

SCHEDA MERCATO

Dimensione / Trend del mercato - Piatti pronti primi

Vendite a volume (in unità)	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 - Piatti pronti insalate/contorni

Vendite a volume (in unità)	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/unità)

	Piatti pronti primi			Piatti pronti insalate/contorni		
	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	var. %	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	var. %
Totale Italia						
Ipermercati						
Supermercati						
Libero servizio						
Discount						

La pressione promozionale

	Piatti pronti primi		Piatti pronti insalate/contorni	
	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19
Totale Italia				
Ipermercati				
Supermercati				
Libero servizio				
Discount				

Unità di riferimento di referenze (in kg)

	Piatti pronti		Insalate e contorni pronti	
	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19	a.t. 25/2/18	a.t. 24/2/19
Totale Italia				
Ipermercati				
Supermercati				
Libero servizio				
Discount				

Investimenti pubblicitari 2018 (in euro)

Preparati / piatti pronti linea	
Sughi pronti	
Torte pronte	
Altri piatti pronti	

Fonte: Nielsen Trade*Mis

Piatti pronti a marchio del distributore - Quote % di mercato

	Quota in volume			Quota in valore		
	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %
Piatti pronti confezionati						
Piatti pronti secondi						
Piatti pronti primi						
Insalate pronte						
Zuppe pronte						

Fonte: PLMA