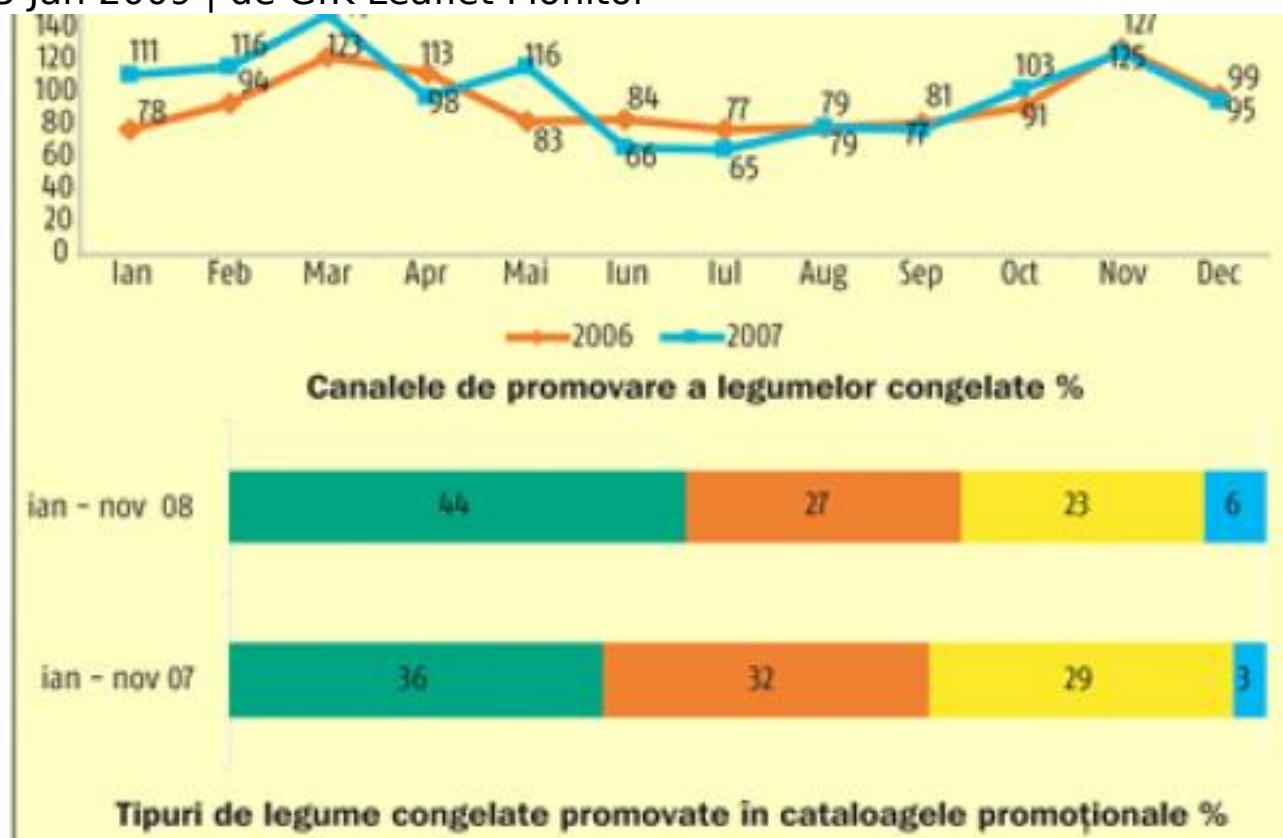


Prezenta activa a legumelor congelate, in cataloagele promotionale

15 Jan 2009 | de GfK Leaflet Monitor



[1]

Legumele si fructele au avut, in ultimii trei ani, o pondere de 12-13 procente in cadrul produselor alimentare, valoare comparabila cu a lactatelor si a produselor de bacanie, dar mai mica decat a produselor din carne si a bauturilor, conform GfK Leaflet Monitor.

Desi poate ne-am astepta ca legumele proaspete sa fie cel mai mult prezente in cataloagele promotionale, ponderea cea mai mare in totalul legumelor promovate in cataloagele promotionale o au, in ultimii trei ani, legumele conserve - aproximativ jumatate. Trendul este constant in cei trei ani analizati, legumele proaspete ramanand la 30% din aparitiile legumelor in plante, iar legumele congelate la aproximativ 20 de procente.

specifica. Astfel, perioada octombrie - aprilie beneficiaza de o promovare mai accentuata a acestei categorii de produse, in timp ce in luniile de vara numarul de aparitii in plantele retailerilor scade simtitor. Din punctul de vedere al canalelor de retail, legumele congelate sunt cel mai mult promovate in hypermarketuri, care sunt urmate de magazinele cash&carry si apoi de supermarketuri si discounteri. Fata de 2007, structura promovarii legumelor congelate pe canale de retail s-a modificat, constantandu-se o crestere semnificativa a hypermarketurilor (cu 8 procente) in detrimentul magazinelor cash&carry si al supermarketurilor.

Categoriile de legume congelate promovate cel mai mult sunt amestecurile (aproximativ o treime), care sunt urmate de mazarea congelata, cartofii congelati, fasolea congelata si spanacul congelat. Aceasta structura ramane neschimbata in ultimii doi ani. Legumele congelate apar cel mai des in cataloagele promotionale la gramaje de 450 si 400 g. Alte gramaje frecvente sunt cele de 2,5 kg si 1 kg. Fata de 2007, in 2008 se observa o scadere a aparitiilor pe ambalaje de 2,5 kg, in paralel cu o crestere a numarului de aparitii pentru ambalajele de 1 kg. Peste 80% din promovarea legumelor congelate are loc in cataloagele „regular“, cele care apar la un interval constant, in timp ce in cataloagele speciale se inregistreaza 18-19 procente din aparitiile legumelor congelate. Un alt fapt care merita mentionat este ca marcile private au acoperit in 2007 13% din totalul inregistrarilor din cataloage pe legume congelate, in timp ce in 2008 acest procent a scazut pana la 9%.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articles/prezenta-activa-legumelor-congelate-cataloagele-promotionale>

Legături

- [1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images//111_focus_studiuGFK_graf.jpg
- [2] http://archive.magazinulprogresiv.ro/beta/web/uploads/media/editia_111/thumbnail/..111_focus_studiuGFK_graf.jpg

