



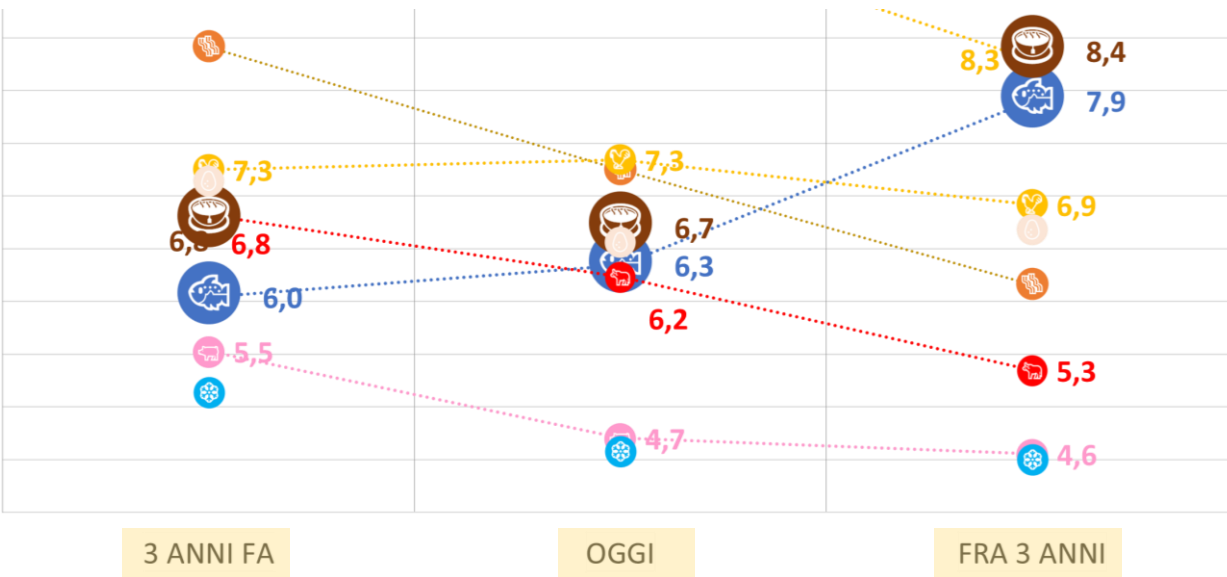
L'ittico: trend, modelli di consumo e strategie distributive

Salvo Garipoli
director SGMARKETING

I consumi alimentari in prospettiva



Media atti di consumo mensili dichiarati



+1,9%*
vendite vol.

-0,3%*
vendite val. retail
2018vs2017

+0,4%*
vendite vol.

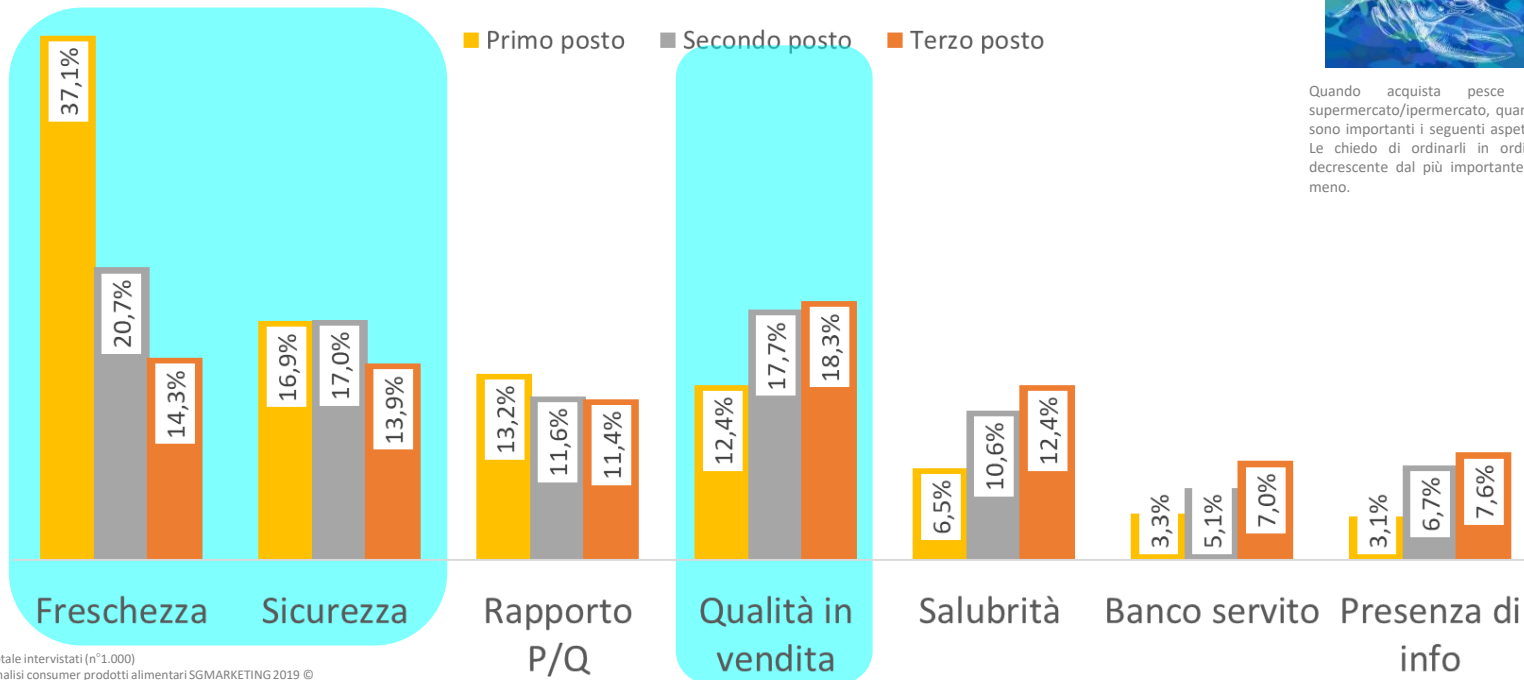
+4,2%*
vendite val. retail
2018vs2017
elaborato

* Fonte: Ismea Nielsen

Le determinanti di acquisto per l'ittico



Quando acquisti pesce al supermercato/ipermercato, quanto sono importanti i seguenti aspetti? Le chiedo di ordinarli in ordine decrescente dal più importante al meno.

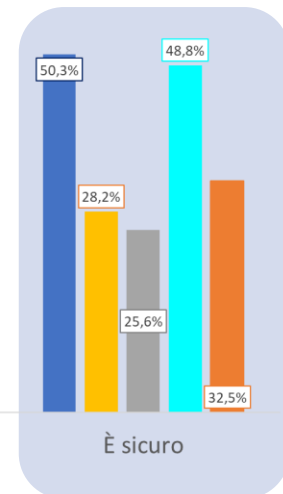
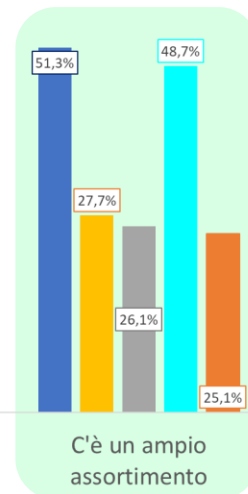
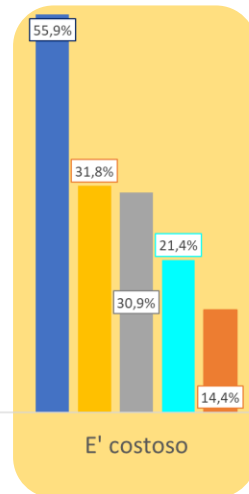
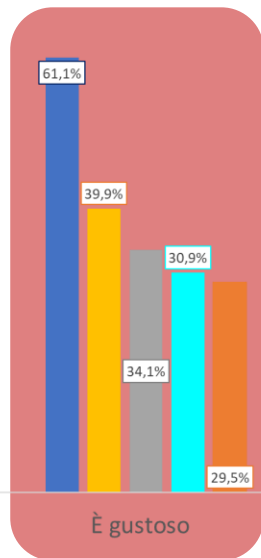
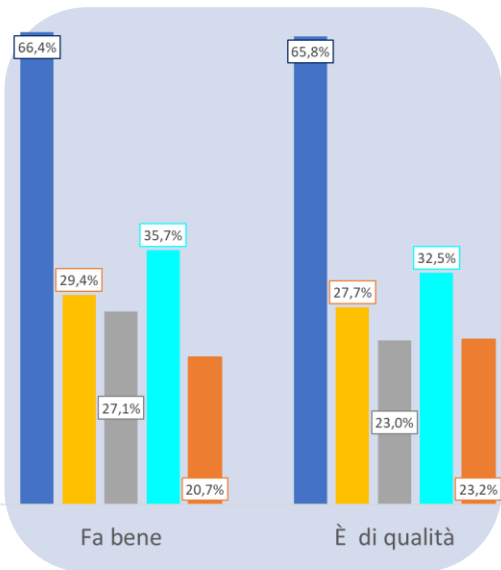


Base = totale intervistati (n°1.000)
 Fonte: Analisi consumer prodotti alimentari SGMARKETING 2019 ©

Il vissuto dei prodotti ittici



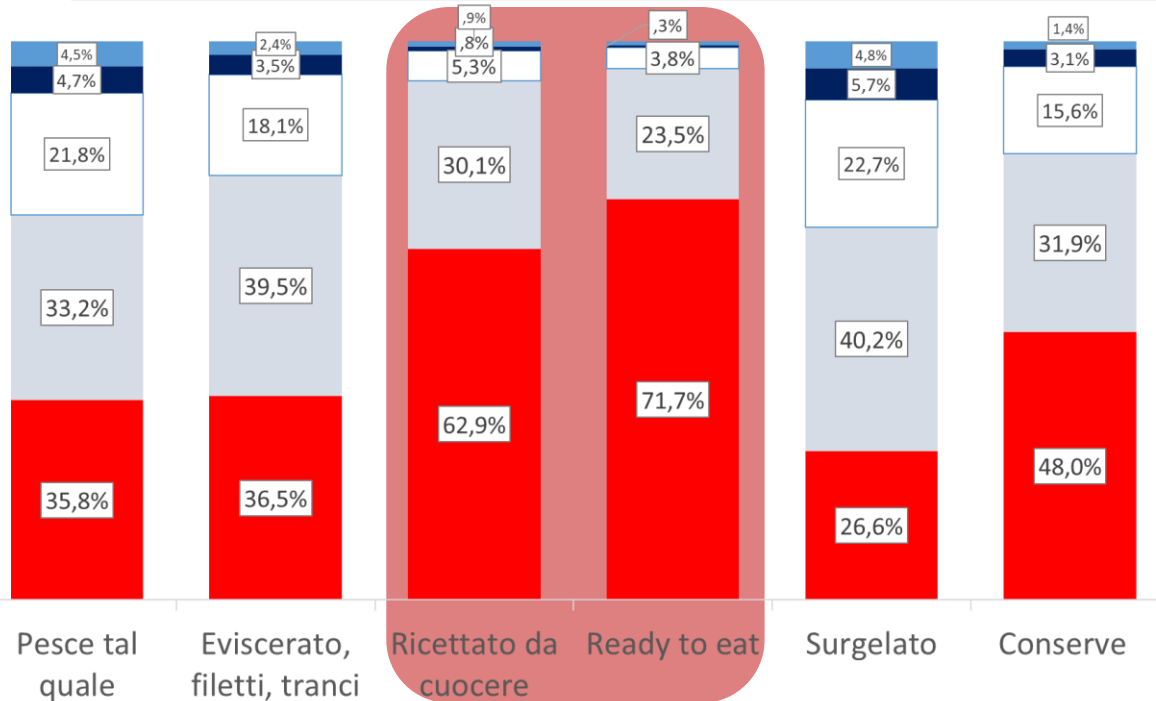
■ Pesce Naturale ■ Ricettato da cuocere ■ Ready to eat ■ Surgelato ■ Conserve



Le elencherò ora una serie di frasi, pensando al suo vissuto con il pesce, le chiedo di indicarmi a quale prodotto abbina ogni frase.

Base = totale intervistati che dichiarano di diminuire/cessare il consumo di latticini (n°65)
 Fonte: Analisi consumer prodotti alimentari SGMARKETING 2019 ©

La frequenza di acquisto per le differenti tipologie di prodotto



- Acquisto sempre
- Acquisto spesso
- Acquisto occasionalmente
- Acquisto raramente
- Non acquisto mai



**GRAZIE
PER
L'ATTENZIONE!**

SG Marketing Agroalimentare Srl

Via Marconi 71 - 40122 Bologna

T. +39 051 4210 545

F. +39 051 4210 549



info@sgmarketing.it



www.sgmarketing.it

