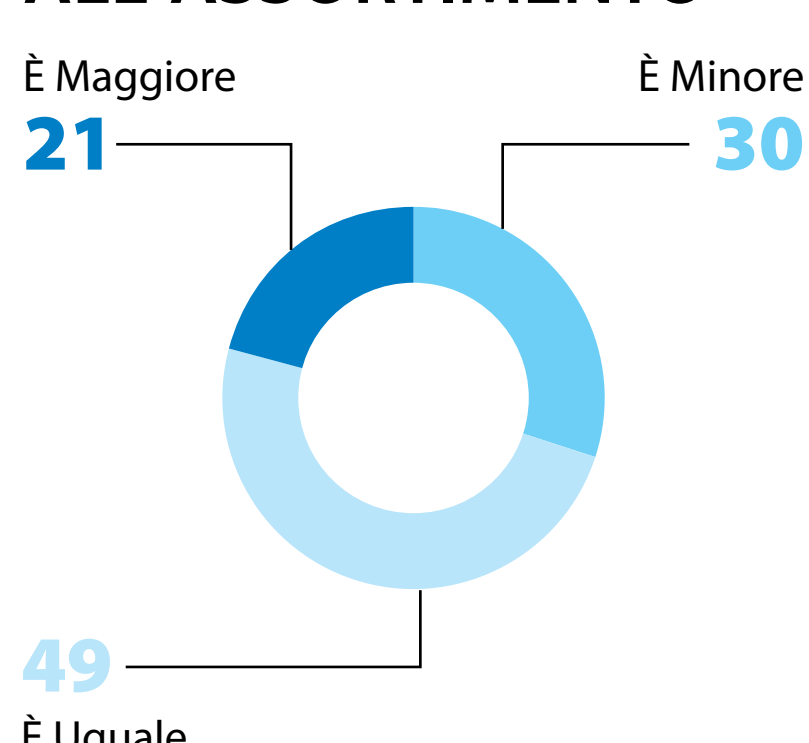




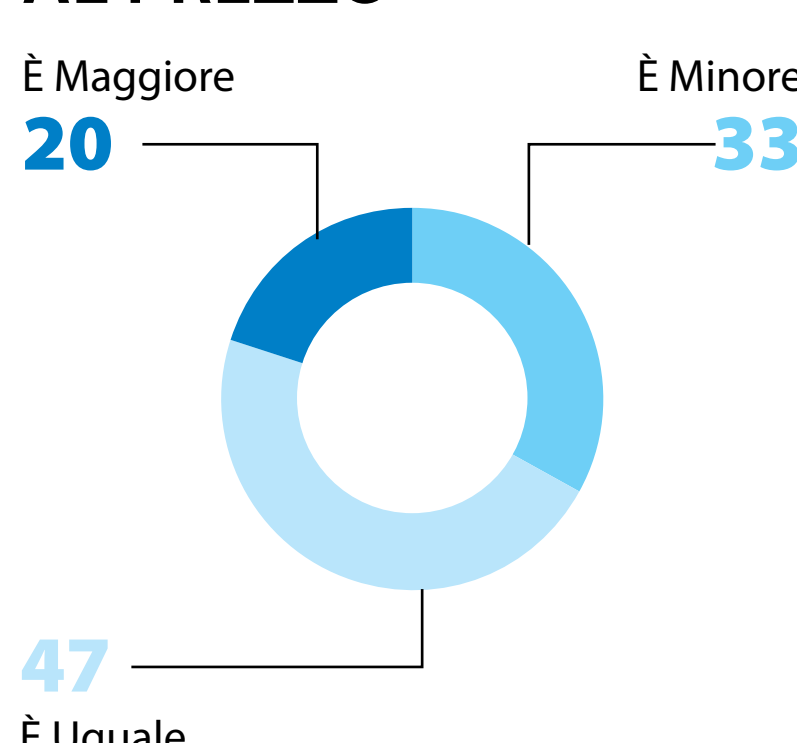
IMPORTANZA DELL'ORIGINE RISPETTO...

Dati Italia in percentuale

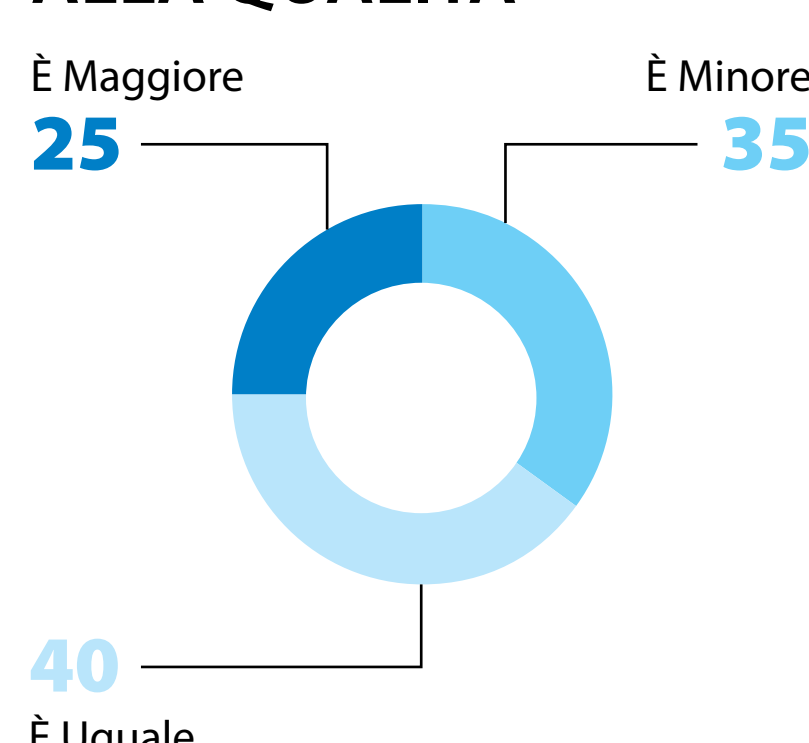
ALL' ASSORTIMENTO



AL PREZZO



ALLA QUALITÀ

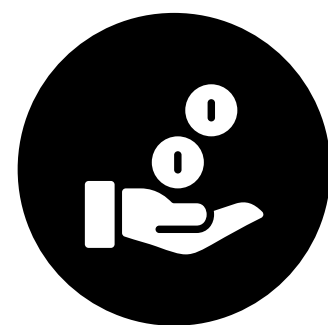


PREFERENZA VERSO L'ORIGINE DEL MARCHIO

Dati Italia in percentuale – Base acquirenti della categoria

● Brand locali ● Brand globali ● L'origine del brand non è importante

Frutta	73	12	15
Verdure	72	12	16
Carne	71	14	15
Pesce	68	14	19
Latte	66	20	14
Verdure / Pomodori in scatola	61	19	20
Gelato	60	20	20
Acqua	54	23	23
Yogurt	52	26	22
Biscotti	48	28	24
Succo di frutta	45	30	26
Latte in polvere per bambini	42	32	26
Omogeneizzati	39	35	27
Caffè / Tè	38	38	25
Patatine / Cracker / Salatini	38	32	30
Cereali per la colazione	36	36	27
Alimenti per animali	35	36	29
Caramelle / Cioccolato	33	35	32
Bevande analcoliche frizzanti	31	40	30
Lozioni per le mani / il corpo	27	41	32
Pannolini per bambini	26	44	31
Abbigliamento / Calzature	25	37	38
Detergente per le mani / il corpo	24	42	34
Cosmetici	24	51	26
Shampoo / Balsamo	23	47	30
Detersivo per la lavatrice	23	45	32
Dentifricio	23	47	30
Detergenti multiuso per la casa	23	42	35
Deodorante	23	48	30
Lamette e rasoi	21	44	36
Automobili	16	58	27
Televisori	13	63	24
Apparecchiature foto / video	12	62	26
Telefoni cellulari	12	63	25
PC / Computer portatili	11	65	24



ASPETTO PIÙ IMPORTANTE CHE INFLUENZA L'ACQUISTO DI UN BRAND

Dati Italia in percentuale | TOP 10

● Brand locali ● Brand globali

Migliore rapporto prezzo / qualità	38	45
I vantaggi del prodotto sono migliori	30	18
Ingredienti e preparazione più sicuri	29	24
Le promozioni	26	38
Positiva esperienza precedente con il prodotto	24	28
Offre opzioni biologiche / del tutto naturali	14	10
Offre valori nutritivi migliori nel complesso	14	11
Orgoglio nazionale	13	11
Offre opzioni ecologiche / sostenibili	11	9
È disponibile in una gamma di sapori / varianti più vasta	6	14