



MERCATO

E-commerce e volantini: a chi piace che cosa

Brand leader, marchi minori e private label sono presenti in modo differente sui siti di vendite online e sui flyer promozionali. Ecco cosa emerge dall'analisi dei dati Qberg per i segmenti cibo cane, cibo gatto e antiparassitari.



Nelle strategie commerciali dei principali produttori del settore pet care i volantini promozionali e le vendite on line ricoprono ruoli differenti e sono affrontati con modalità e obiettivi altrettanto diversi. Ci sono aziende che spingono soprattutto su un canale, e aziende che preferiscono l'altro. Pur trattandosi di due canali non omogenei, dato che uno è commerciale e l'altro promozionale, la loro analisi ci permette però di capire come si posizionano i principali brand.

Utilizziamo come di consueto le rilevazioni IRI-Qberg che offrono un quadro approfondito di questi dati e ne permettono l'analisi da più punti di osservazione. Il periodo a cui si fa riferimento è il primo quadrimestre del 2017.

Per il canale e-commerce prendiamo in considerazione la cosiddetta "Quota Display" che rappresenta il tasso di presenza. Per il canale dei volantini promozionali, consideriamo invece la "Quota Qp3" che misura la capacità di una referenza in promozione di raggiungere il cliente (il valore è definito da diversi fattori tra cui il numero di punti vendita coinvolti nella promozione, la durata e il fatto che con il passare dei giorni il messaggio perde di forza).

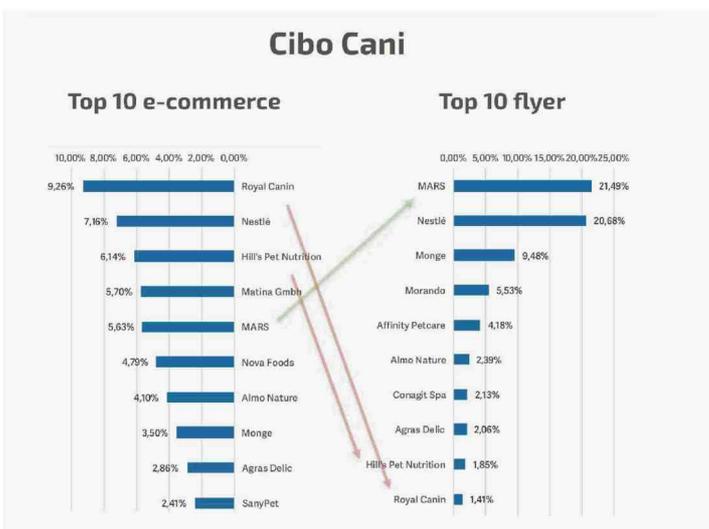
Di entrambi consideriamo i 10 marchi che mostrano i tassi di presenza più alti.

I LEADER DI MERCATO

Iniziamo con il Pet Food Cane.

Il primo dato che balza all'occhio è il differente posizionamento di Royal Canin nei due canali: in prima posizione nella Quota Display per i siti di vendite on line, in decima per quanto riguarda i volantini.

Nestlé invece si posiziona al secondo posto in entrambi. È evidente a questo punto la



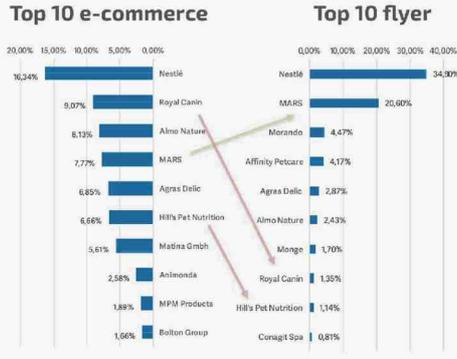
differente strategia di questi due big player. Da segnalare anche Monge che occupa una posizione decisamente più forte nei volantini rispetto ai siti di vendite on line. Lo stesso vale per **Morando**: al 18° posto come Quota Display, al 4° per i volantini. Il canale flyer è praticamente monopolizzato da due aziende: Mars e Nestlé che escludendo le private label e i marchi minori (identificati nei grafici con la dicitura "Other Vendors") occupano da sole oltre il 40%. Questo strapotere, soprattutto di Mars, non è invece mantenuto nel web. Passando al segmento Cibo Gatti, si trova

una situazione abbastanza simile. Anche qui la spinta di Nestlé su entrambi i canali risulta davvero evidente, così come lo sforzo di Mars sul fronte promozionale. Nel Cibo Gatti la voce Other Vendors rappresenta una galassia di 80 marche per il web e 26 per il flyer. Infine la categoria antiparassitari: qui il panorama dei player è molto meno affollato. Sia sul web che sul flyer le prime 4 marche rappresentano oltre il 70% di quota: Bayer e Merial si scambiano la leadership tra i due mondi. Qui gli Other Vendors rappresentano 26 marchi per il web e 4 per i flyer.

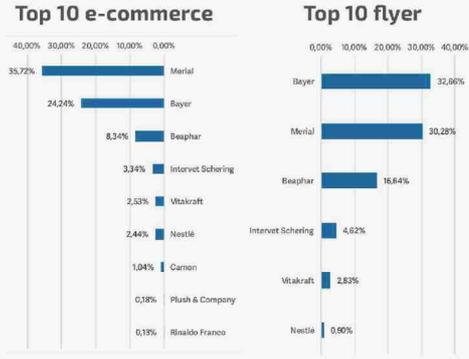


MERCATO

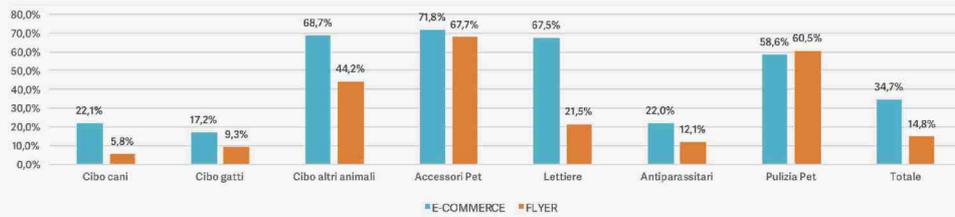
Cibo Gatti



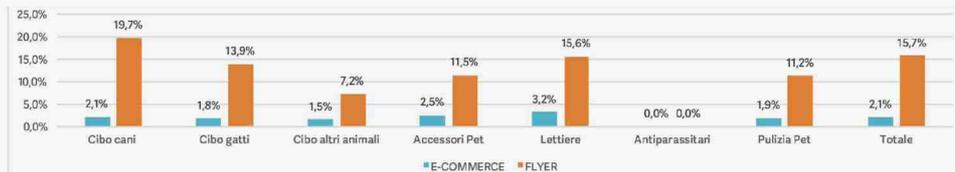
Antiparassitari



Quota display e-Commerce e Quota volantino OTHER VENDORS



Quota display e-Commerce e Quota volantino PRIVATE LABELS



MARCHI MINORI E PRIVATE LABEL

Come è distribuita la presenza di top brand, follower e private label nel canale e-commerce e nei volantini? Anche in questo caso emerge una significativa differenza di approccio. La categoria delle marche minori occupa spazi significativi nell'e-commerce e ha invece un ruolo meno importante sui volantini: la quota display e-commerce arriva a un valore medio del 34,7%, con punte attorno al 70% per Cibo altri animali, Accessori e Lettiere.



La price intelligence per gli operatori del Petcare a portata di mano.

IRI e Qberg hanno pensato ad un'offerta di Price Intelligence dedicata al mondo del Pet che INTEGRA in un'unica visione i VOLANTINI PROMOZIONALI e l'e-commerce, potenziando enormemente le capacità di comparazione dei prezzi.

Per informazioni: marketing.italy@iriworldwide.com - tel. 02-52579 1