

SCHEDA MERCATO

Dimensione / Trend del mercato - Olio di oliva

Vendite a volume (l)	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	var. %	Vendite a valore (euro)	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	var. %
	Allocazione geografica (% su vendite totali a valore)				Area 1	Area 2	Area 3
Allocazione per tipologia punto di vendita (% sulle vendite totali a valore)							
Iper	Super	Libero servizio	Discount	Specialisti drug	Tradizionali		

Dimensione / Trend del mercato - Olio di oliva vergine ed extravergine

Vendite a volume (l)	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	var. %	Vendite a valore (euro)	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	var. %
	Allocazione geografica (% su vendite totali a valore)				Area 1	Area 2	Area 3
Allocazione per tipologia punto di vendita (% sulle vendite totali a valore)							
Iper	Super	Libero servizio	Discount	Specialisti drug	Tradizionali		

Fonte: Nielsen Trade*Mis

Prezzo medio (euro/l)

Olio di oliva vergine ed extravergine				Olio di oliva			
	a.t. 25/02/18	a.t. 24/02/19	var. %		a.t. 25/02/18	a.t. 24/02/19	var. %
Totale Italia							
Ipermercati							
Supermercati							
Libero servizio							
Discount							
Specialisti drug							

La quota di promozione (in %)

Olio di oliva vergine ed extravergine			Olio di oliva	
	a.t. 25/02/18	a.t. 24/02/19	a.t. 25/02/18	a.t. 24/02/19
Totale Italia				
Ipermercati				
Supermercati				
Libero servizio				
Discount				
Specialisti drug				

Il n° medio di referenze (in unità)

Olio di oliva vergine ed extravergine			Olio di oliva	
	a.t. 25/02/18	a.t. 24/02/19	a.t. 25/02/18	a.t. 24/02/19
Totale Italia				
Ipermercati				
Supermercati				
Libero servizio				
Discount				
Specialisti drug				

Investimenti pubblicitari 2018 (in euro)

Olio di oliva

Fonte: Nielsen Trade*Mis

Olii a marchio del distributore - Quote % di mercato

	Quota in volume			Quota in valore		
	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %
Olio di oliva						
Olio di oliva vergine ed extravergine						
Olio di arachidi						
Olio di girasole						

Fonte: PLMA