

CATALINA®

+



Retail Institute
ITALY

2 Febbraio 2021

Analisi di Categoria: LE FARINE



Periodo dell'analisi:

- Mar-Mag '20 vs Mar-Mag '19
- Ott-Dic '20 vs Ott-Dic '19

Struttura dell'analisi

Andamento della categoria

- Trend mensile 2020 vs 2019

Evoluzione del parco acquirenti

(Mar-Mag '20 vs Mar-Mag '19 / Ott-Dic '20 vs Ott-Dic '19)

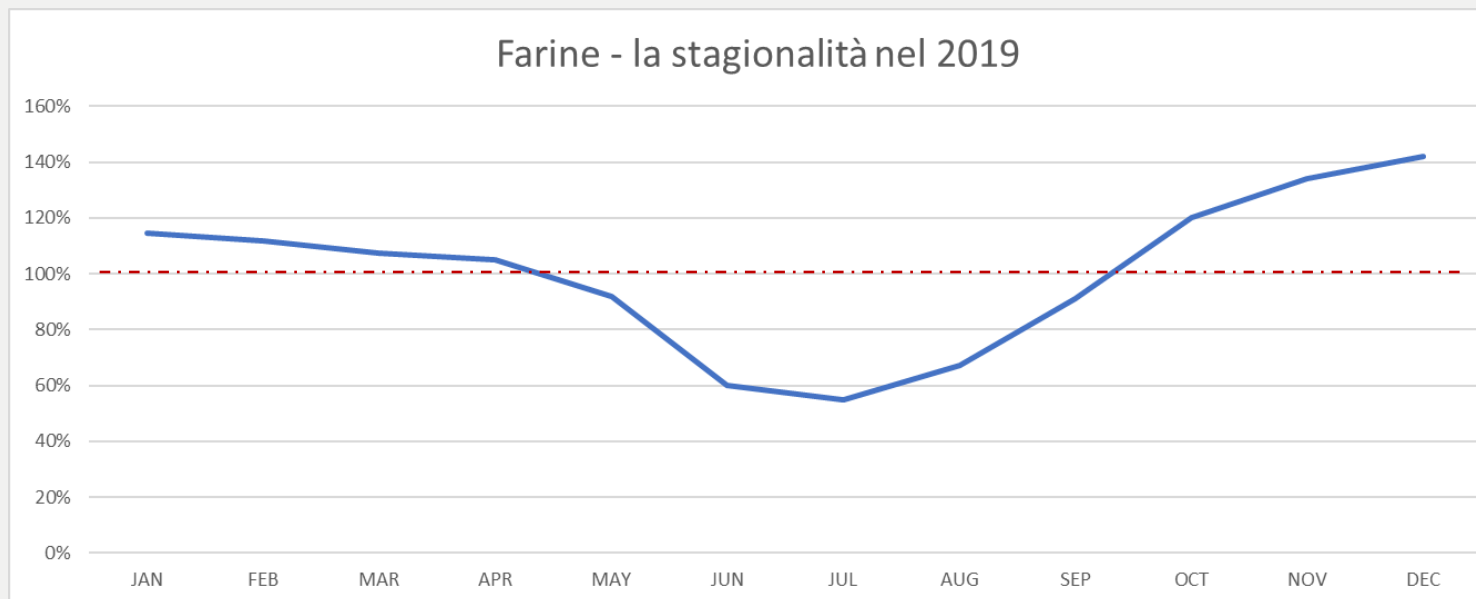
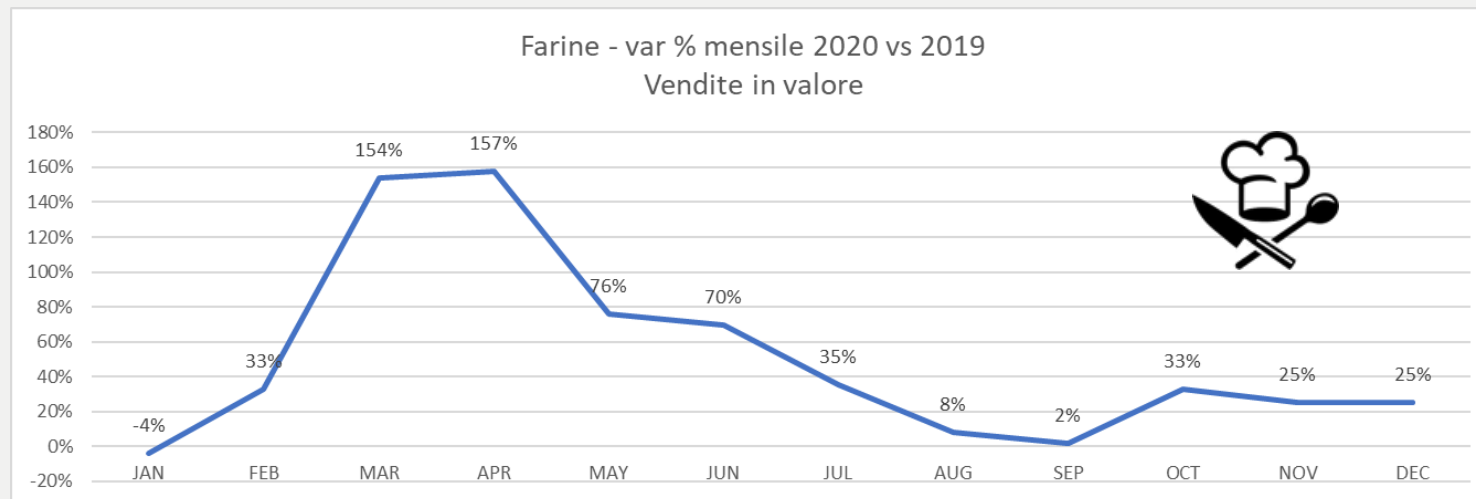
- Analisi dei principali KPI's d'acquisto
- Analisi di flusso: nuovi/persi/stabili

Analisi di Categoria: LE FARINE

Esplosione della categoria durante il 1° lockdown → *aumento acquisti e stoccaggio.*

Il trend positivo prosegue anche nei mesi di bassa stagionalità e rimane negli ultimi mesi dell'anno → l'effetto **FATTO IN CASA** diventa una costante

Trend della categoria



Analisi di Categoria: LE FARINE

La grande crescita della categoria è trainata sia dall'evoluzione del parco acquirenti che dall'effettivo acquisto (e quindi consumo).

Il fenomeno è guidato da maggiori atti di acquisto (FREQUENZA) ed anche dalle maggiori quantità acquistate nella stessa transazione (EFFETTO STOCK).

Evoluzione dei KPI's d'acquisto

Var % vs periodo corrispondente	MAR-MAG '20 vs MAR-MAG '19	OTT-DIC '20 vs OTT-DIC '19
Volumi in unità	122%	28%
Shoppers	50%	10%
Acquisto medio	61%	19%
Frequenza d'acquisto	30%	9%
Acquisto medio per atto	24%	9%

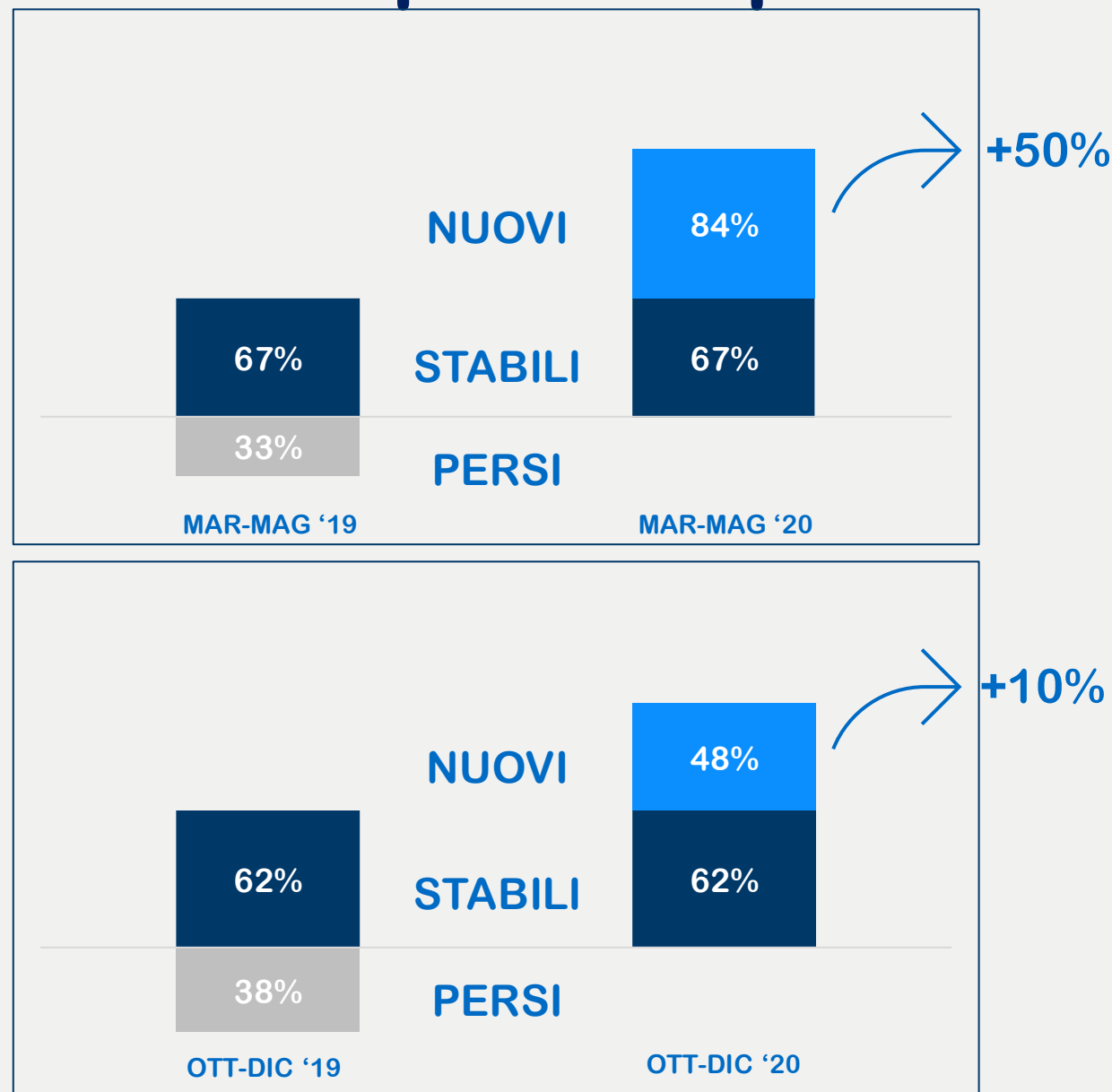


La crescita, se pur in modo più contenuto, si mantiene anche nell'ultimo quarter del 2020. La dinamica del FATTO IN CASA si mantiene.

Analisi di Categoria: LE FARINE

Analizzando la rotazione del parco acquirenti notiamo una componente molto importante degli acquirenti NUOVI, che non acquistavano la categoria nel trimestre dell'anno precedente; effetto che si protrae anche nell'ultimo quarter dell'anno.

Il flusso del parco acquirenti



Analisi di Categoria: LE FARINE

Sono lo zoccolo duro della categoria, coloro che acquistano con regolarità nei 2 periodi.

La crescita dei volumi è spiegata principalmente dalla frequenza d'acquisto.

Maggiori occasioni di consumo del FATTO IN CASA, maggiori occasioni di acquisto.

Evoluzione degli STABILI

<i>STABILI</i>	MAR-MAG '19	MAR-MAG '20	var. %
Acquisto medio	3,5	6,0	71%
Frequenza d'acquisto	2,8	4,2	50%
Acquisto medio per atto	1,3	1,4	8%

<i>STABILI</i>	OTT-DIC '19	OTT-DIC '20	var. %
Acquisto medio	3,8	4,7	24%
Frequenza d'acquisto	3	3,6	20%
Acquisto medio per atto	1,3	1,3	4%

Analisi di Categoria: LE FARINE

La potenzialità d'acquisto dei NUOVI acquirenti non è ancora al livello degli shopper continuativi, ma è significativa.

L'elemento trainante è la frequenza di acquisto.

L'occasione del «cucinare a casa» crea la necessità d'acquisto.

I KPI's d'acquisto dei NUOVI

<i>NUOVI vs STABILI</i>	STABILI MAR-MAG '20	NUOVI MAR-MAG '20
Acquisto medio	6,0	3,7
Frequenza d'acquisto	4,2	2,6
Acquisto medio per atto	1,4	1,4

<i>NUOVI vs STABILI</i>	STABILI OTT-DIC '19	NUOVI OTT-DIC '20
Acquisto medio	3,8	2,5
Frequenza d'acquisto	3,0	2,0
Acquisto medio per atto	1,3	1,3

CATALINA[®]