



GfK

***I CONSUMI FAMILIARI DI FORMAGGI DOP***  
***Bra, 18 settembre 2011***

# Il Panel Famiglie Eurisko

2



8,000 famiglie / 20000 individui rappresentativi della popolazione e bilanciati per,

- Variabili demografiche
- Densità distributiva

Oltre 700 punti di campionamento

Rilevazione del prodotto acquistato tramite lettori ottici



# Le informazioni rilevate



## PRODOTTO

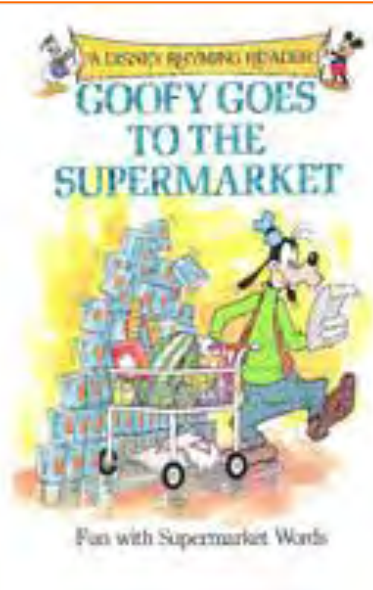
Ean  
 Marca  
 Produttore  
 Tipo  
 Quantità  
 Prezzo

.....

## CONSUMATORE

Età  
 Sesso  
 Area geografica  
 Istruzione  
 Occupazione  
 Stili di vita  
 Stili alimentari

.....



## FAMIGLIA ACQUIRENTE

Profilo socio-demo  
 Volumi acquistati  
 Acquisto medio  
 Frequenza di acquisto  
 Spesa media  
 Fedeltà ai prodotti  
 Fedeltà all'insegna

.....



## SPESA

Canale  
 Insegna  
 Scontrino  
 Frequenza di acquisto  
 Tipo di pagamento  
 Carta fedeltà

.....

# Nel 2010 la spesa familiare ....

4

.... in beni di Largo Consumo per consumi domestici è stata pari a **82,4 miliardi di euro**



# I consumi domestici di Formaggi: qualche numero 2010

6







	2010	Trend 1° sem. 2011 vs. 2010
Totale spesa familiare (mld di euro)	8.590.036	1,2%
Spesa media annua familiare	€ 360,16	-1,2%
Volumi acquistati (tons)	969.186	-0,2%
Acquisto medio annuo familiare (kg)	40,6	-2,6%
Frequenza d'acquisto	89,46	0,2%

- Il 10% del Largo Consumo
- Il 64% del Lattiero Caseario

- Un acquisto ogni 4 giorni
- 8,86 euro di spesa media per atto

# I Formaggi DOP: consumi e consumatori

7

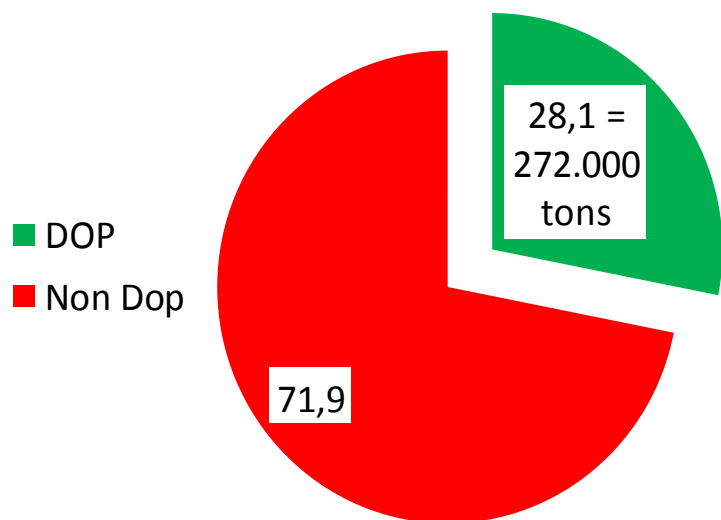
- I formaggi DOP sono pari al **35% circa** della spesa familiare in Formaggi; 
- I Formaggi Duri sono le tipologie più acquistate (**68% dei volumi complessivi**); 
- Il Canale Tradizionale ha un peso ancora rilevante nel mercato dei Formaggi DOP; 
- Esiste uno zoccolo duro consumatori: le **Famiglie DOP, 2,3 milioni** pari al 10% del totale acquirenti, che da sole acquistano quasi il **28% dei volumi complessivi**; 
- Le **Famiglie DOP** sono grandi consumatrici di tutti i tipi di formaggio e nel loro paniere d'acquisto spiccano anche **Gorgonzola e Mozzarella di Bufala** 
- Le **tendenze alimentari attuali** possono essere un ulteriore **volano di sviluppo** dei consumi di Formaggi DOP. 

# I Formaggi DOP: gli acquisti familiari nel 2010

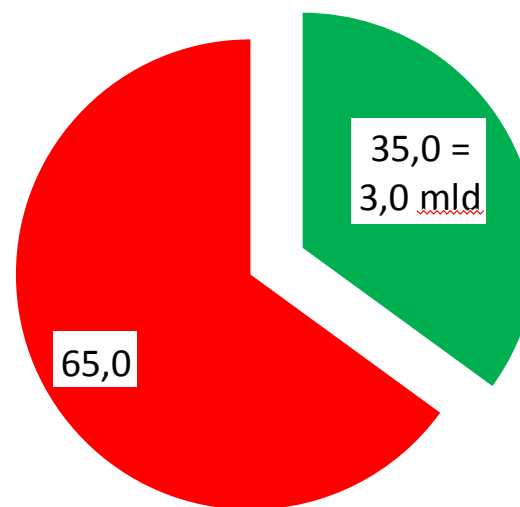
8

## QUOTE SUL TOTALE MERCATO FORMAGGI

### Volume



### Valore

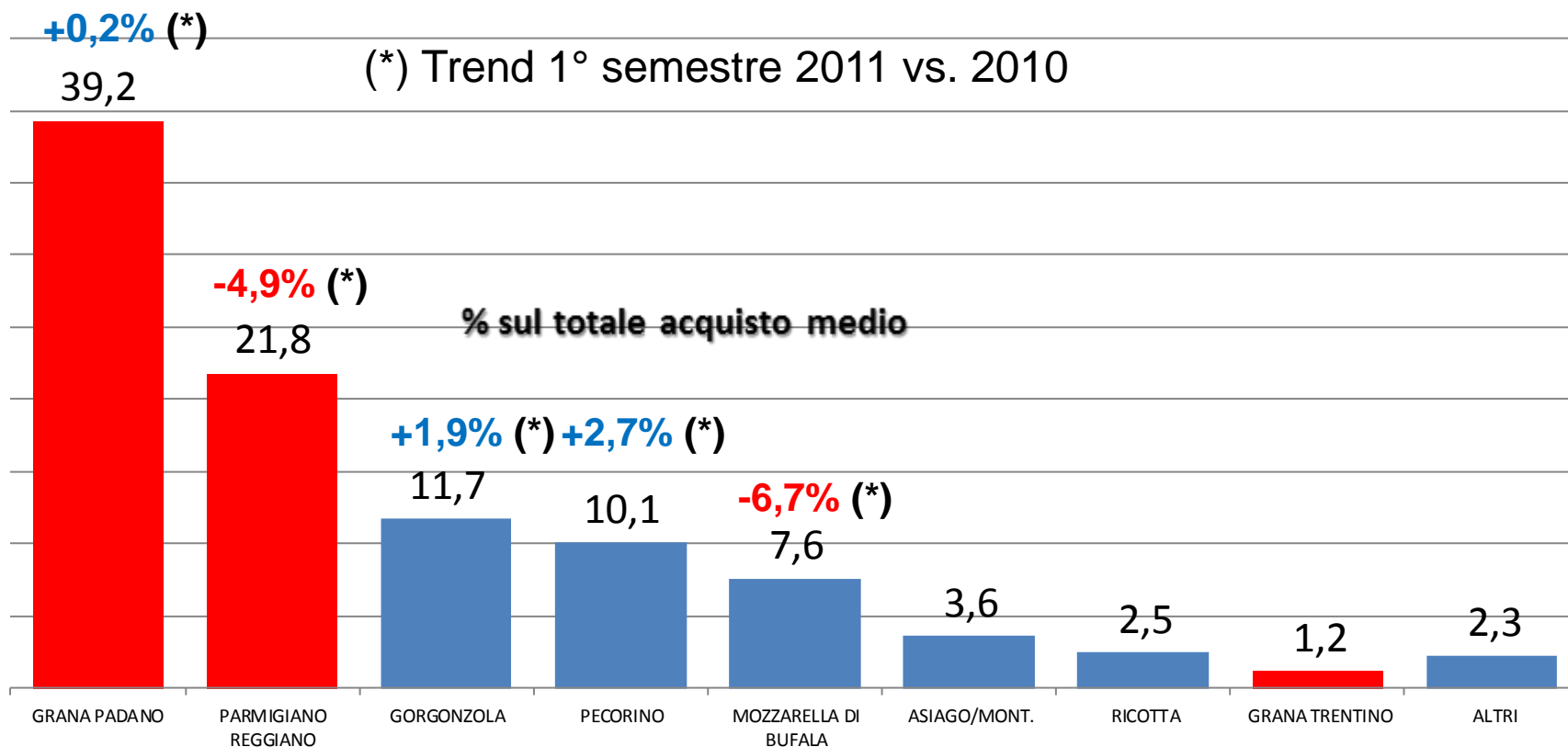


**Famiglie acquirenti:** 23,6 milioni = 99% delle famiglie italiane  
**Acquisto medio:** 11,5 kg  
**Spesa media familiare:** 127,16 euro  
**Frequenza d'acquisto:** 20,9 atti = uno ogni 17,5 gg

# I Formaggi DOP: La composizione degli acquisti familiari

9

Acquisto medio familiare = kg. 11,5 di cui:



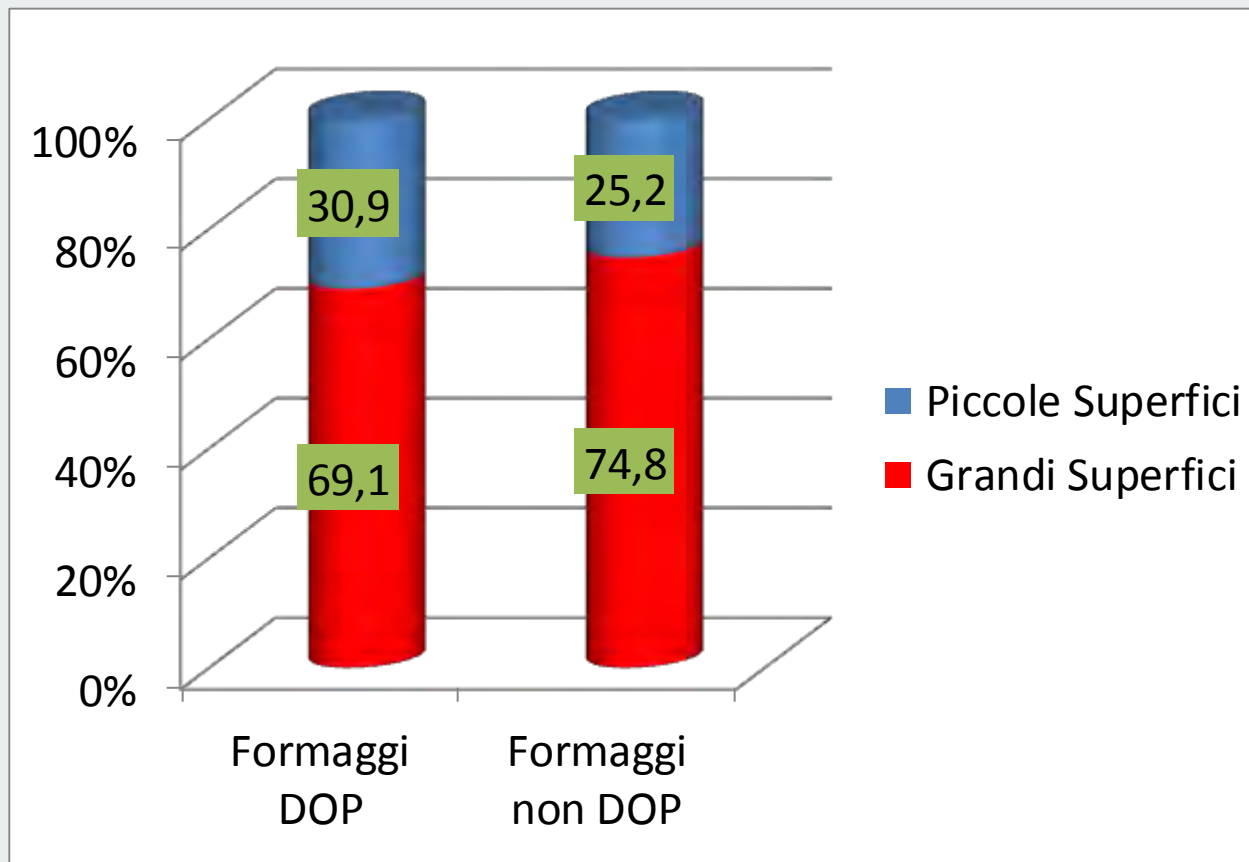
**Formaggi Duri: 62,2% del totale acquisto medio**



# L'evoluzione distributiva: il canale tradizionale ha un peso rilevante

10

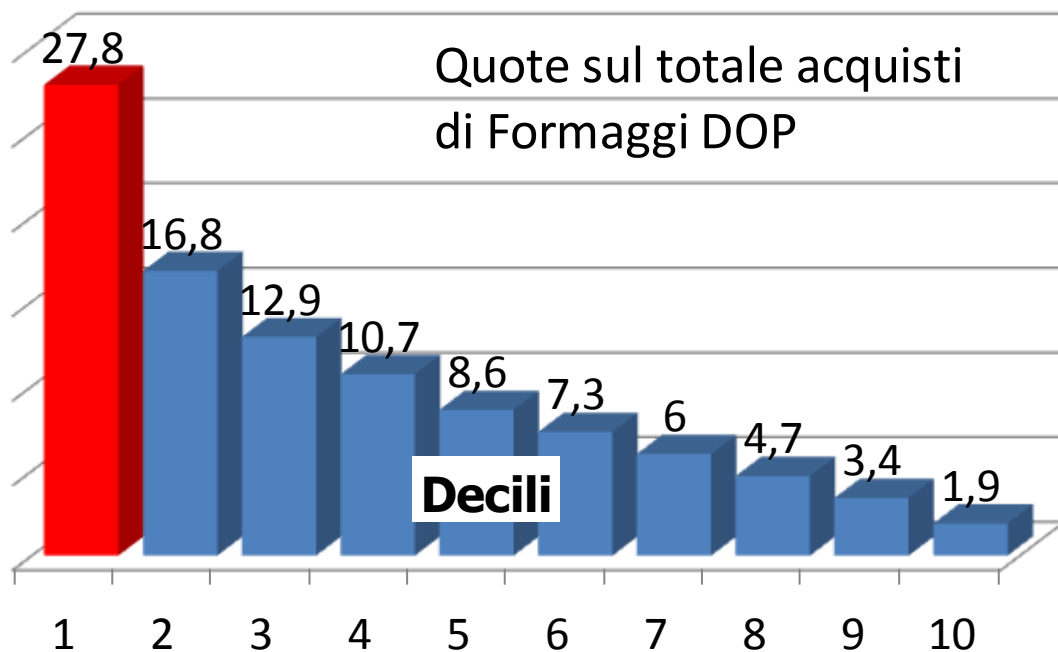
Quote a volume sul totale acquisti



**(\*) Ipermercati, Supermercati e Discount**

# Formaggi DOP e Acquirenti DOP: Chi sono? Quanto comprano? Cosa comprano?

Il primo **10% delle famiglie acquirenti** (= 2,4 mio) acquista il **27,8%** del totale volume di Formaggi DOP: esse sono a loro volta le **famiglie DOP**.



## Le famiglie DOP

- comprano circa il **triplo della media** degli acquisti di Formaggi DOP (29,9 kg vs. 11,5)
- con una **frequenza d'acquisto doppia**: 46 volte all'anno vs. 21 di media.

# Formaggi DOP e Acquirenti DOP: Chi sono? Quanto comprano? Cosa comprano?

12

Le **Famiglie DOP** sono grandi consumatrici di tutti i tipi di formaggio:

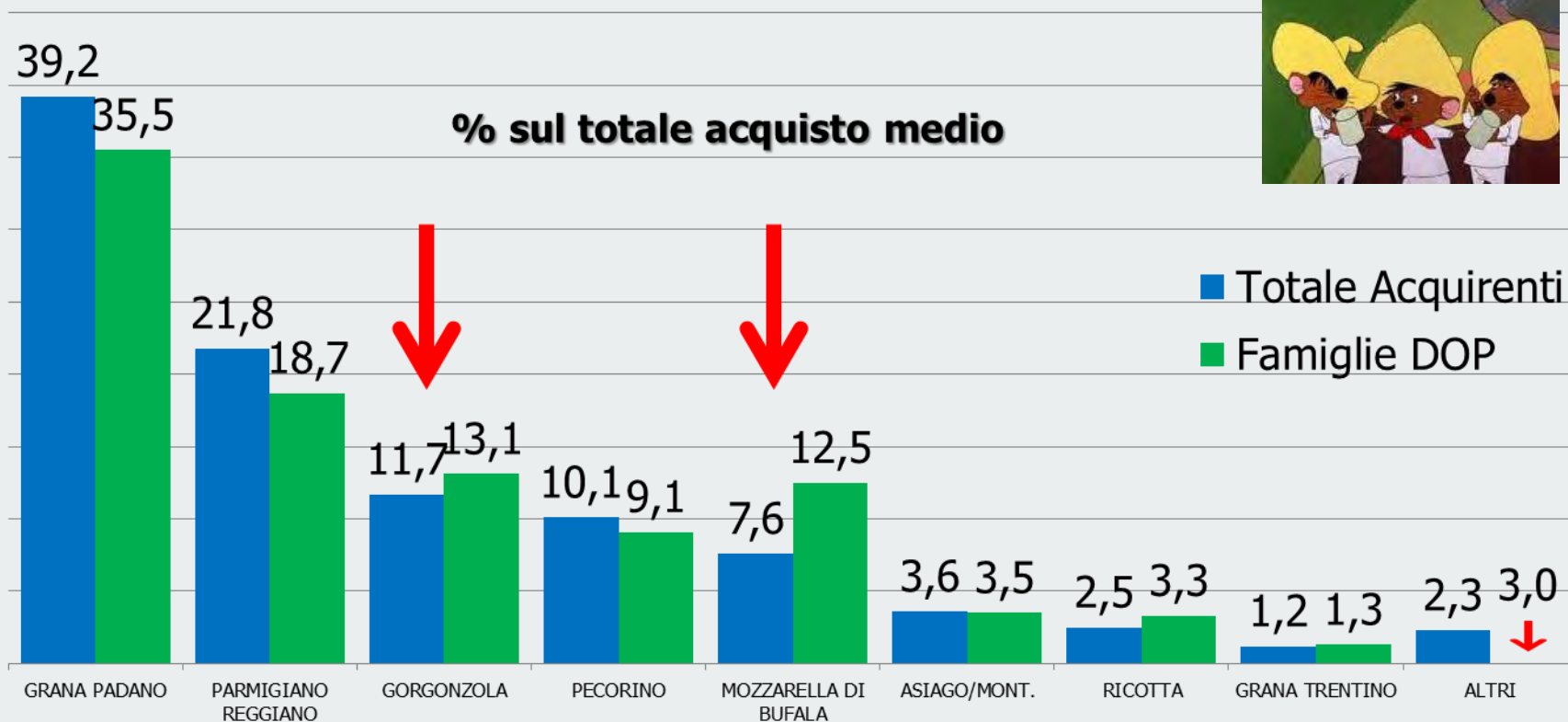
- il loro acquisto medio è il doppio della media italiana, **80,7 kg. Vs 40,6**;
- analogamente la spesa media è molto elevata: **766,74 euro** vs. 360,16 euro della media italiana;
- hanno una frequenza d'acquisto doppia: **146 volte all'anno** vs. 89 atti della media italiana, un acquisto circa ogni **2,5 giorni**;
- i Formaggi DOP sono il **37%** dei loro consumi complessivi di Formaggio



# Formaggi DOP e Acquirenti DOP: Chi sono? Quanto comprano? Cosa comprano?

13

Acquisto medio familiare = kg. 11,5 di cui:



# Formaggi DOP e Acquirenti DOP: Chi sono? Quanto comprano? Cosa comprano?

14

Le caratteristiche sociodemografiche della tipica **Famiglia DOP** sono:

- Residenza al Nord Ovest in centri piccoli
- Famiglia numerosa,
- Responsabile acquisti > 45 anni,
- Classe socioeconomica non elevata.



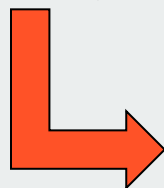
# Formaggi DOP e tendenze alimentari

## Quali prospettive?

1. La tavola al centro: gli italiani si ritengono buongustai, il cibo significa gioia e piacere;
2. Il paradigma verde: frutta e verdura al centro, 1 italiano su 7 ha ridotto il consumo di carne, 1 su 5 consuma prodotti bio
3. La scansione dei pasti: il pranzo è il momento principale, aumentano secondi piatti e piatti unici
4. Il piacere del pasto: più tempo dedicato (35 min., + 5 negli ultimi anni), più convivialità, il tempo a tavola è relax
5. La nuova frontiera: 1 italiano su 3 apprezza cibi stranieri, 1 su 4 ha provato ristoranti stranieri;
6. Consapevolezza e salute: la dieta mediterranea al centro
7. Ritorno al territorio: vendita diretta, mercati rionali e/o ambulanti, no ai prodotti che arrivano da lontano.



15



**Le tendenze alimentari di oggi si sposano con il consumo dei Formaggi DOP: una buona base per un ulteriore sviluppo dei consumi**



GfK

***I CONSUMI FAMILIARI DI FORMAGGI DOP***

***Bra, 18 settembre 2011***

***GRAZIE PER L'ATTENZIONE!***