

MERCATO

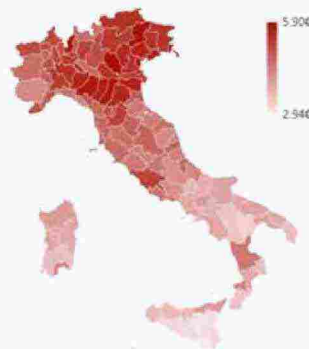
Il pet sui volantini: la mappa d'Italia

Il prezzo medio dei prodotti pet sui flyer promozionali cambia sensibilmente in base alla zona geografica di riferimento. L'andamento del food è sostanzialmente declinante procedendo da Nord a Sud del Paese, mentre il panorama degli accessori e dell'igiene risulta disomogeneo.

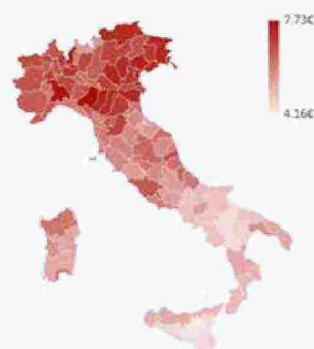


PREZZO MEDIO VOLUME A VOLANTINO PER CATEGORIA - 2020

CIBO CANE



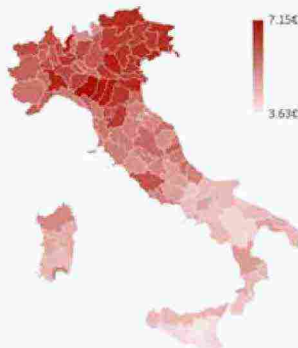
CIBO GATTO



CIBO ALTRI ANIMALI



TOTALE FOOD



Come cambia il posizionamento di prezzo dei prodotti pet a volantino spostandosi tra una Regione e l'altra della Penisola? Quali sono le provincie che mantengono le cifre più alte e quali hanno invece una promozionalità più spinta? Dall'analisi dei prezzi del pet food e del pet care sui flyer, condotta dalle rilevazioni IRI e Qberg, è emerso come il territorio italiano sia profondamente diversificato in base alla zona geografica, con un andamento dei listini al pubblico sostanzialmente declinante procedendo da Nord a Sud del Paese. In particolare, le rilevazioni effettuate tengono conto dei volantini pubblicati per tutto il 2020 sia all'interno dei canali di vendita pet

MERCATO



La price intelligence per gli operatori del pet care a portata di mano. IRI e Qberg hanno studiato ad un'offerta di Price Intelligence dedicata al mondo del pet che integra in un'unica visione i prezzi in store e l'e-commerce, potenziando enormemente le capacità di comparazione dei prezzi stessi.

Per informazioni:

press@qberg.com
tel. 02 87077400

marketing.italy@iriworldwide.com
tel. 02 525791

specialist, sia di quelli della Gdo, come ipermercati, supermercati, superette, drug specialist, cash&carry e discount. L'analisi presentata in questo articolo ha suddiviso i prodotti pet in sei categorie principali, tre food e tre no food: cibo per cani, cibo per gatti, cibo per altri animali, accessori per cani, accessori per gatti e



Il rapporto tra le provincie con il prezzo medio più alto e quelle con il prezzo più basso è circa 2 a 1 sia per il cat food sia per il dog food. La forbice si allarga notevolmente considerando la categoria del cibo per altri animali, con una differenza di quasi 7 a 1

accessori igiene. Le prime tre categorie merceologiche considerano il prezzo medio al kg pubblicato sul flyer, mentre le ultime sono state monitorate prendendo come misura il prezzo medio della promozione. Ne è emerso un quadro molto dettagliato di cui riportiamo una sintesi dei contenuti principali in queste pagine. Una premessa per evitare equivoci e interpretazioni errate nella lettura dei dati: queste elaborazioni non si riferiscono al prezzo medio di vendita dei prodotti, ma ai prezzi medi dei flyer promozionali, di

conseguenza vanno letti in riferimento a questa funzione. Ovviamente il prezzo promozionale riflette il posizionamento medio del territorio, ma i due dati non vanno confusi tra di loro.

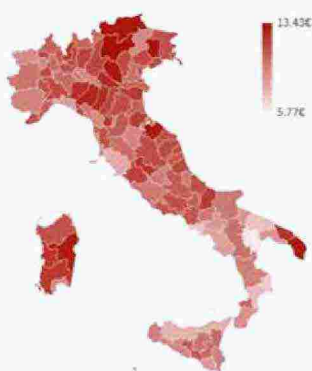
DOG E CAT FOOD /

Cominciando ad analizzare il mondo del food, emerge a un primo sguardo come le aree in cui si trovano i prezzi più alti siano quella del Nord Est, in particolare le zone attorno a Trento e Belluno, del trevigiano e del veronese, quella emi-

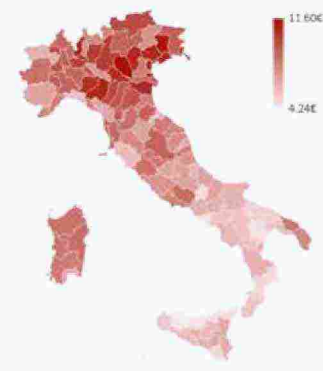
MERCATO

PREZZO MEDIO VOLUME A VOLANTINO PER CATEGORIA - 2020

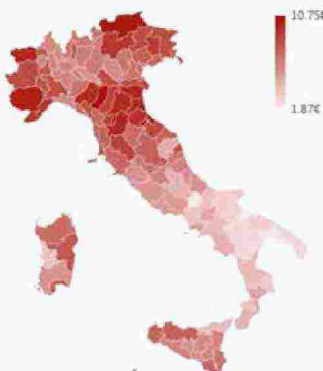
ACCESSORI CANE



ACCESSORI GATTO



IGIENE



liana, con le provincie di Reggio Emilia, Modena e Parma su tutte, e il territorio del comasco in Lombardia. Nel Centro Italia, le zone con i prezzi più alti sono quella attorno a Roma, sia per quanto riguarda il cibo per cani sia per quello per gatti, e quella di Pescara, Ancona e Teramo, considerando soltanto gli alimenti per felini. Per quanto riguarda i prezzi a volantino più bassi, si evidenzia una certa omogeneità tra il cat food e il dog food. In particolare è la Sicilia a esprimere la maggior spinta promozionale, con le provincie di Enna, Ragusa, Catania, Caltanissetta, Siracusa e Agrigento che ricorrono nella top 10 del prezzo medio al kg più contenuto per entrambe le categorie. Nel complesso, il rapporto tra il prezzo medio più alto e quello più basso è circa 2 a 1, sia per il cat food sia per il dog food. La forbice si allarga notevolmente considerando infine la categoria del cibo per altri animali, con un rapporto di quasi 7 a 1. Va precisato che questa tipologia di prodotto nei volantini promozionali è meno frequente. Forse anche per questo motivo, si denota una maggiore disomogeneità per quanto riguarda le differenze di zona. Fra le provincie con i prezzi più alti, infatti, si possono trovare sia quelle delle aree del Nord e del Nord Est, sia tutto il litorale adriatico fino alla Puglia. La Sicilia rimane comunque la Regione con i prezzi medi al kg più bassi.

MACCHIA DI LEOPARDO /

Anche sul fronte degli accessori, l'andamento dei prezzi a volantino si presenta sostanzialmente a macchia di leopardo su tutta la Penisola, soprattutto per quanto riguarda il cane. Nella graduatoria dei prezzi medi di quest'ultima categoria

PREZZO MEDIO VOLUME PER PROVINCIA - 2020

LE PIÙ ALTE

Cibo per cani

Trieste	5,90€
Verona	5,88€
Belluno	5,82€

Cibo per gatti

Parma	7,73€
Alessandria	7,63€
Trieste	7,52€

Cibo per altri animali

Prato	19,10€
Sondrio	20,21€
Piacenza	20,61€

Accessori cane

Trento	13,43€
Verona	13,13€
Bolzano	13,11€

Accessori gatto

Verona	11,60€
Pordenone	11,38€
Monza e Brianza	11,03€

Igiene pet

Rimini	10,75€
Prato	10,59€
Reggio Emilia	10,52€

LE PIÙ BASSE

Cibo per cani

Catania	3,09€
Enna	3,03€
Ragusa	2,94€

Cibo per gatti

Caltanissetta	4,35€
Catania	4,34€
Enna	4,16€

Cibo per altri animali

Avellino	4,02€
Caserta	3,82€
Reggio Calabria	3,63€

Accessori cane

Napoli	7,11€
Crotone	6,99€
Matera	5,77€

Accessori gatto

Matera	4,49€
Napoli	4,39€
Palermo	4,24€

Igiene pet

Taranto	1,97€
Barletta-Andria-Trani	1,93€
Isernia	1,87€



MERCATO

merceologica troviamo infatti nelle primissime posizioni sulla scala dei prezzi alcune province del Triveneto, ma anche, subito dopo, Lecce, Nuovo e Pesaro-Urbino. Così anche sul fondo della classifica, pur con una netta prevalenza di province del Sud, compaiono anche le zone del grossetano e di Genova. Per quanto riguarda il gatto, invece, si conferma sostanzialmente la divisione che emergeva nel pet food. Le offerte con il prezzo medio più alto si trovano soprattutto in Veneto, Lombardia ed Emilia Romagna. Dopodiché, ci si sposta progressivamente verso Ovest, con il Piemonte, il Centro, con alcune province toscane come Pisa, Siena e Prato, e infine la Sardegna. Anche in questo caso, le promozioni più spinte si rilevano in Sicilia, Campania, Calabria, Basilicata e Puglia.

IGIENE /

Un discorso a sé meritano i prodotti per l'igiene. Il segmento infatti comprende tipologie di prodotto molto diverse tra loro, di conseguenza è anche resa più difficile l'analisi e il paragone dei prezzi nelle varie aree geografiche. Il delta di prezzo infatti può dipendere sia dalla maggiore o minore spinta promozionale applicata ai prodotti pubblicati a volantino, sia dalla tipologia di articoli. In questo caso quindi i valori rilevati fungono da puro riferimento per individuare soprattutto un posizionamento di prezzo indipendente dallo specifico prodotto e tarato più sul pubblico a cui si rivolge il volantino e sulla sua capacità di spesa. Un'ulteriore chiave di lettura di questi dati è che i flyer sono la fotografia del diverso livello di "evoluzione" dei consumatori italiani che acquistano prodotti pet e che si traduce nell'affermazione del fenomeno di umanizzazione: l'end user è cioè sempre più disposto ad acquistare prodotti per la cura e l'igiene pensati per migliorare la vita degli animali da compagnia e in questo senso anche la pandemia e l'emergenza sanitaria che ne è conseguita hanno ulteriormente accelerato questo processo soprattutto nelle aree altamente urbanizzate e popolate.

PROVINCIE /

Un'ultima analisi proposta in queste pagine è quella che riguarda le principali province (ovvero quelle dove si trovano i capoluoghi di regione). In questo caso abbiamo cercato di ordinare le province in base ai prezzi medi della categoria di prodotti con gli scostamenti maggiori: ad esempio in base al prezzo della categoria "cani" per il mondo food, e della categoria "accessori" per il no food. Ne emerge un quadro che conferma prezzi medi più allineati per alcune categorie come il dog e il cat food, mentre laddove ci sono importanti differenze di prezzo, queste corrono lungo l'asse nord-sud con una progressiva diminuzione. 