numero di brand presenti nelle promozioni via flyer, tuttavia, non quantifica l'effettiva visibilità nei volantini promozionali dei diversi segmenti di Vitamine e Integratori. Per entrambi i canali, le Vitamine e i Sali Minerali sono **il segmento di maggiore visibilità**, in entrambi con oltre il 40% (43,2% nella gdo e 41,8% nel canale Pharma) di indice specifico. Ma le somiglianze nelle strategie promozionali nei confronti della visibilità fra i due canali terminano qui. A livello di Altri Integratori (un segmento composto da molte nicchie, ma dove appaiono i primi prodotti di tendenza), **le proposte promozionali di questo segmento nel canale Pharma sono sicuramente più visibili che nella gdo** (19,3% vs 12,8%). Ed ulteriori differenziazioni emergono, sempre nel canale Pharma per i Rinforzi Immunitari e Cutanei (visibili promozionalmente in maniera doppia rispetto a quanto risultino visibili nella gdo).

Prezzi promozionali

» Sul fronte dei prezzi, **si definisce ulteriormente il diverso positioning promozionale dei due canali**. Il canale Pharma è decisamente più costoso della gdo. Con l'eccezione dei segmenti dei Rinforzi immunitari e dei Supplementi fibre/erbe (entrambi più costosi nel canale Pharma rispetto alla gdo di circa il 20%), tutti gli altri segmenti sono stati promozionati a volantino con prezzi medi superiori varianti dal +60% fino ad arrivare al +180% per gli Aiuti per la dieta. Quest'ultimo segmento nel 2023 è arrivato ad essere promozionato via Flyer in Farmacie e Parafarmacie **a più di 30 euro di prezzo medio**.



*L'aumento d'interesse da parte dei consumatori è generato da una sempre maggiore consapevolezza dell'**importanza di un approccio sanitario preventivo**, in primis tra i soggetti adulti e anziani. Gli over 65 hanno raccolto il 30% delle vendite*