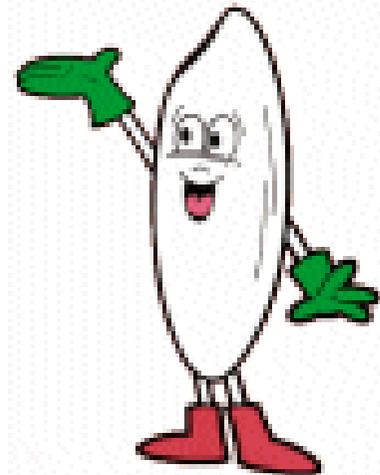


nielsen

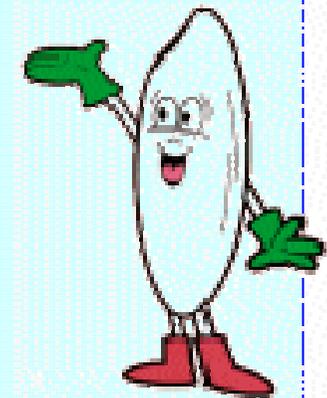
Riso, il re dei cereali



Obiettivo

Studiare il comportamento d'acquisto del riso in Italia in relazione al prezzo e all'organizzazione dello scaffale

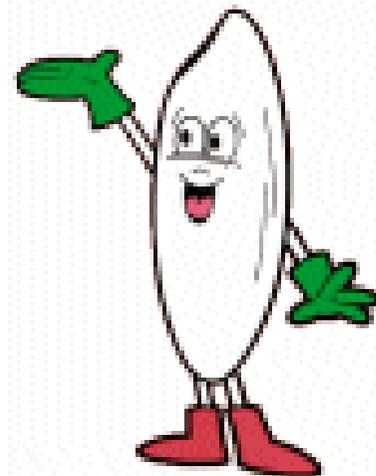
- **Metodologia: Enquiry 17000**
- **Andamento in trend del mercato del riso in Italia**
 - Trend penetrazione familiare vs 2007 → Totale Mercato
 - Trend penetrazione familiare vs 2007 → Categoria Normale, Parboiled, Integrale
 - Trend penetrazioni e volumi vs 2007 → Varietà di riso
- **Acquirenti di Riso in Italia – Sez. FAMILIARE**
 - Driver d'acquisto e profilo acquirenti
 - Penetrazione prodotti a base di riso
 - Comportamenti d'acquisto → Programmazione vs Impulso vs Acquisto solo in promo
 - Osservatorio prezzi: Gli acquirenti hanno percepito un aumento del prezzo del riso?
 - Osservatorio prezzi: Contenuto, Equo o Eccessivo?
 - Osservatorio Prezzi: Il prezzo varia troppo a seconda della varietà e marca?
 - Osservatorio qualità: Giudizio sulla qualità del riso di marca privata
 - Osservatorio qualità: destinazioni d'uso del riso di marca industriale
 - Quale riso vale 2 euro in più?
- **Lo scaffale del riso in Italia – Sez. FAMILIARE**
 - Canali d'acquisto
 - Giudizio scaffale per Insegna
 - Caratteristiche degli scaffali per Insegna
 - Driver di scelta davanti allo scaffale
 - Organizzazione e layout dello scaffale Ideale di super/iper



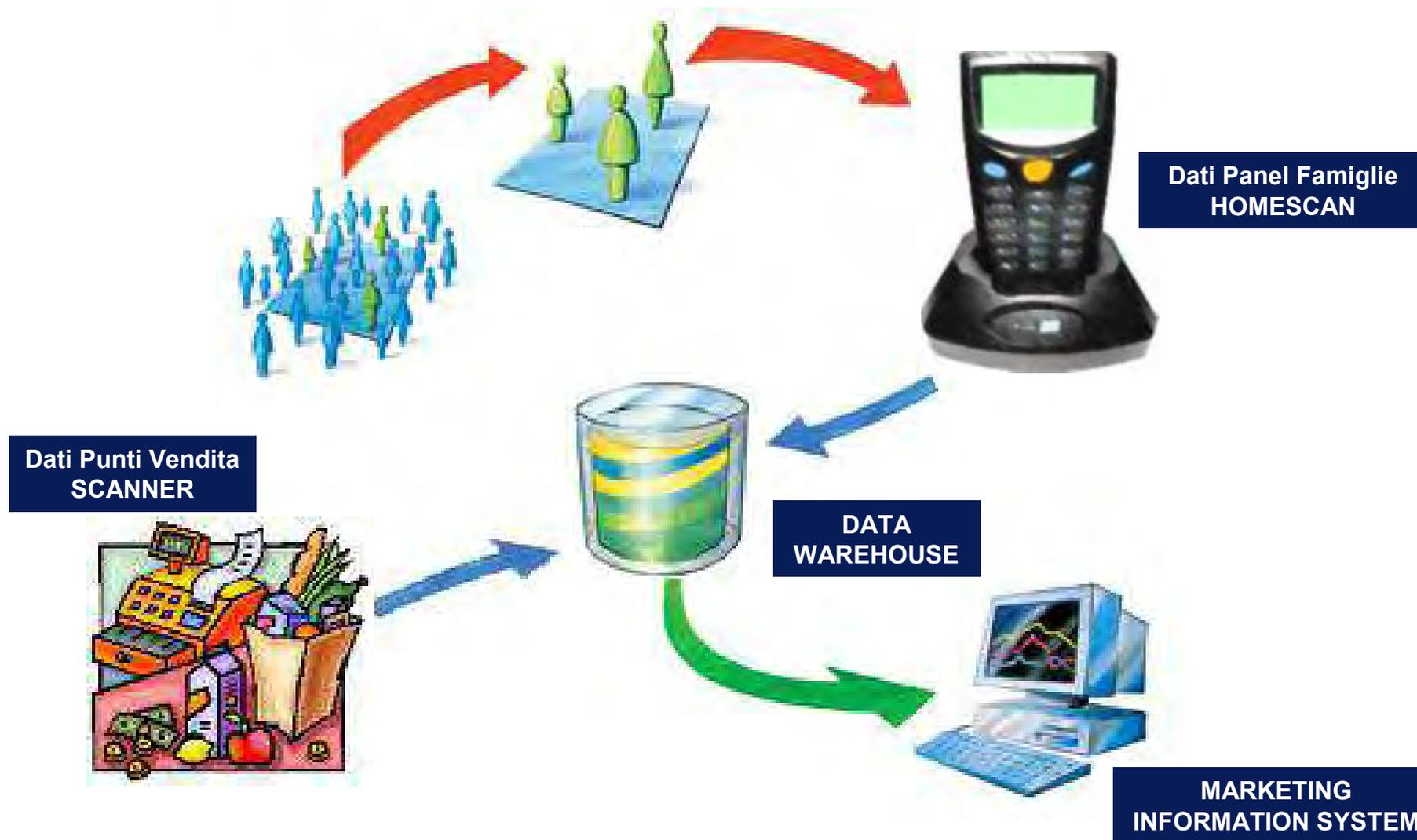
Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company



Metodologia e campione Nielsen



The Bigger Picture nielsen Data Value Chain



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen
.....



Il mercato del Riso in Italia

Page 4

Strumento: Panel Homescan Nielsen

Nielsen Homescan è un panel continuativo di **9000 famiglie** a rappresentatività nazionale, allocato in modo proporzionale al territorio (in circa 2000 comuni).



Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

L'OGGETTO DI OSSERVAZIONE E' L'ACQUISTO FAMILIARE

Ad ogni atto d' acquisto la famiglia rileva tutti i fatti che ne descrivono il comportamento.

ACNielsen Homescan - Mission

Sistema di rilevazione del comportamento d'acquisto familiare.

La grande quantità di informazioni raccolte descrivono nel dettaglio ogni singolo atto d'acquisto:

L'acquirente

Fonte di acquisto

Quantità acquistata

Lo Scontrino

Prezzo e Promozioni

Data d'acquisto

Chi (profilo sociodemografico e valoriale)

Dove (Canale, Fonte, Insegna, Cedec)

Cosa e Quanto (dettaglio EAN + NOEAN)

Tipologia di Spesa (scomposizione)

Come (prezzo e promozioni percepite)

Quando (periodo, stagionalità, sequenze)

The Bigger Picture **nielsen**

Answering to 5W's

What ?

Chi è il leader? Quali sono le mie quote di mercato?
Quali sono i trend a valore e volume della categoria?



Where ?

Quali retailer rappresentano maggiori opportunità di vendita?
Quali canali di acquisto alternativi utilizzano i nostri consumatori?



When ?

Con che frequenza viene acquistato il prodotto?
Quali sono i picchi di vendita stagionali?
Come migliorare la rotazione dei miei prodotti sullo scaffale?



Who?

Qual è il profilo socio-demo dei miei acquirenti?
Qual è il profilo valoriale degli heavy-consumer?



Why ?

Quali promozioni hanno avuto più successo?
L'acquisto è generalmente pianificato o d'impulso?



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

Page 7

Lo strumento di indagine

> **Panel Views** è un'indagine quantitativa continuativa sulla cultura di consumo degli italiani



effettuata sui **6,000 responsabili acquisto** del consumer Panel Nielsen

ATTRAVERSO UN QUESTIONARIO:

- ✓ **strutturato** (solo domande chiuse)
- ✓ **autocompilato dall'intervistato**
- ✓ **rilevazione: Aprile 2008**

L'universo di riferimento

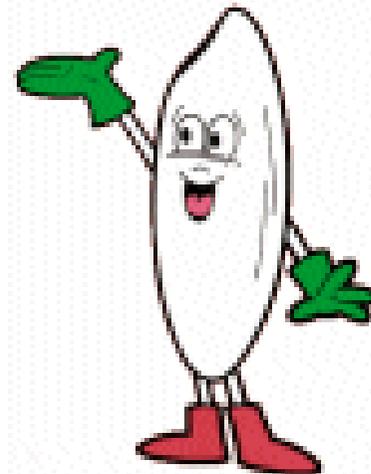
Definizione di famiglia ACNielsen

- ✓ Il Nielsen Homescan rappresenta **22.727 milioni famiglie** di fatto su un totale popolazione di circa **59.255 milioni di individui** censiti in Italia
- ✓ Per **famiglia di fatto** si intende un gruppo di persone residenti che convivono in modo stabile, permettendo di attribuire al nucleo i comportamenti di acquisto (i monocomponenti sono inclusi)
- ✓ **Non sono rappresentati i consumi non familiari** (ospedali, caserme, turisti, stranieri, ecc) **ed i consumi extradomestici** (sia fuori casa che seconda casa)
- ✓ Le informazioni sociodemografiche derivano dalle fonti ufficiali **Istat** ma anche dalle altre principali fonti disponibili (es. Banca d'Italia)

nielsen

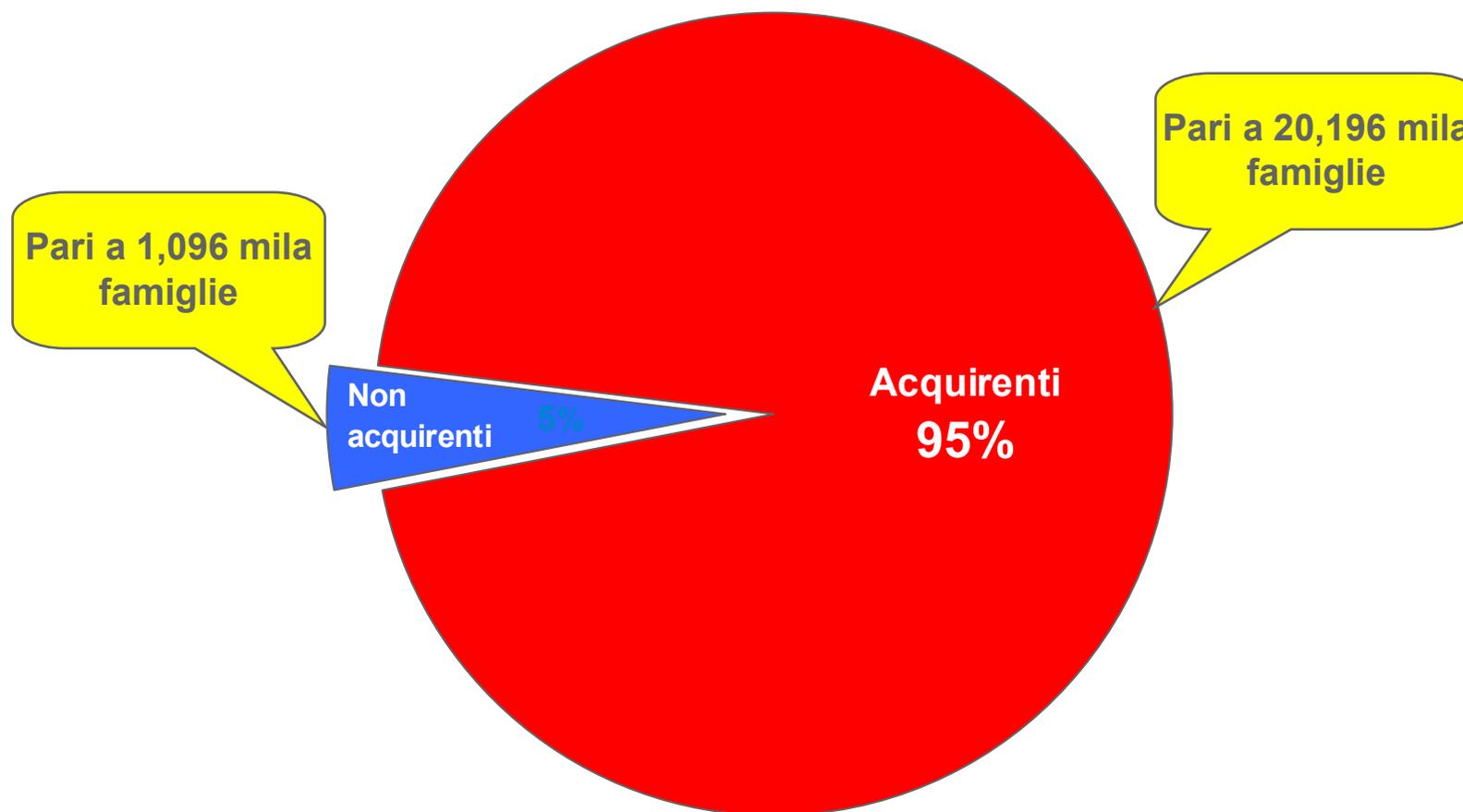


Andamento in Trend del mercato in Italia



Acquirenti di Riso

Periodo di riferimento: ultimo anno



Fonte: Enquiry 17mila— Base: Famiglie Italiane – 21,292 mila

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



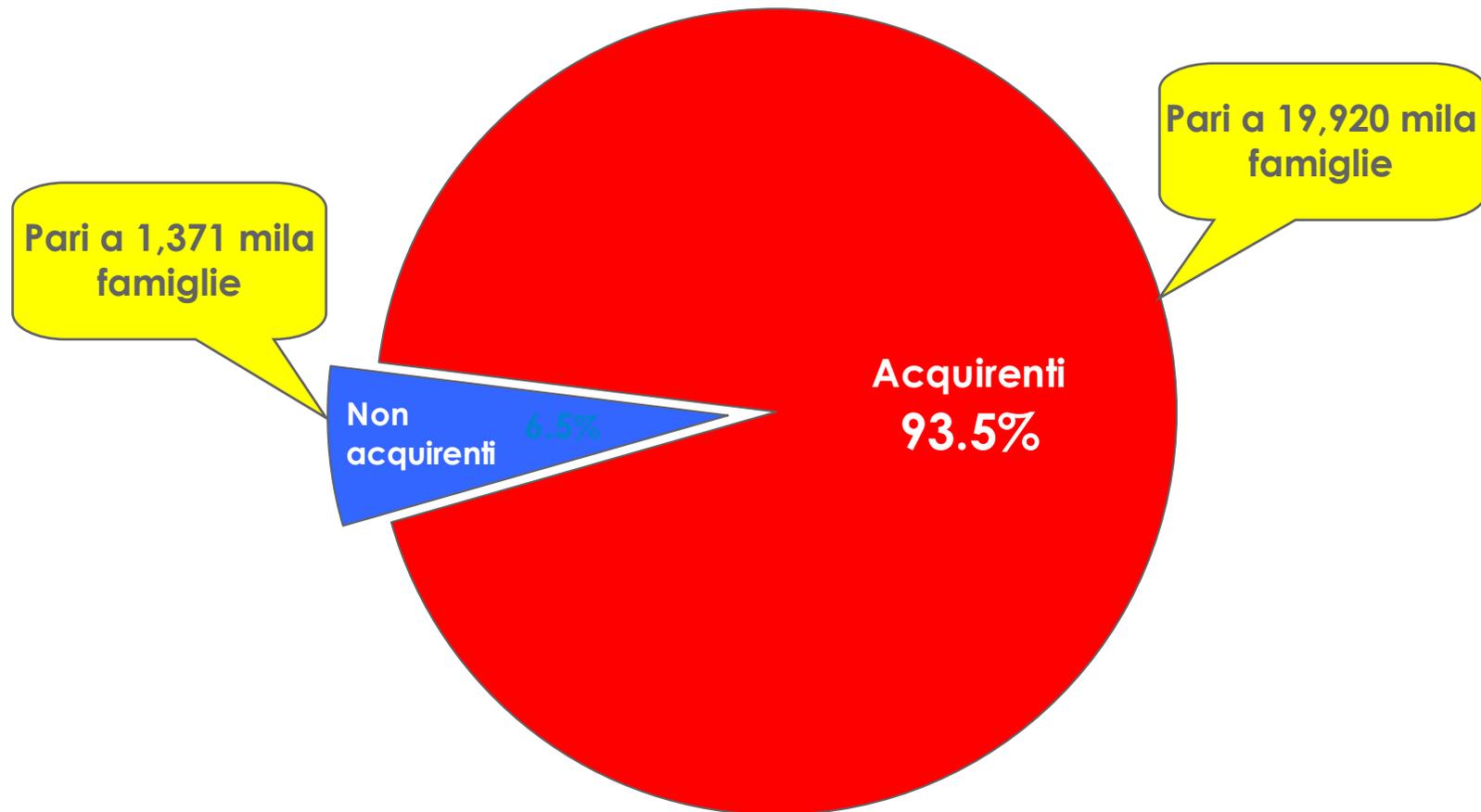
Il mercato del Riso in Italia

Page 11

Acquirenti di Riso

Periodo di riferimento: A.T. Ago 2007

$\Delta 07 / 06 = -1.5\%$



Fonte: Enquiry 17mila- Base: Famiglie Italiane - 21,292 mila

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

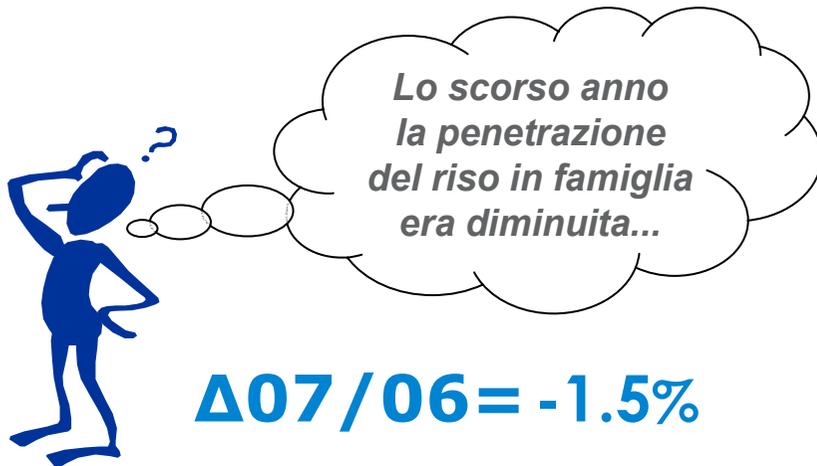


Il mercato del Riso in Italia

Page 12

Acquirenti di Riso

Periodo di riferimento: A.T. Ago 2008



$\Delta 07 / 06 = -1.5\%$

$\Delta 08 / 07 = +0.5\%$

Pari a 1.353 mio famiglie

NON
Acquirenti
6 %



Pari a 21.374 mila famiglie

Base: Famiglie Italiane – 22.727 mila

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

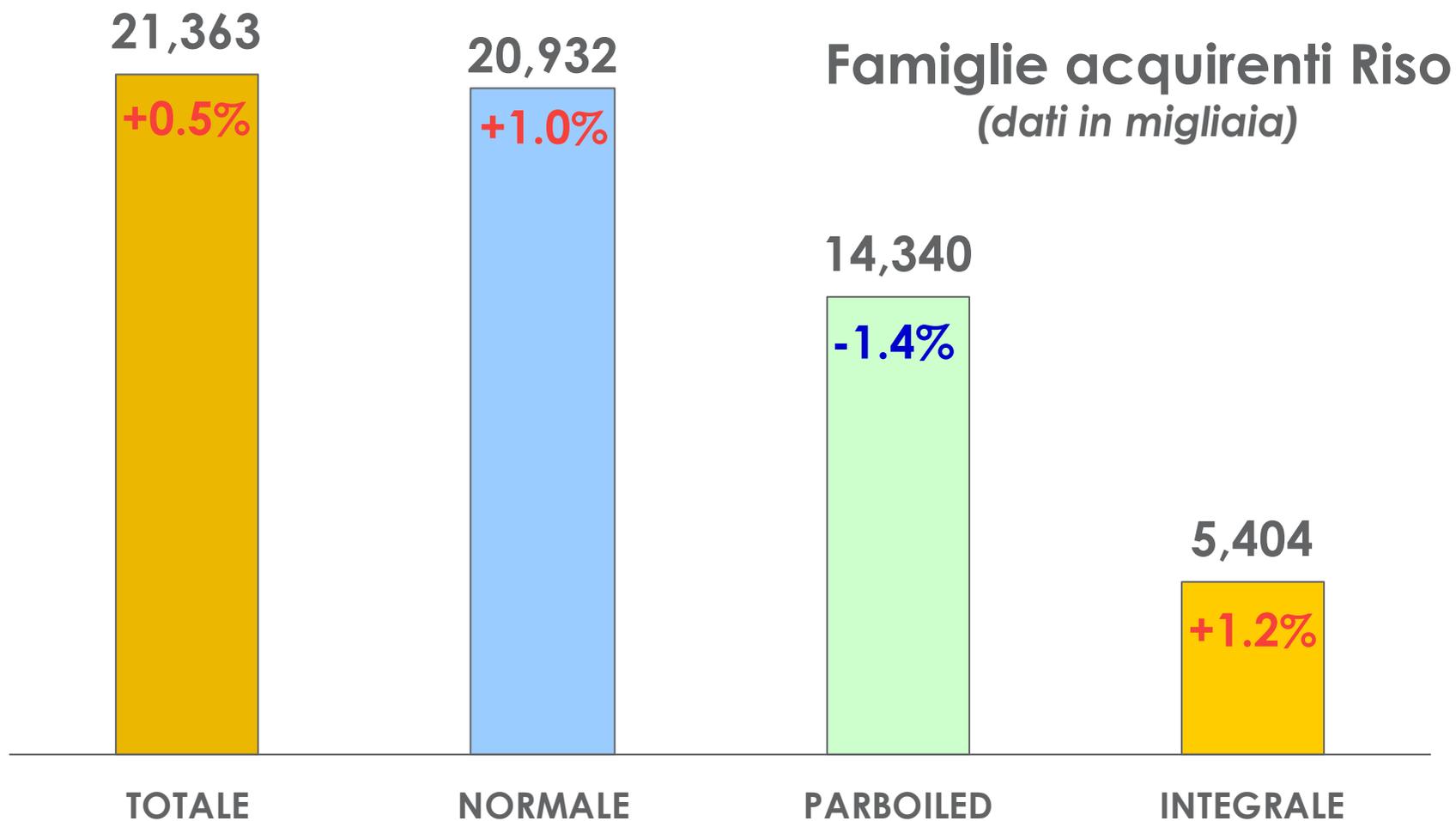


Il mercato del Riso in Italia

Page 13

Penetrazione mercato del Riso

Periodo di riferimento: A.T. Ago 2008



Base: Famiglie Italiane – 22,727 mila

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

Page 14

Le varietà di riso acquistate: penetrazione famiglie e acquisti (dati homescan)

Varietà	Penetrazione FAMIGLIE	Variazione %	Quota VOLUME	Variazione %
RISO RIBE	57.5	-0.3	32.4	-1.0
RISO ARBORIO	45.2	0.0	22.9	4.8
RISO ROMA	24.0	-6.2	9.5	-3.4
RISO ORIGINARIO	18.5	1.4	8.7	5.8
RISO CARNAROLI	18.4	8.7	7.8	19.8
RISO BALDO	14.7	-7.3	4.3	-0.7
RISO S.ANDREA	11.7	-2.4	2.4	2.2
RISO VIALONE NANO	8.2	-4.0	5.6	-1.1
RISO THAIBONNET	4.8	-9.1	1.5	1.0
RISO BASMATI	6.0	19.7	1.7	45.3
RISO INTEGRO	2.6	9.8	0.7	-14.4
RISO EUROPA	1.3	-10.6	0.5	-3.3
RISO ARIETE	1.1	-28.9	0.3	-29.9
RISO PADANO	1.4	-2.9	0.4	-8.1

Base: Famiglie Italiane – 22,727 mila

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

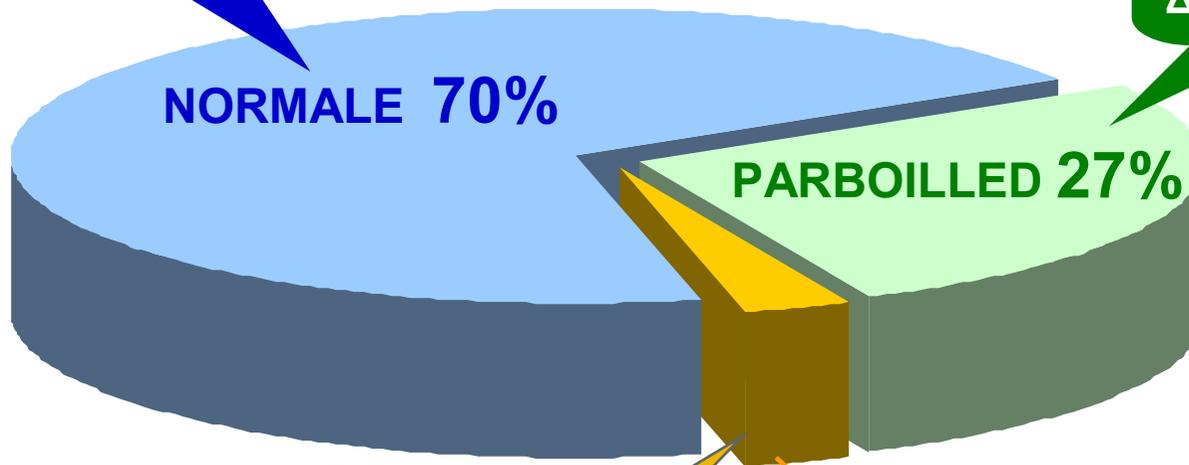
Page 15



Lo scorso anno
i consumi
domestici
erano diminuiti...

$\Delta 07/06 = -5.6\%$

148.473 tons
 $\Delta 07/08 = 1.0\%$



Dimensioni del mercato domestico: 212.105 tons

Periodo di riferimento: A.T. Ago 2008

$\Delta 08/07 = +3.4\%$

57.268 tons
 $\Delta 07/08 = -1.4\%$

6.363 tons
 $\Delta 07/08 = 1.2\%$

INTEGRALE 3%

Base: Famiglie Italiane – 22.727 mila

Confidential & Proprietary

Copyright ©

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

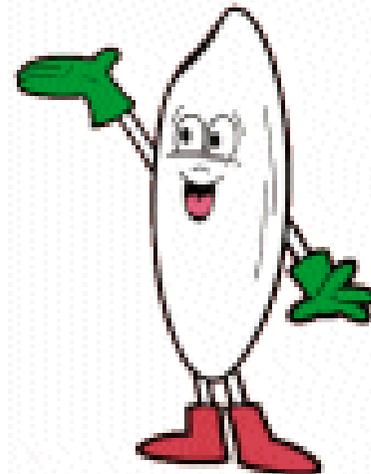
Page 16

nielsen



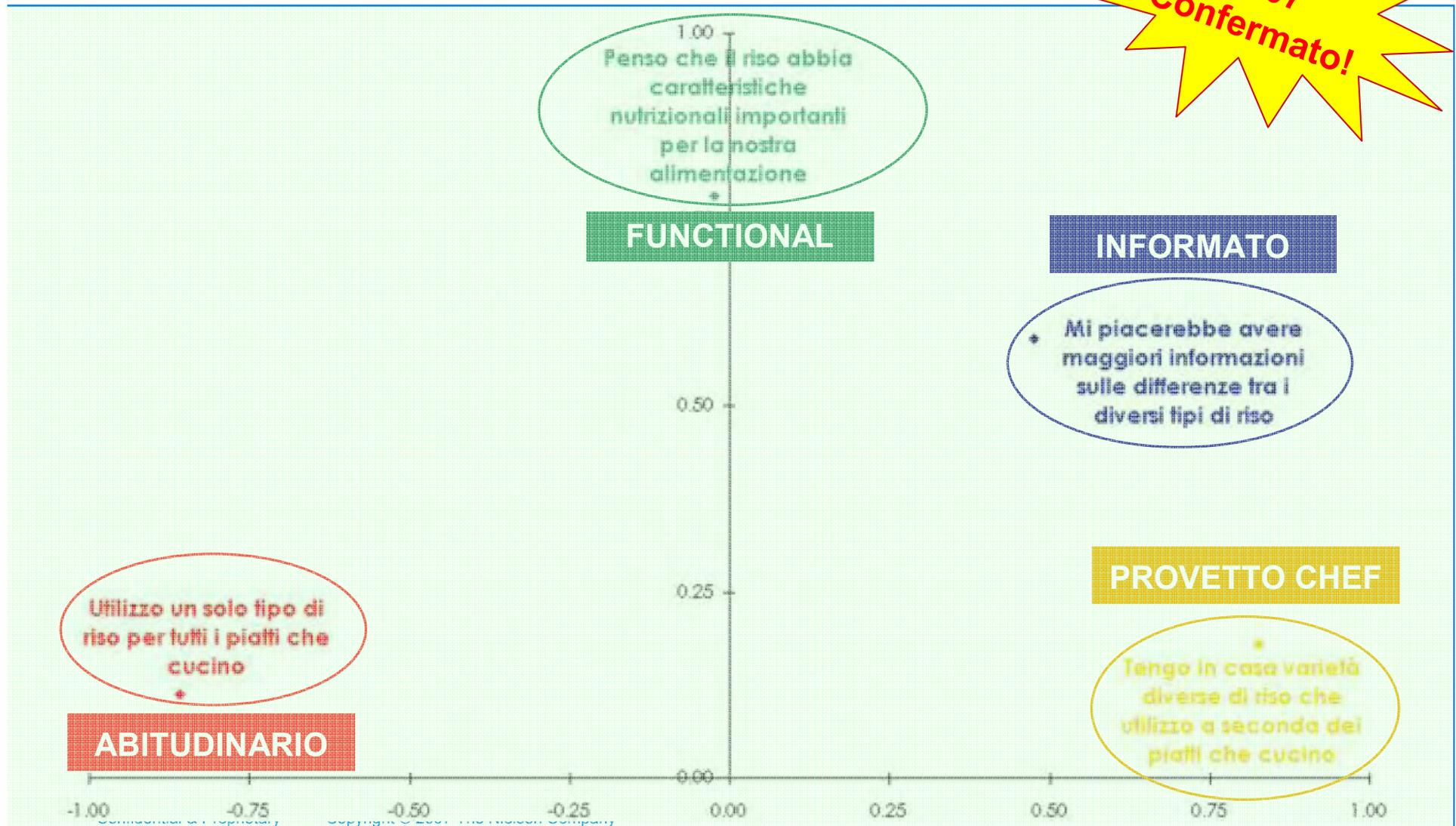
Acquirenti di Riso in Italia

Sezione familiare



Driver d'acquisto

Analisi fattoriale



Driver d'acquisto

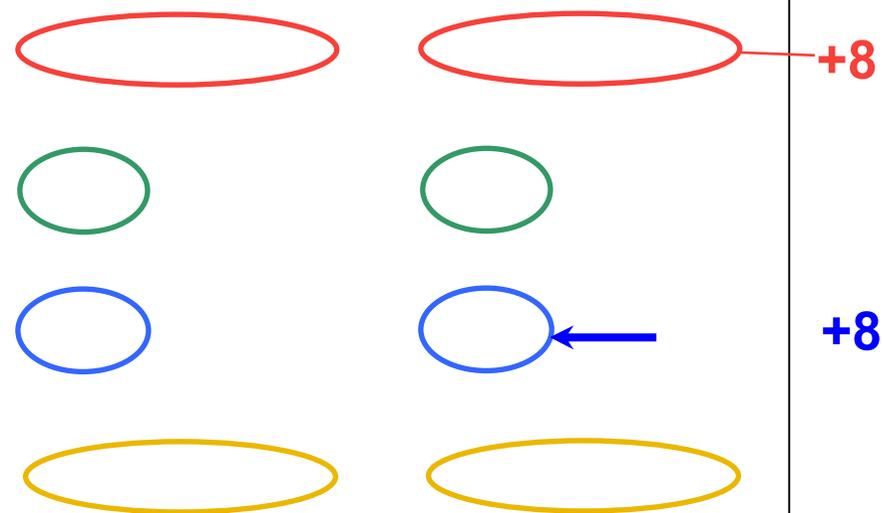
Confronto 2007-2008



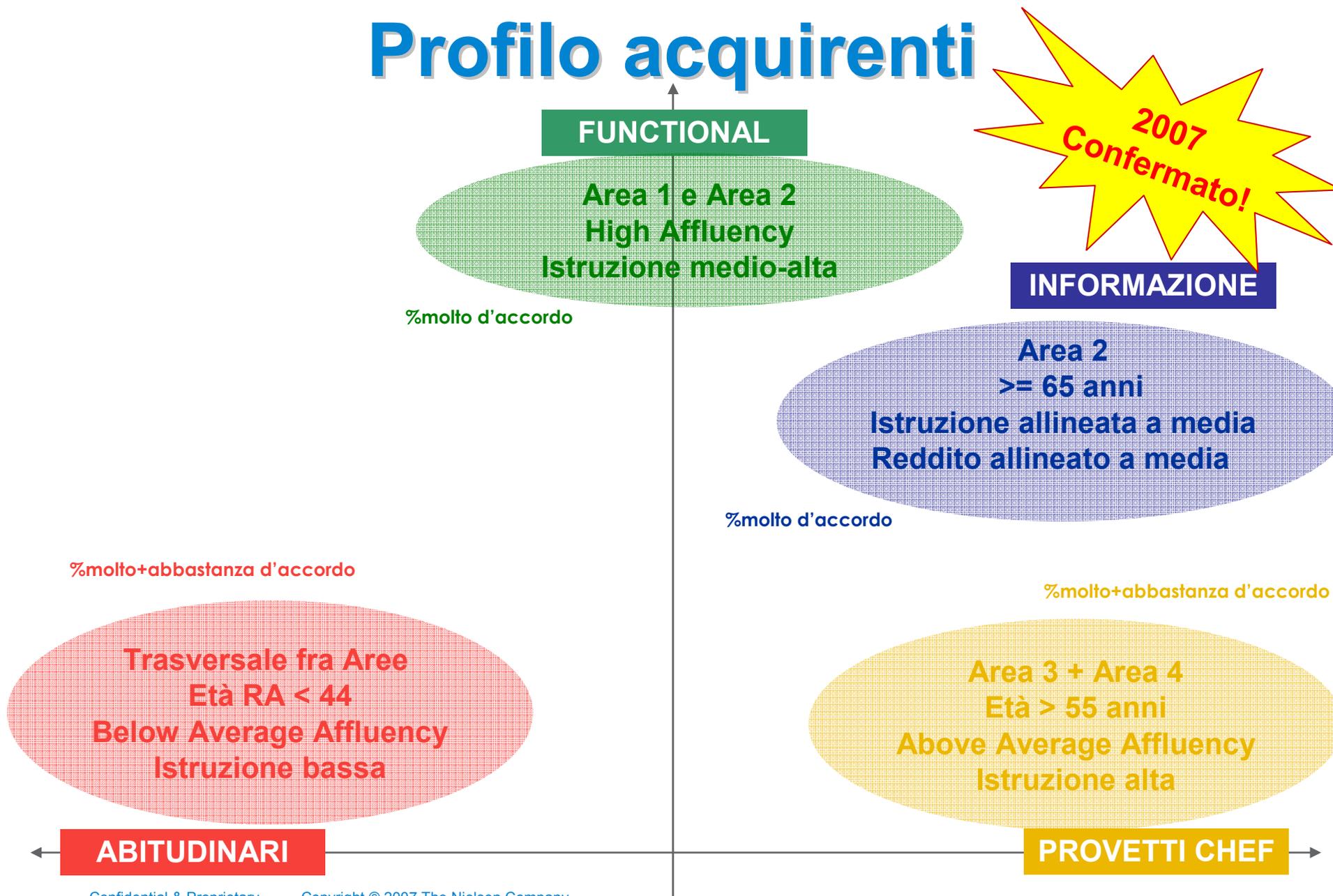
Gli approcci all'acquisto sono sostanzialmente immutati:

solo l'abitudinario conta una quota di RA maggiore vs 2007,

Per l'informato invece, l'aumento è dovuto ad uno spostamento degli abbastanza d'accordo



Profilo acquirenti



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

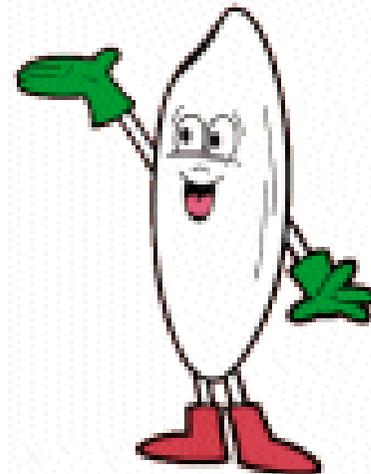
Page 20

nielsen



Prodotti a base di riso

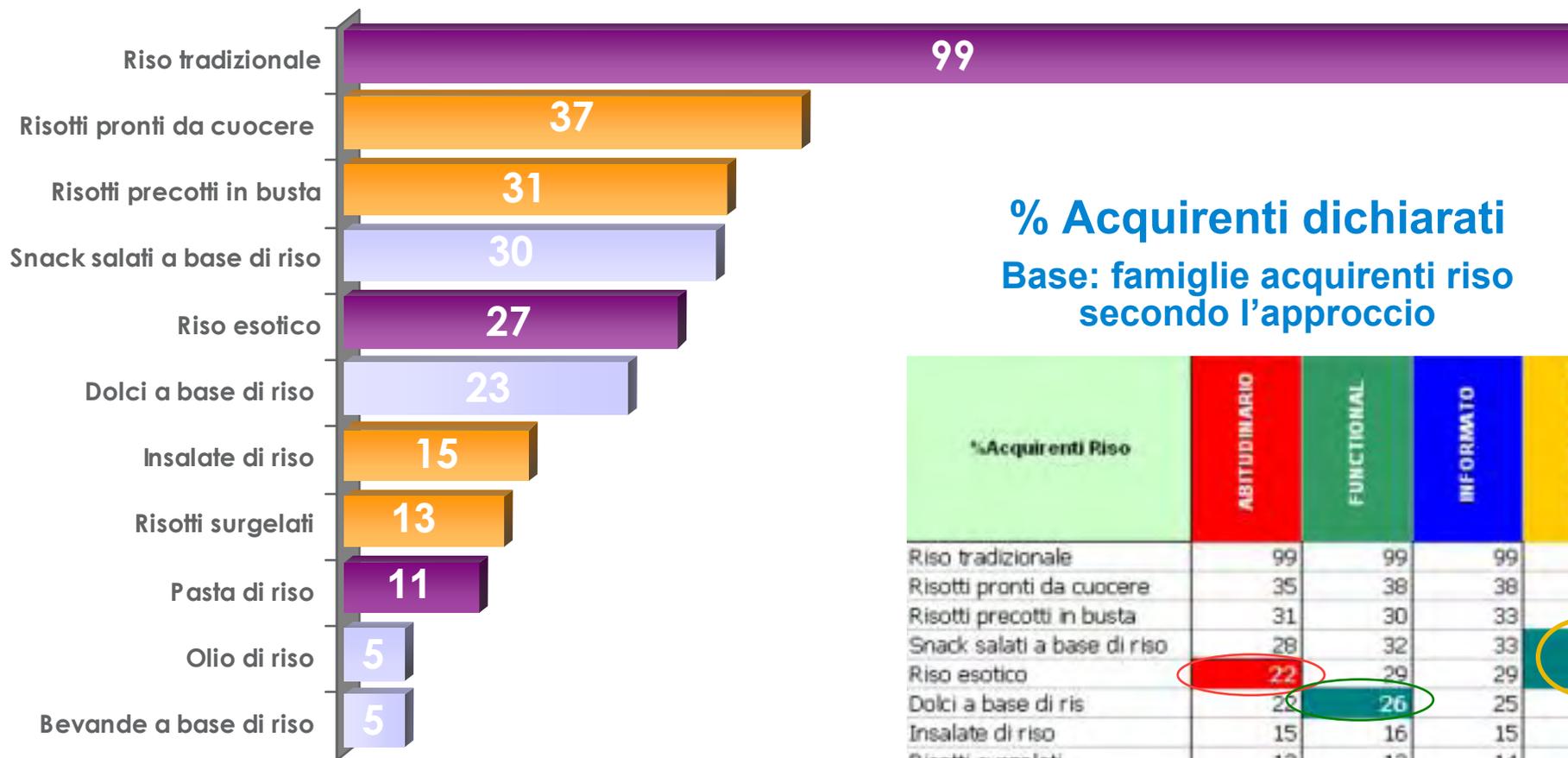
Sezione familiare



Penetrazione Prodotti a base di riso

% Acquirenti dichiarati

Base: totale acquirenti riso



% Acquirenti dichiarati

Base: famiglie acquirenti riso secondo l'approccio

%Acquirenti Riso	ABITUDINARIO	FUNCTIONAL	INFORMATO	PROMOTTO CHI
Riso tradizionale	99	99	99	100
Risotti pronti da cuocere	35	38	38	37
Risotti precotti in busta	31	30	33	31
Snack salati a base di riso	28	32	33	35
Riso esotico	22	29	29	36
Dolci a base di ris	26	26	25	26
Insalate di riso	15	16	15	17
Risotti surgelati	13	13	14	14
Pasta di riso	10	12	12	13
Olio di riso	5	5	6	6
Bevande a base di riso	5	5	5	6

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

Page 22

Penetrazione Prodotti a base di riso

Profilo acquirenti Italia

I prodotti a base riso hanno una penetrazione alta fra RA <44 anni

Riso esotico e Dolci a base riso hanno una penetrazione alta in AREA 1 + AREA3

Base Acquirenti riso	ITALIA	ETÀ					AREA			
	ITALIA	RA <34	RA 35-44	RA 45-54	RA 55-64	RA 65+	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 4
Riso tradizionale	99	99	99	99	100	99	99	99	99	99
Risotti pronti da cuocere	37	43	39	37	34	32	36	34	38	38
Risotti precotti in busta	31	36	30	31	31	26	32	32	30	31
Snack salati a base di riso	30	47	36	28	26	19	33	32	30	26
Riso esotico	27	38	31	25	25	18	31	28	32	18
Dolci a base di riso	23	29	29	22	18	20	27	24	29	15
Insalate di riso	15	15	18	14	16	14	16	17	13	15
Risotti surgelati	13	19	17	15	11	7	17	12	14	10
Pasta di riso	11	10	10	12	9	7	11	13	12	8
Olio di riso	5	9	4	4	4	3	6	7	4	4
Bevande a base di riso	5	4	6	6	4	3	5	5	5	4

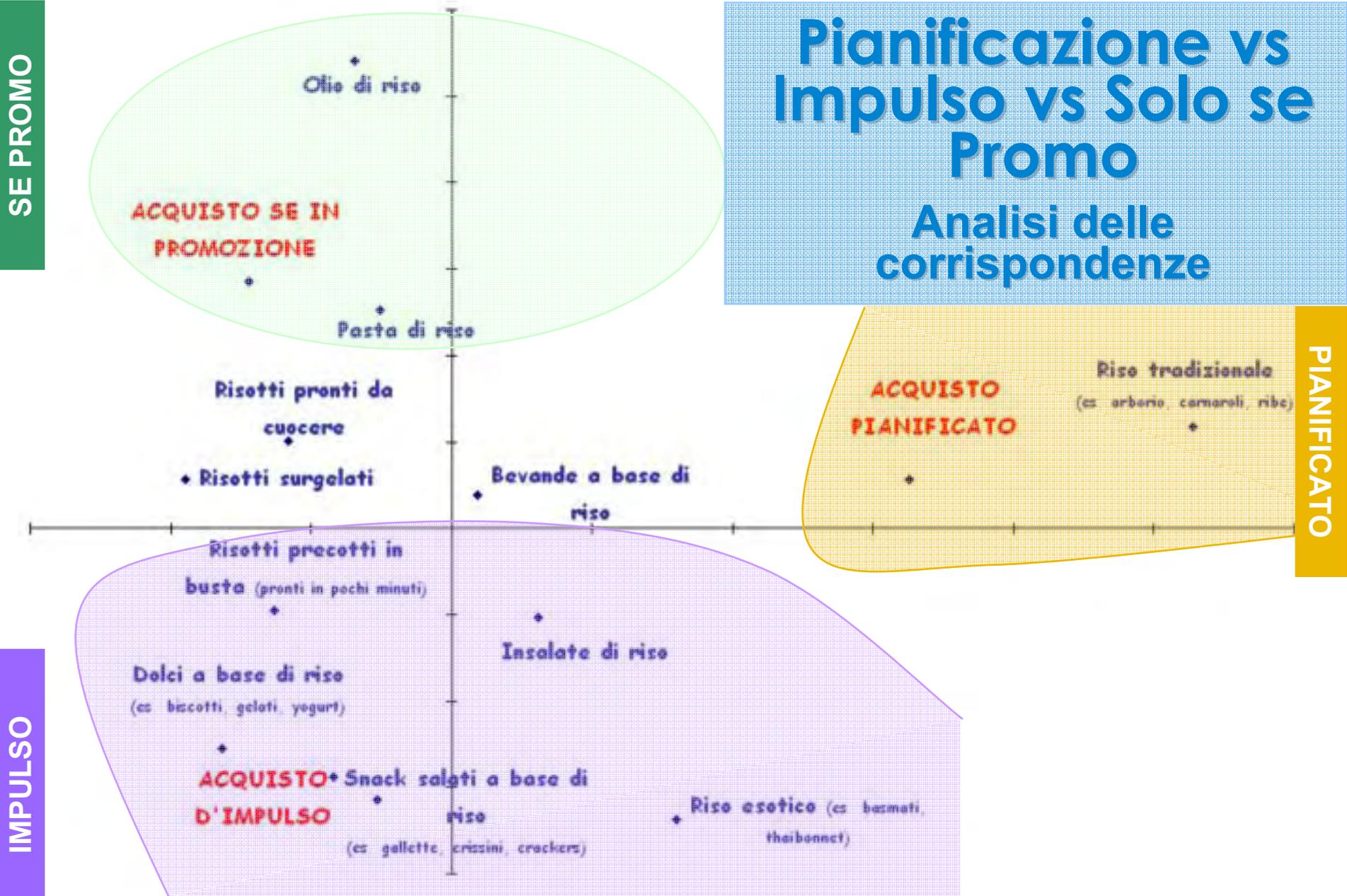
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

SE PROMO

Pianificazione vs Impulso vs Solo se Promo

Analisi delle corrispondenze

PIANIFICATO



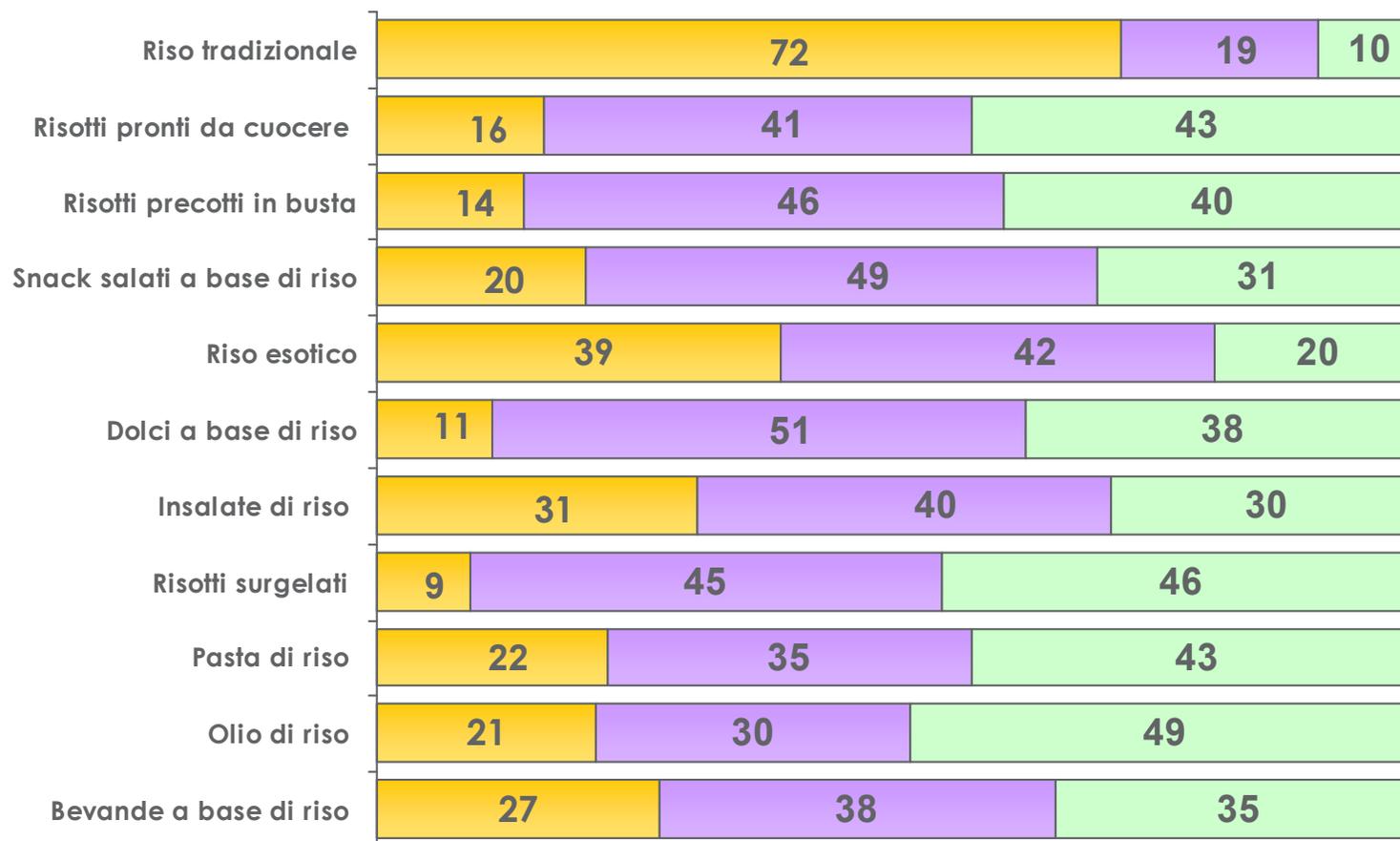
Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

Pianificazione vs Impulso vs Solo se Promo

 %Acquirenti riso che **PIANIFICANO** l'acquisto

 % Acquirenti riso che acquistano **D'IMPULSO**

 % Acquirenti riso che acquistano **SOLO SE IN PROMOZIONE**



Base: totale famiglie acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

Page 25

Pianificazione vs Impulso vs Solo se Promo *L'Italia nei diversi approcci*

Base Acquirenti riso	ITALIA			ABITUDINARIO			FUNCTIONAL			INFORMATO			PROVETTO CHEF		
	PIANIFICAZIONE	IMPULSO	SOLO PROMO												
Riso tradizionale	72	19	10	73	18	9	73	18	9	72	19	10	72	19	10
Risotti pronti da cuocere	16	41	43	15	44	41	18	39	43	17	43	40	18	38	44
Risotti precotti in busta	14	46	40	15	49	36	15	47	38	11	52	37	12	43	44
Snack salati a base di riso	20	49	31	20	48	33	22	47	31	23	46	31	22	48	30
Riso esotico	39	42	20	38	42	19	39	41	21	37	42	21	40	40	19
Dolci a base di riso	11	51	38	10	51	38	14	53	33	12	51	38	13	51	37
Insalate di riso	31	40	30	30	42	28	34	43	23	33	35	32	32	37	31
Risotti surgelati	9	45	46	11	47	42	11	49	41	10	54	36	13	42	46
Pasta di riso	22	35	43	24	40	36	23	33	45	27	41	32	19	38	43
Olio di riso	21	30	49	22	30	48	22	30	48	26	22	52	21	31	49
Bevande a base di riso	27	38	35	24	42	34	33	37	30	23	52	26	26	38	36

Base: totale famiglie acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

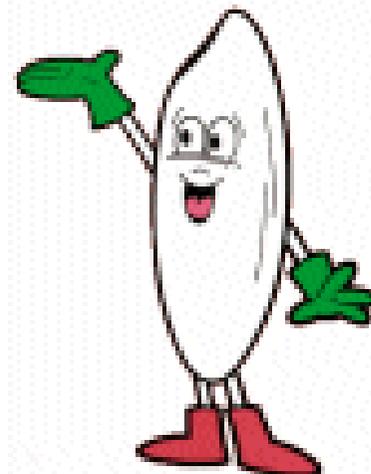
Page 26

nielsen



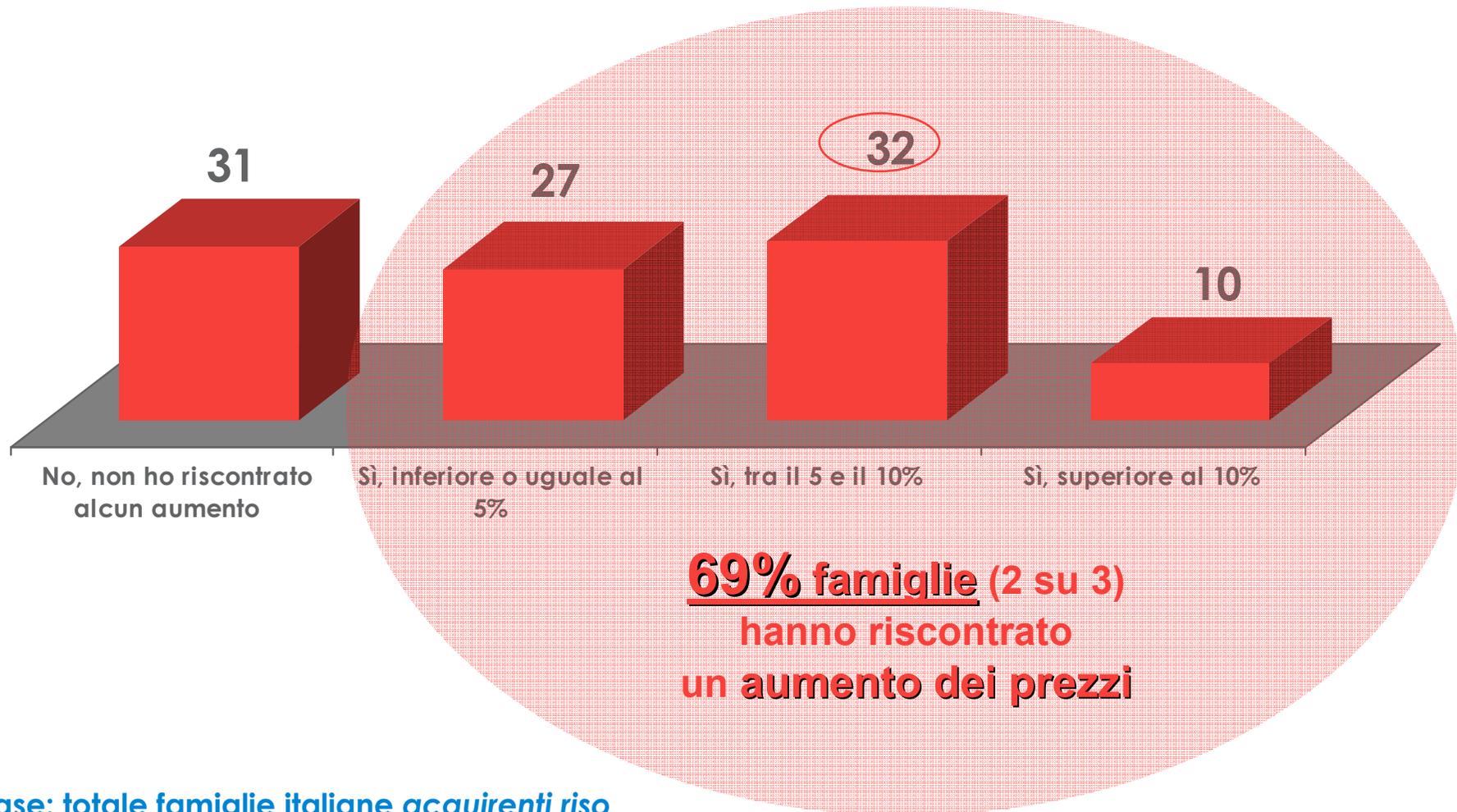
Osservatorio Prezzi

Sezione familiare



Osservatorio prezzi

E' aumentato il prezzo del riso in Italia negli ultimi 6 mesi?



Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



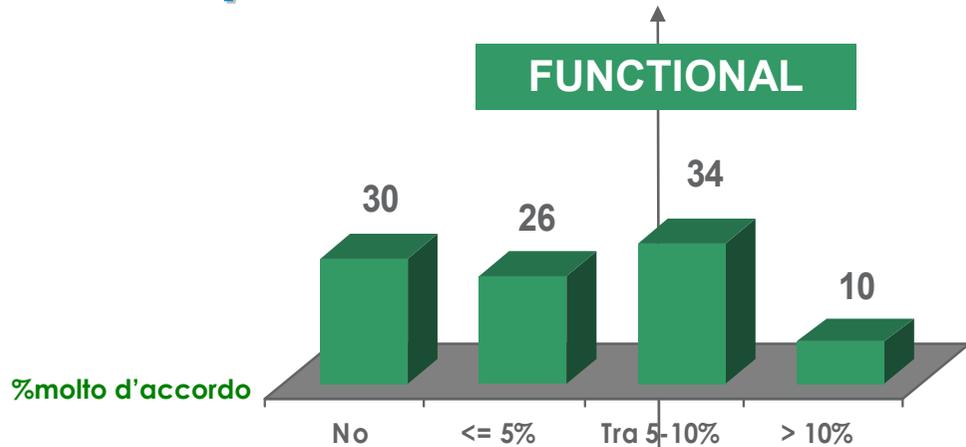
Il mercato del Riso in Italia

Page 28

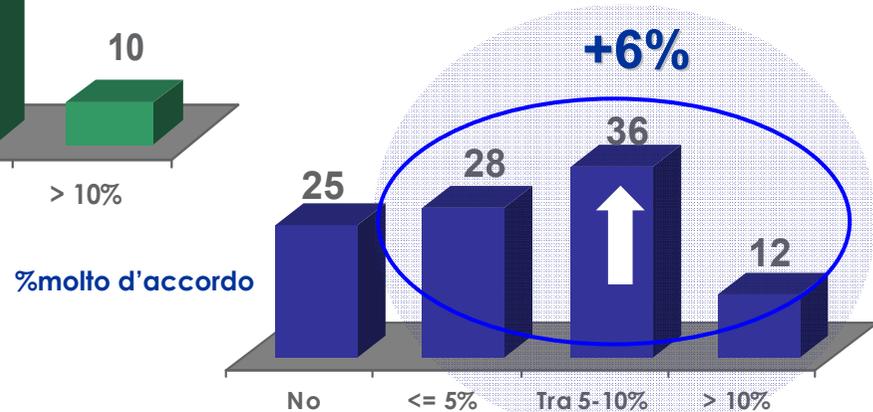
Osservatorio prezzi

E' aumentato il prezzo del riso in Italia negli ultimi 6 mesi?

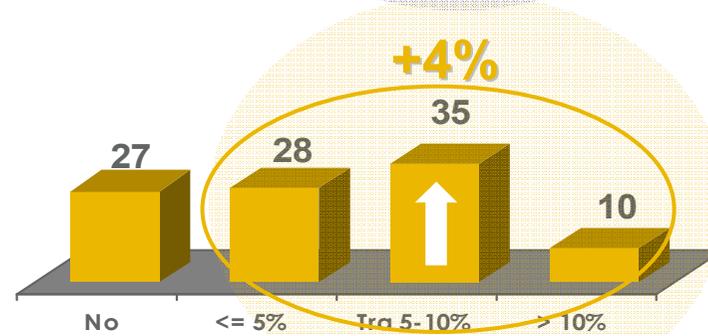
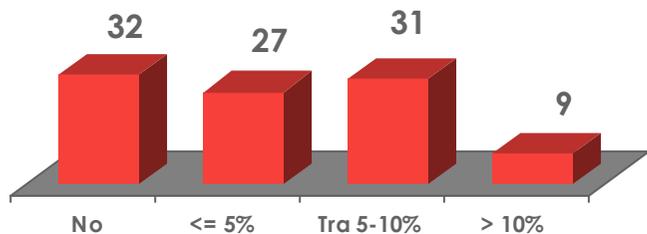
FUNCTIONAL



INFORMAZIONE



%molto+abbastanza d'accordo



ABITUDINARI

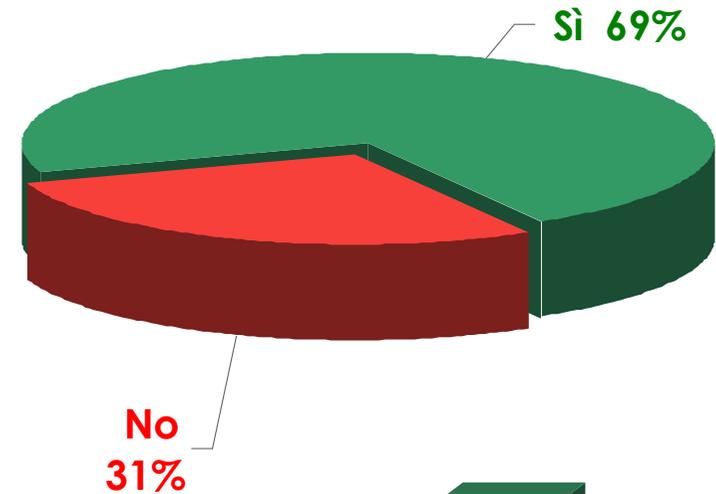
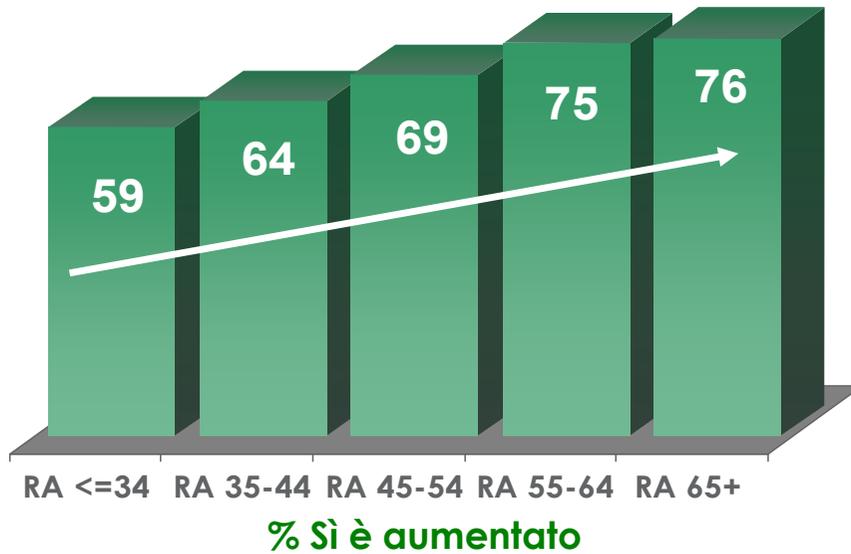
PROVETTI CHEF

Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

%molto+abbastanza d'accordo

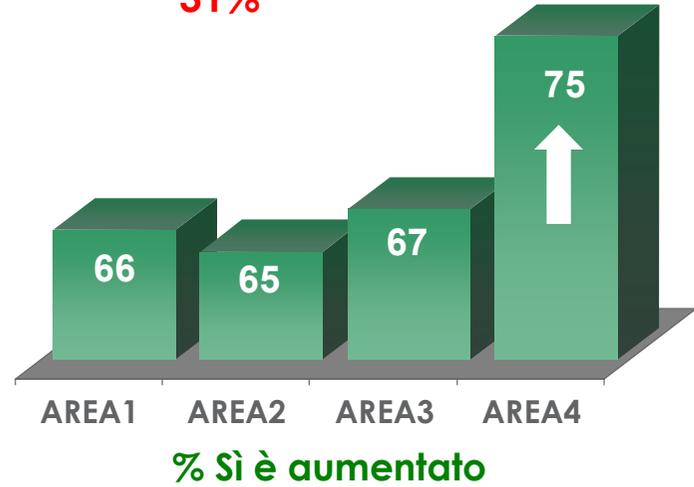
Osservatorio prezzi

E' aumentato il prezzo del riso in Italia negli ultimi 6 mesi?



La percezione dell'aumento prezzo è proporzionale all'età

In Area 4 la percezione che il prezzo sia aumentato è più forte

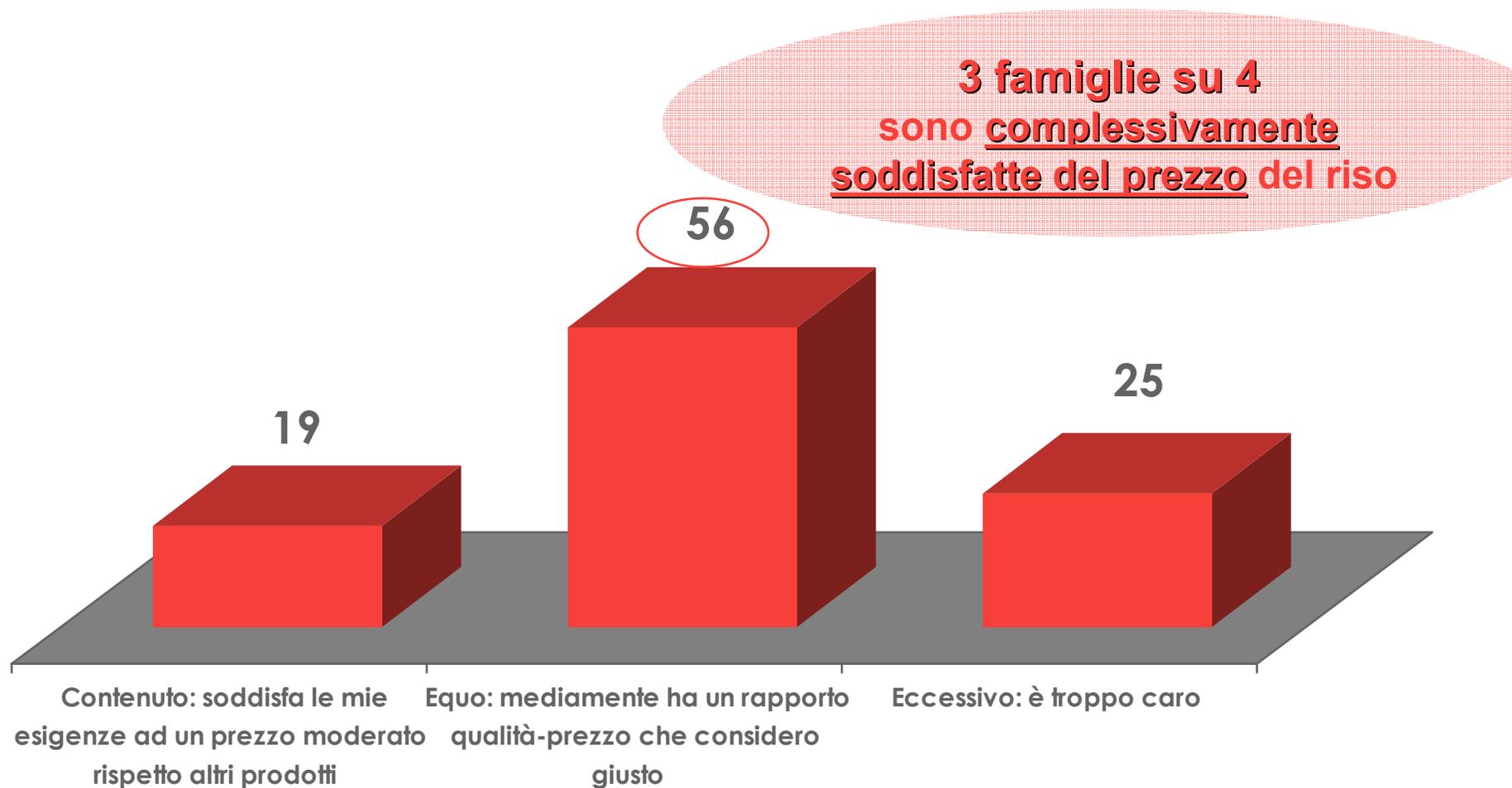


Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

Osservatorio prezzi

Come giudica attualmente il prezzo del riso?



Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

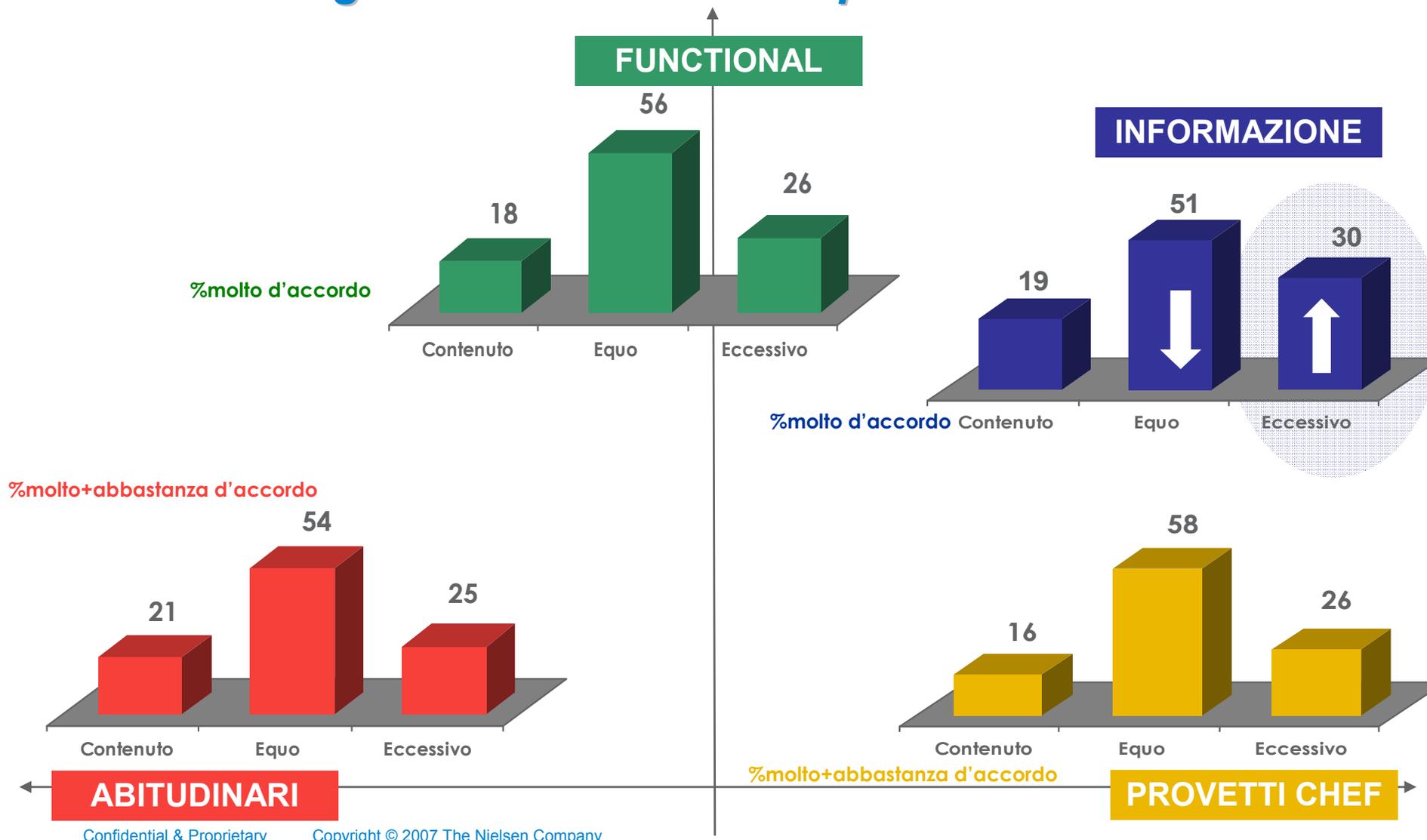


Il mercato del Riso in Italia

Page 31

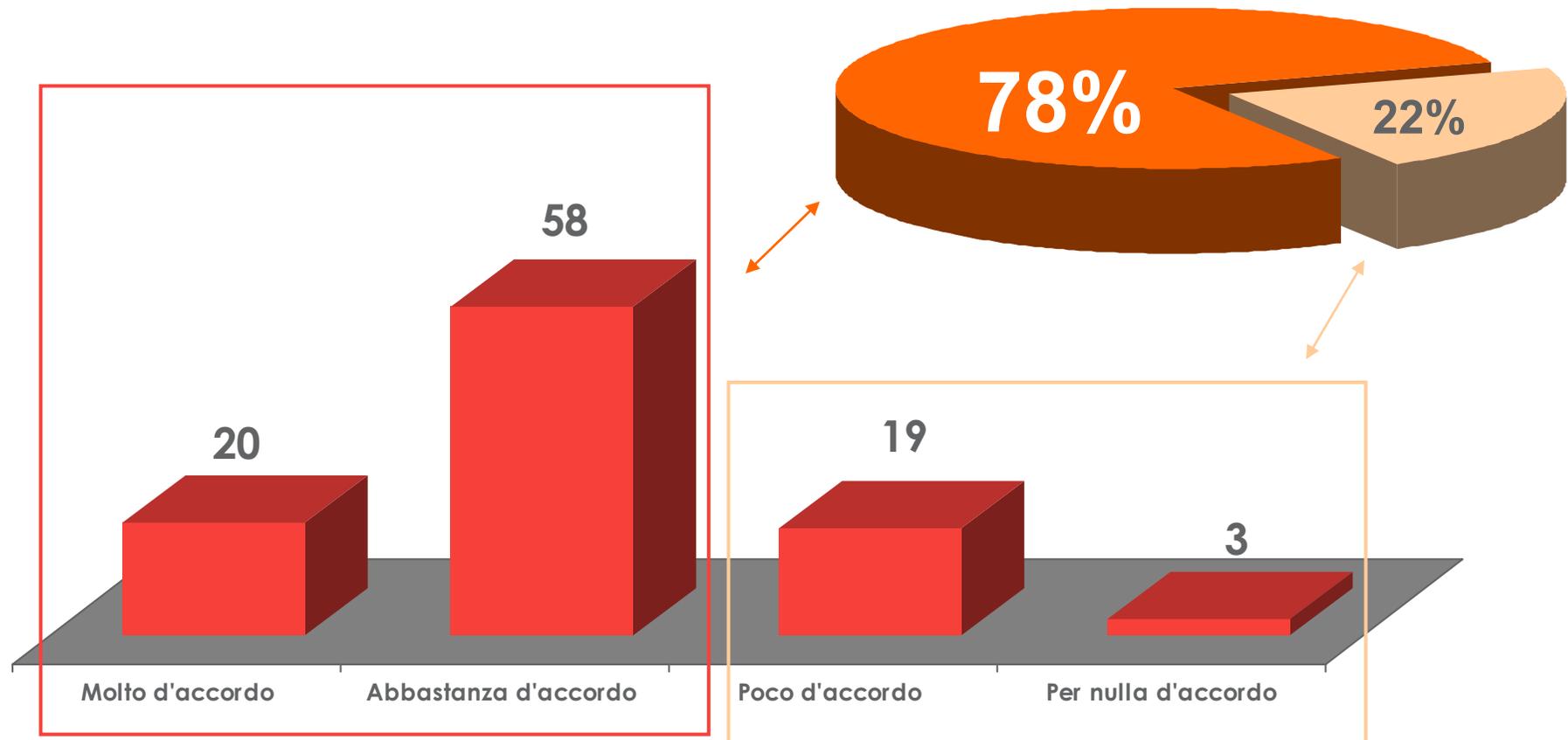
Osservatorio prezzi

Come giudica attualmente il prezzo del riso?



Osservatorio prezzi

Il prezzo del riso dovrebbe essere più omogeneo: cambia troppo a seconda della varietà e della marca



Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

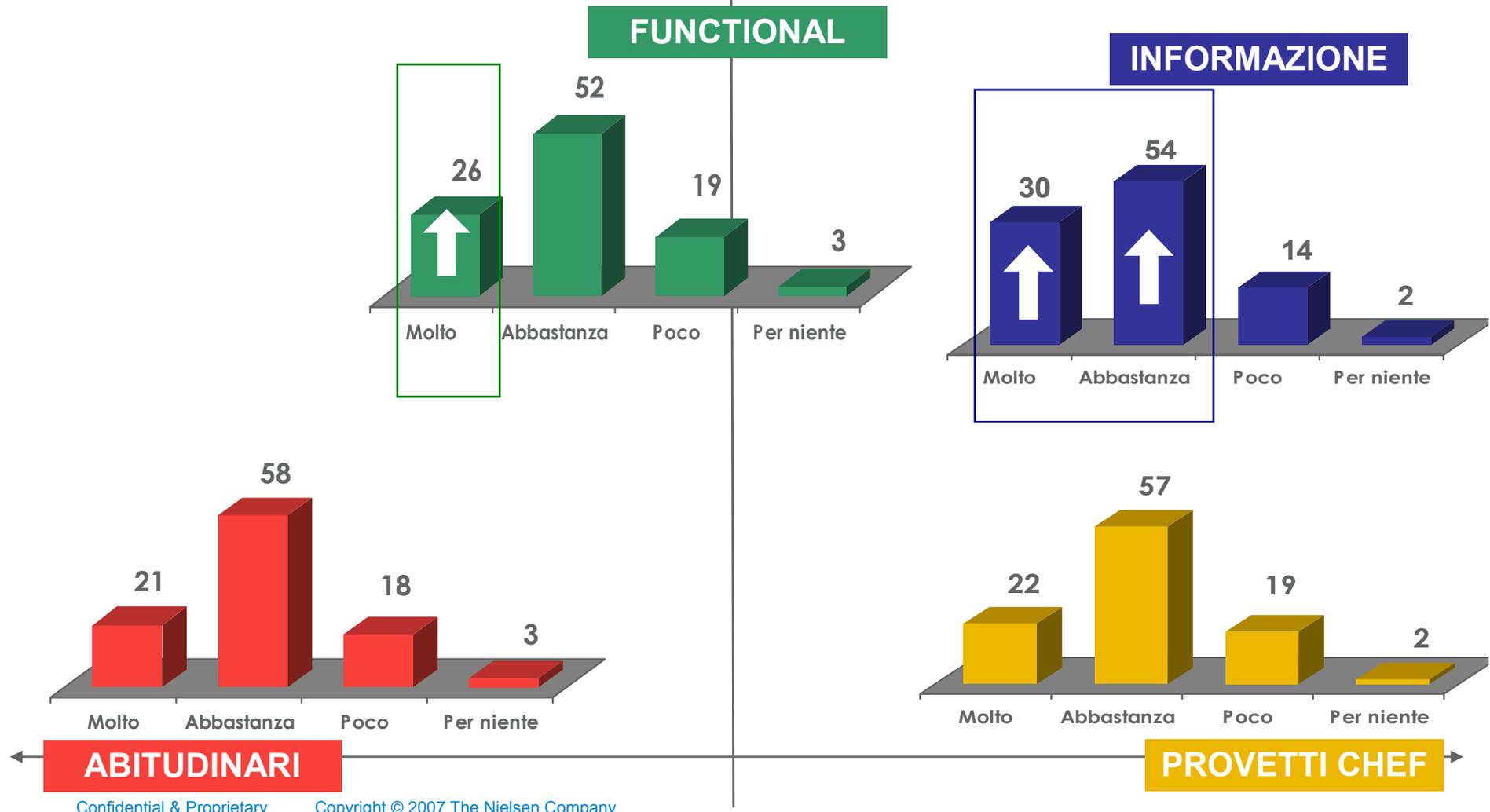


Il mercato del Riso in Italia

Page 33

Osservatorio prezzi

Il prezzo del riso dovrebbe essere più omogeneo: cambia troppo a seconda della varietà e della marca



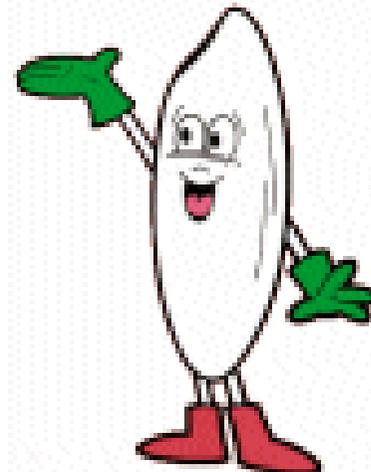
nielsen



Osservatorio Qualità

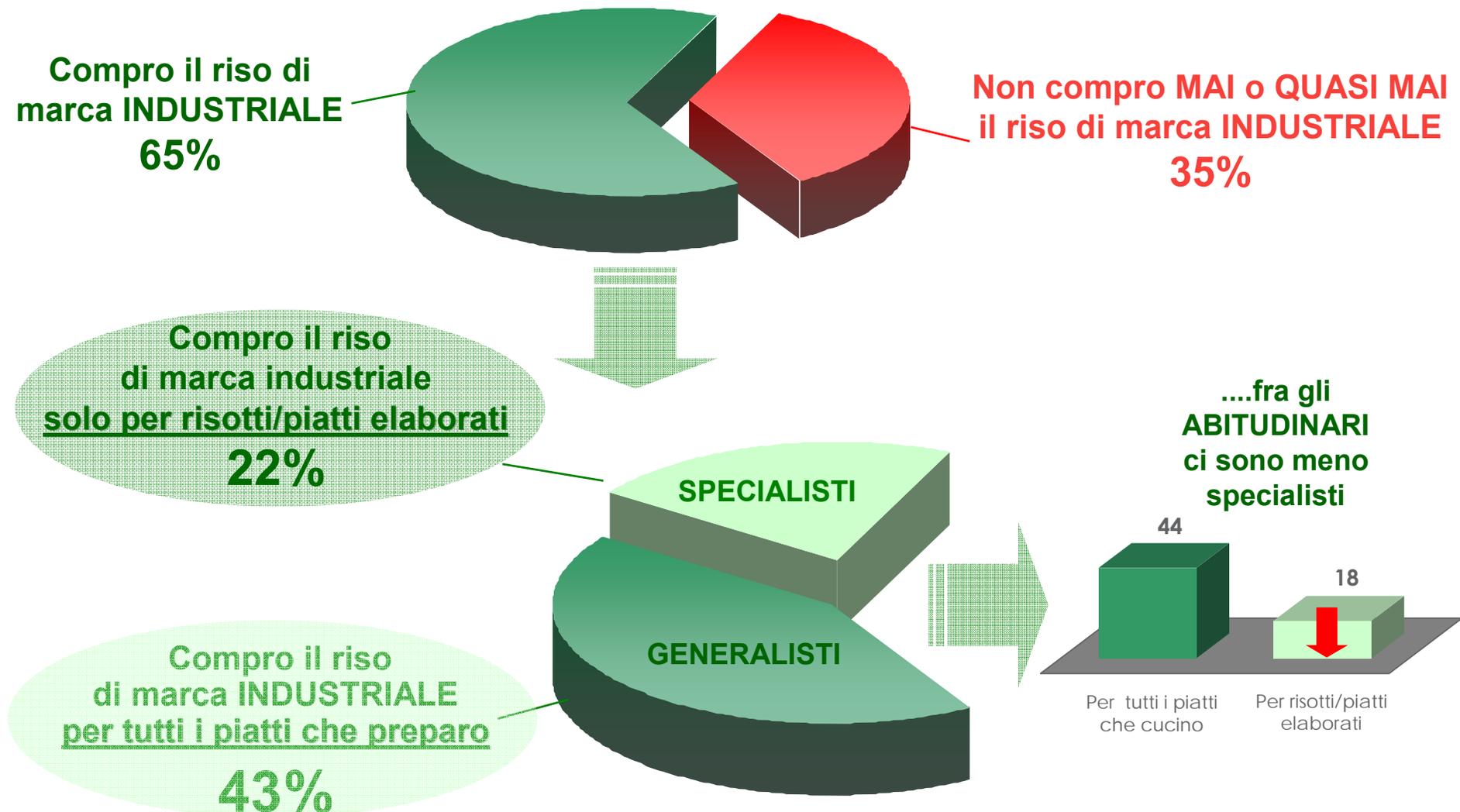
Marca PRIVATA o marca INDUSTRIALE?

Sezione familiare



Osservatorio qualità

Penetrazione dichiarata e destinazioni d'uso per il riso di marca industriale



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso-

nielsen

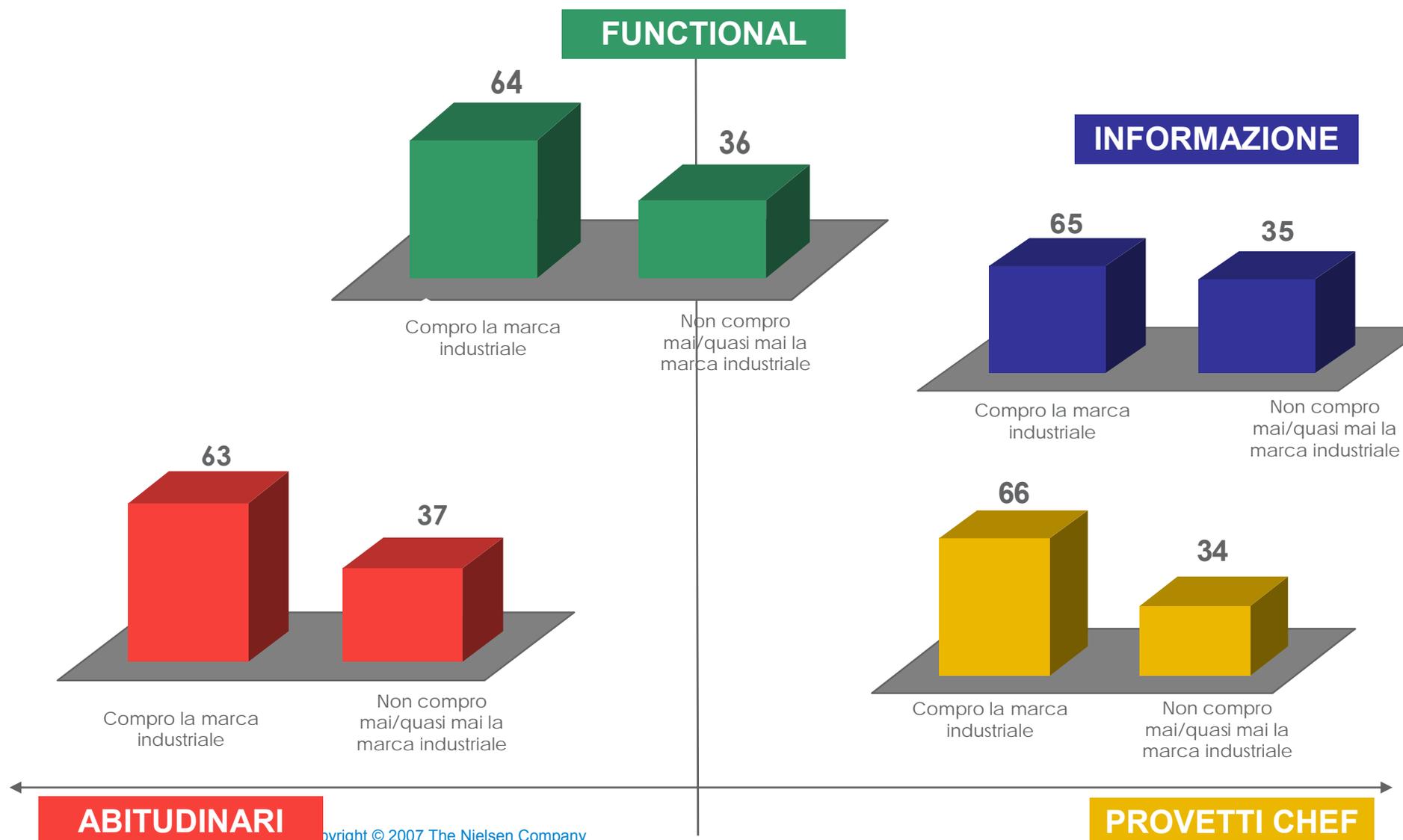


Il mercato del Riso in Italia

Page 36

Osservatorio qualità

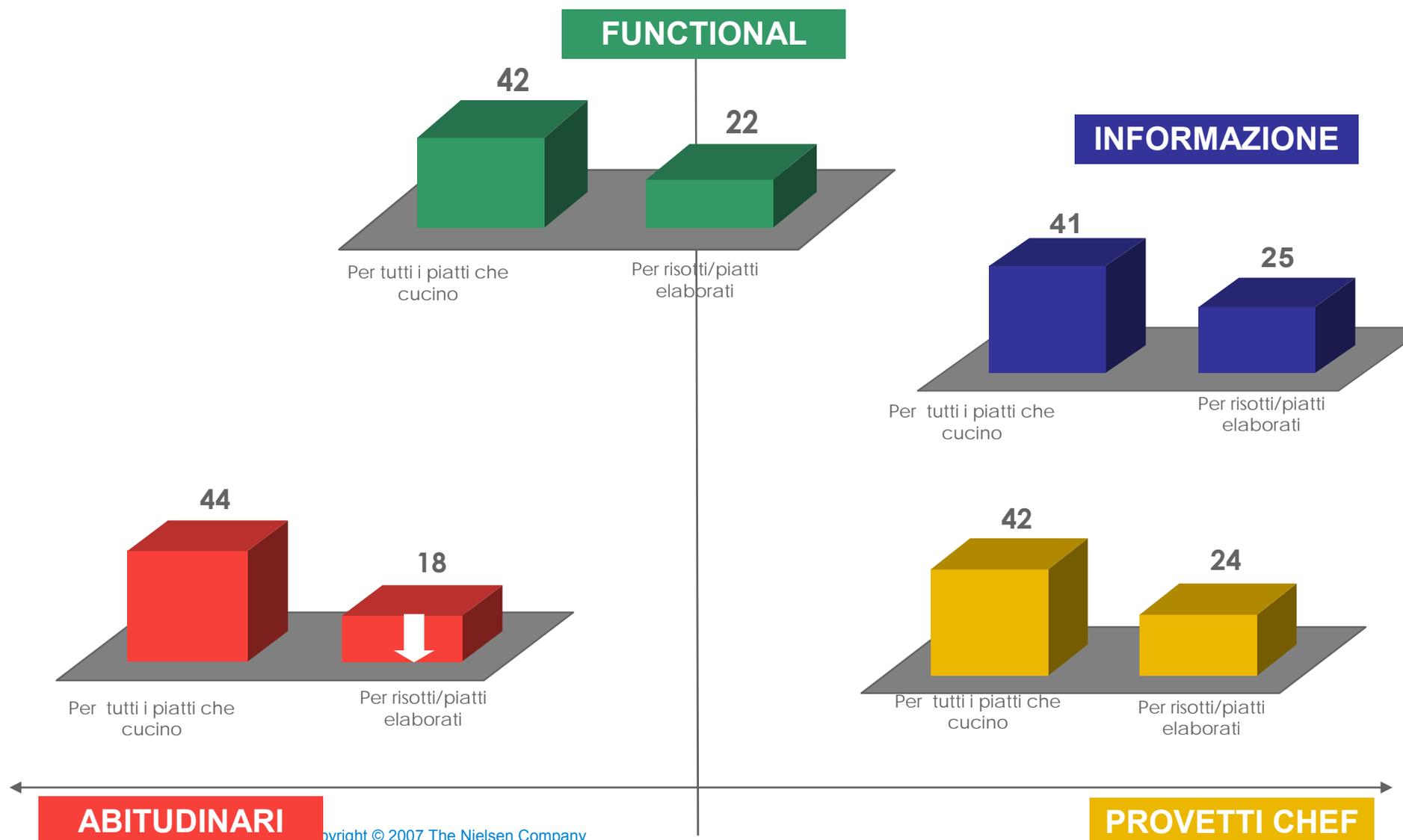
Penetrazione dichiarata per il riso di marca industriale



Copyright © 2007 The Nielsen Company

Osservatorio qualità

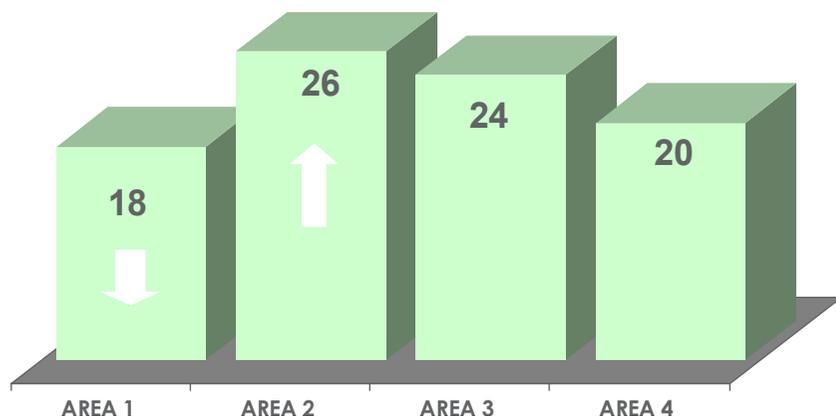
Destinazioni d'uso per il riso di marca industriale



Copyright © 2007 The Nielsen Company

Osservatorio qualità

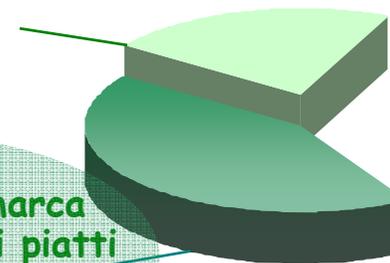
Destinazioni d'uso per il riso di marca industriale



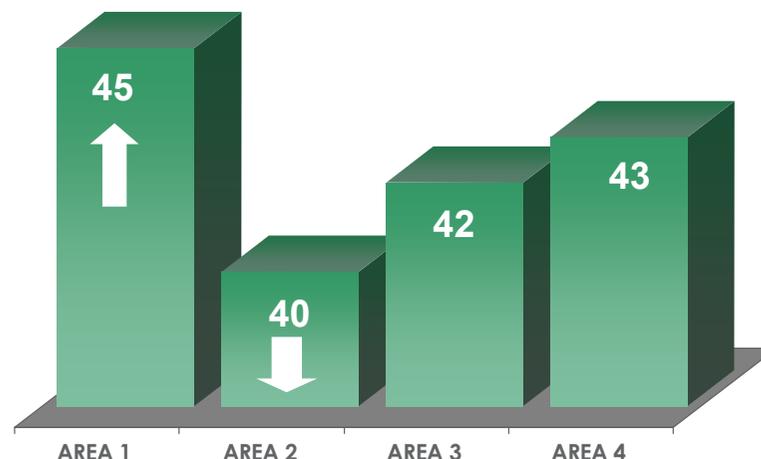
% Compro la marca industriale solo per risotti/piatti elaborati

Compro il riso di marca industriale solo i risotti/piatti elaborati
22%

Compro il riso di marca industriale per tutti i piatti che preparo
43%



Area 2 specialisti
Area 1 generalisti



% Compro la marca industriale per tutti i piatti che preparo

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso-

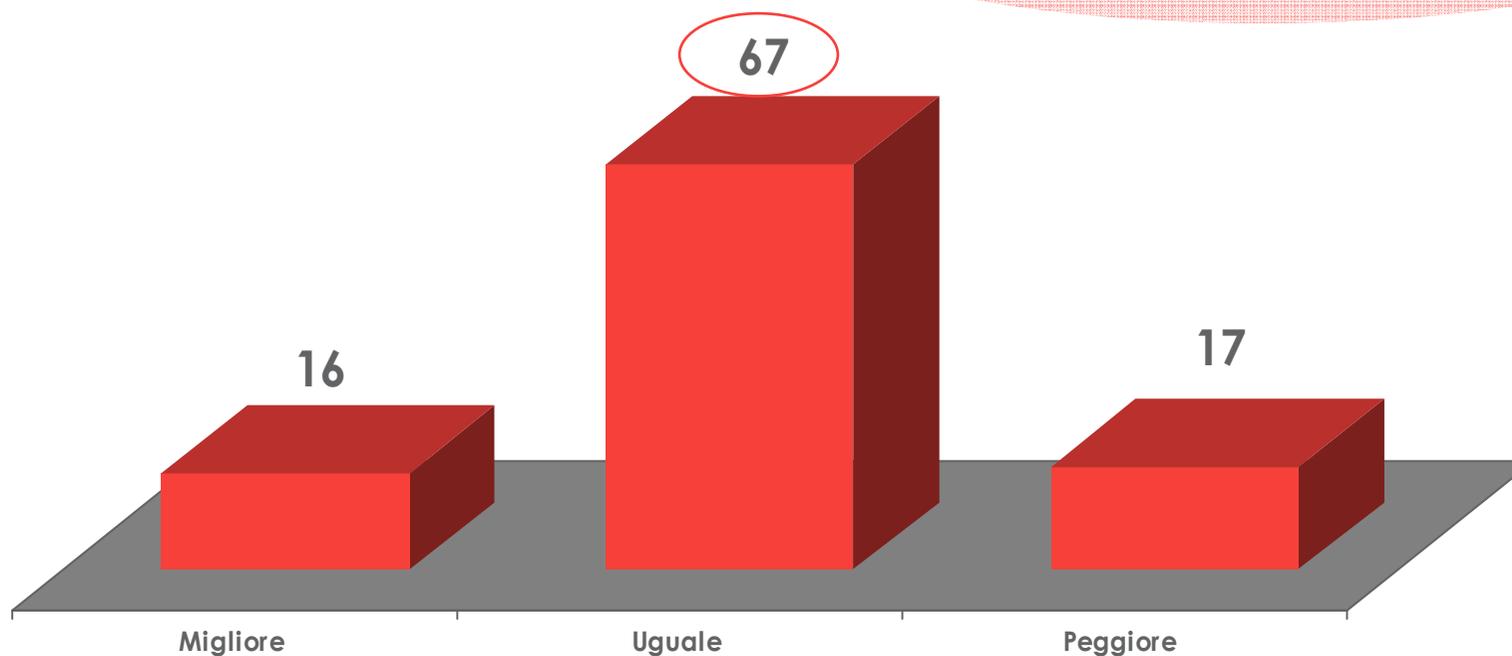
Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Osservatorio qualità

Come giudica la qualità del riso di marche **PRIVATE** rispetto a quello di marca **INDUSTRIALE**?

Secondo 2 famiglie su 3
non c'è differenziazione :
Qualità **PRIVATE** = Qualità **INDUSTRIALE**



Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

Page 40

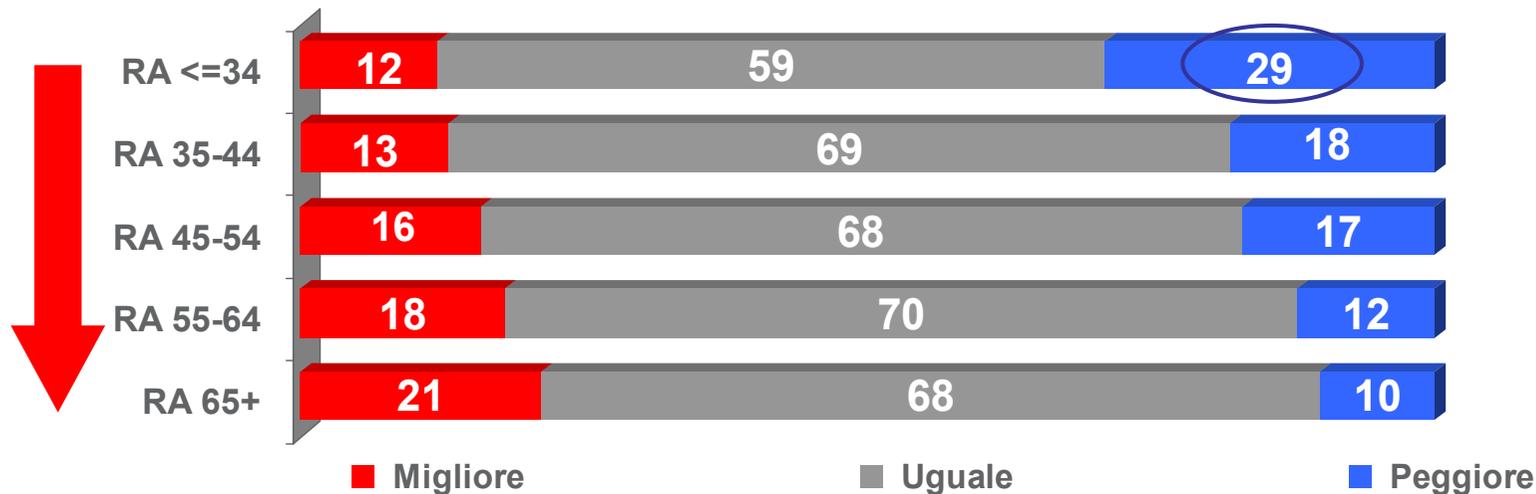
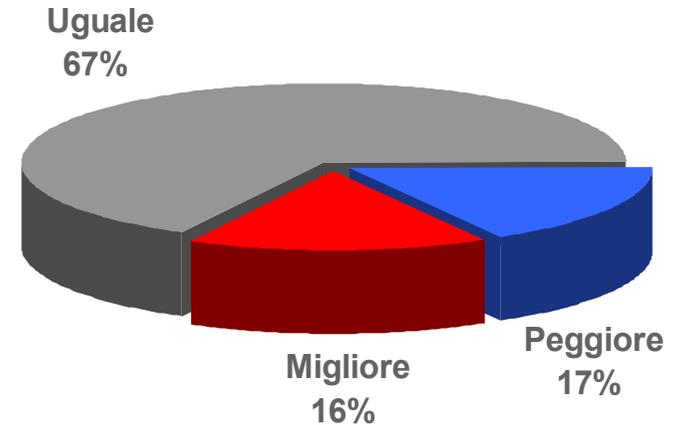
Osservatorio qualità

Come giudica la qualità del riso di marche **PRIVATE** rispetto a quello di marca **INDUSTRIALE**?

Al crescere dell'età dell'RA migliora il giudizio di confronto a favore delle marche PRIVATE

Per gli RA <=34 anni ancoraggio alla marca **INDUSTRIALE** (effetto rassicurazione)

Non emergono invece significatività rispetto alle Aree.

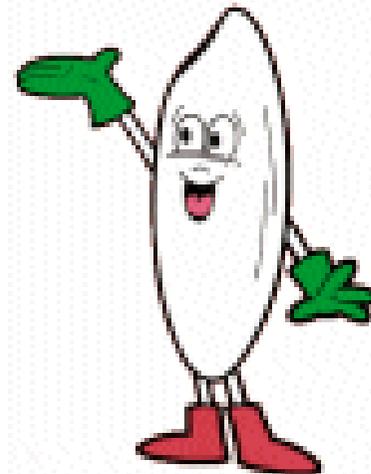


Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

nielsen

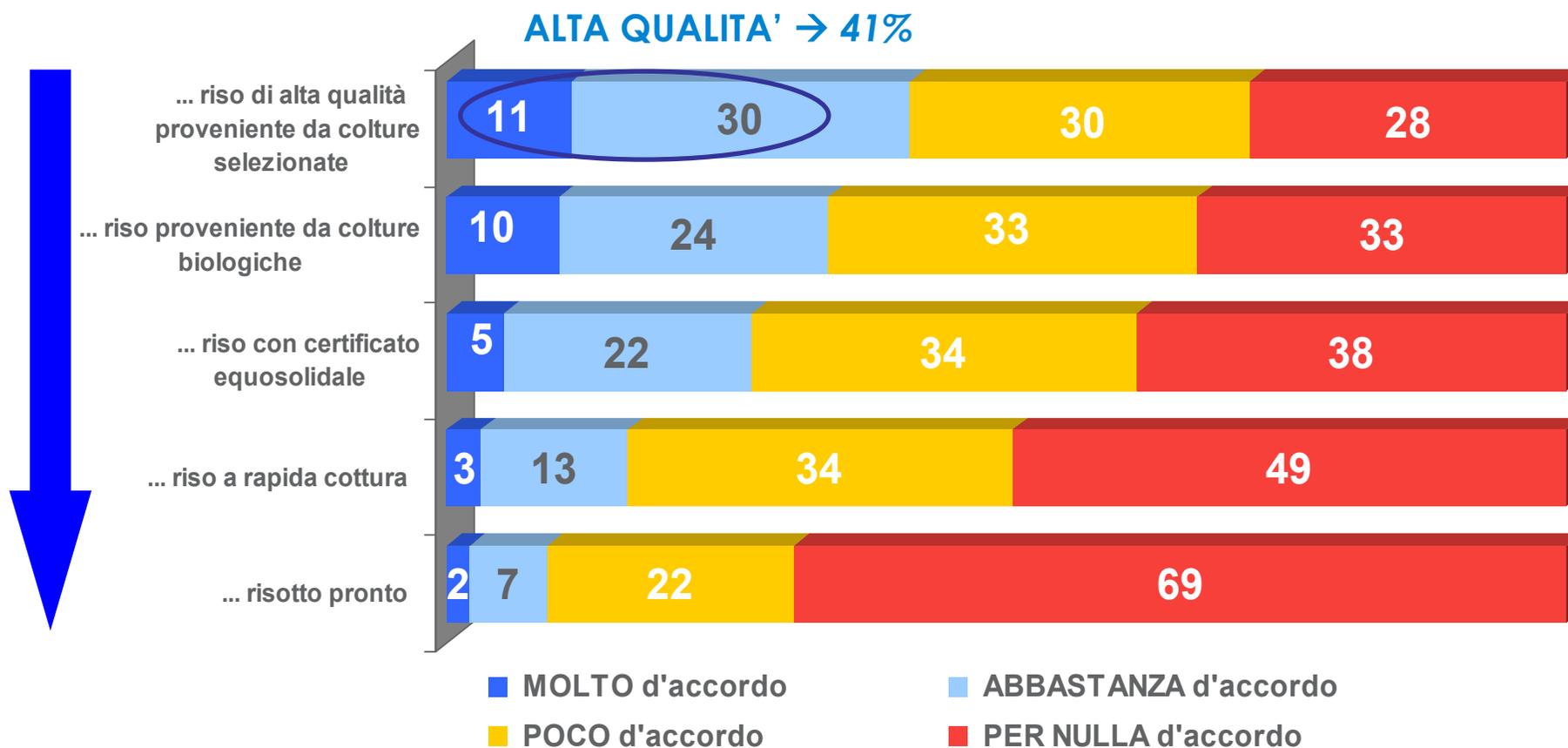


**Quali caratteristiche giustificano
un prezzo maggiorato di  ?**



Osservatorio qualità

Sono disposto/a a spendere 2 euro in più per acquistare...
(Grado d'accordo)



Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Osservatorio qualità

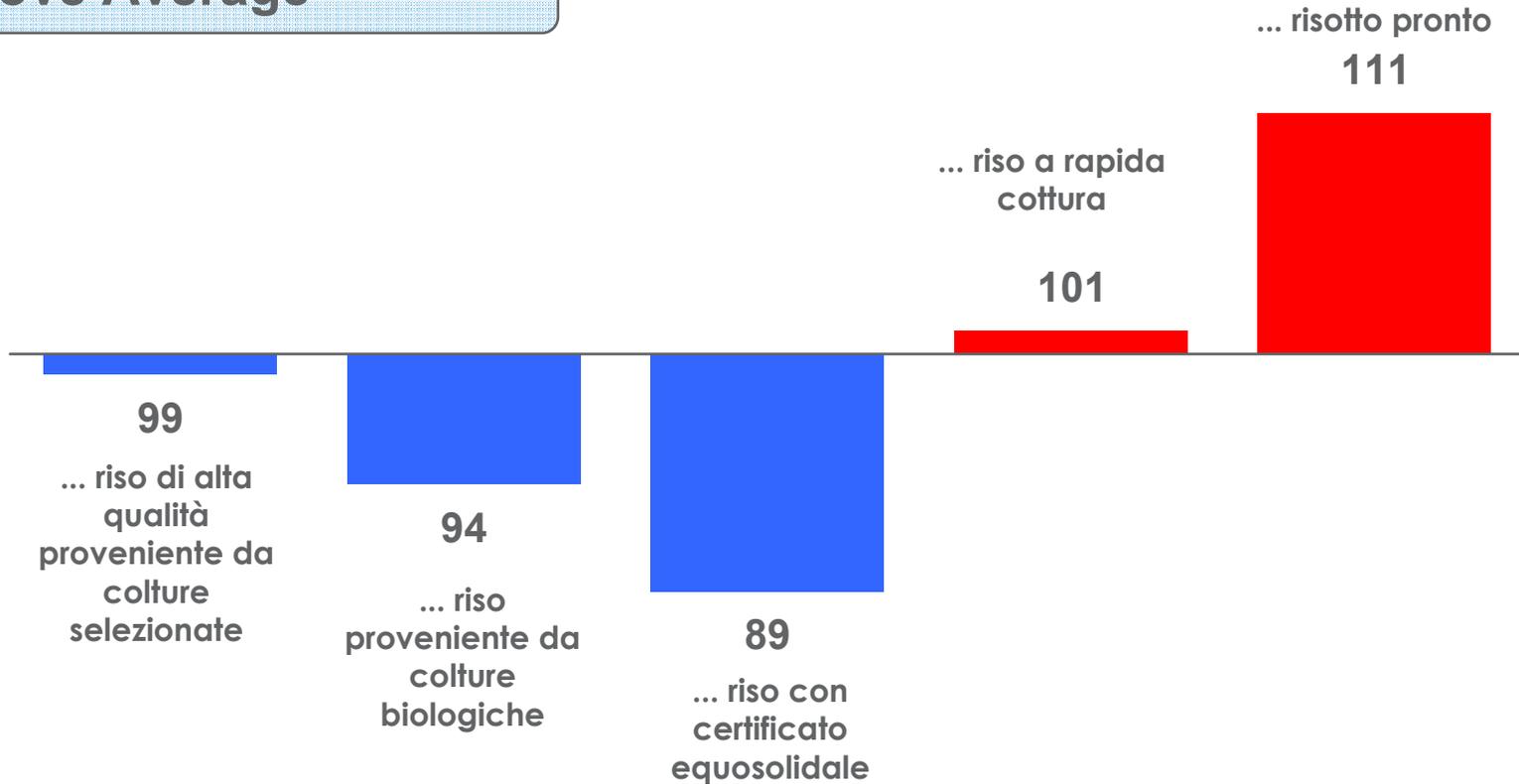
Sono disposto/a a spendere 2 euro in più per acquistare...

ABITUDINARIO

Above Average



Media Italia molto+ abbastanza = 100



Below Average

Osservatorio qualità

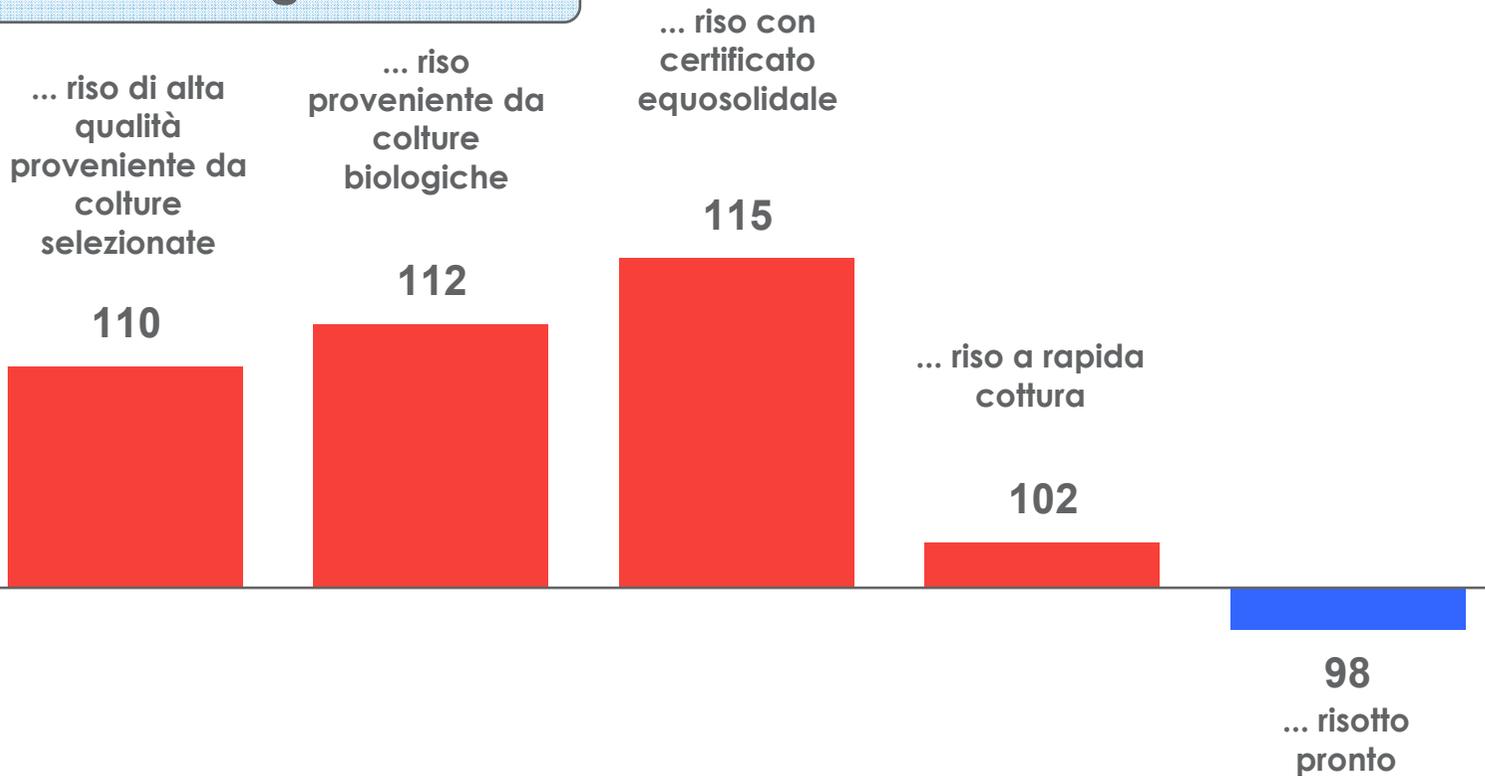
Sono disposto/a a spendere 2 euro in più per acquistare...

FUNCTIONAL

Above Average



Media Italia molto+ abbastanza = 100



Below Average

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

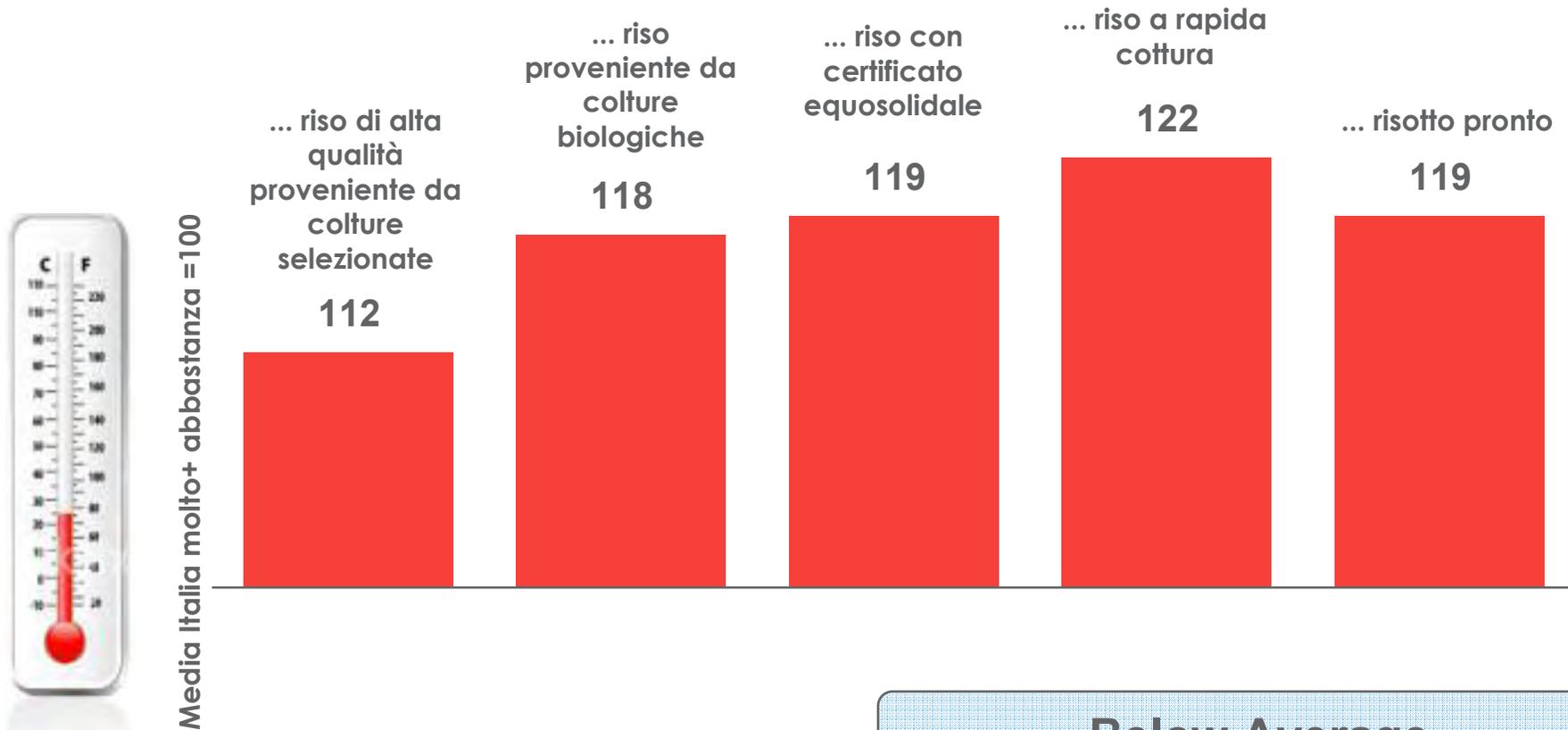
Page 45

Osservatorio qualità

Sono disposto/a a spendere 2 euro in più per acquistare...

INFORMATO

Above Average



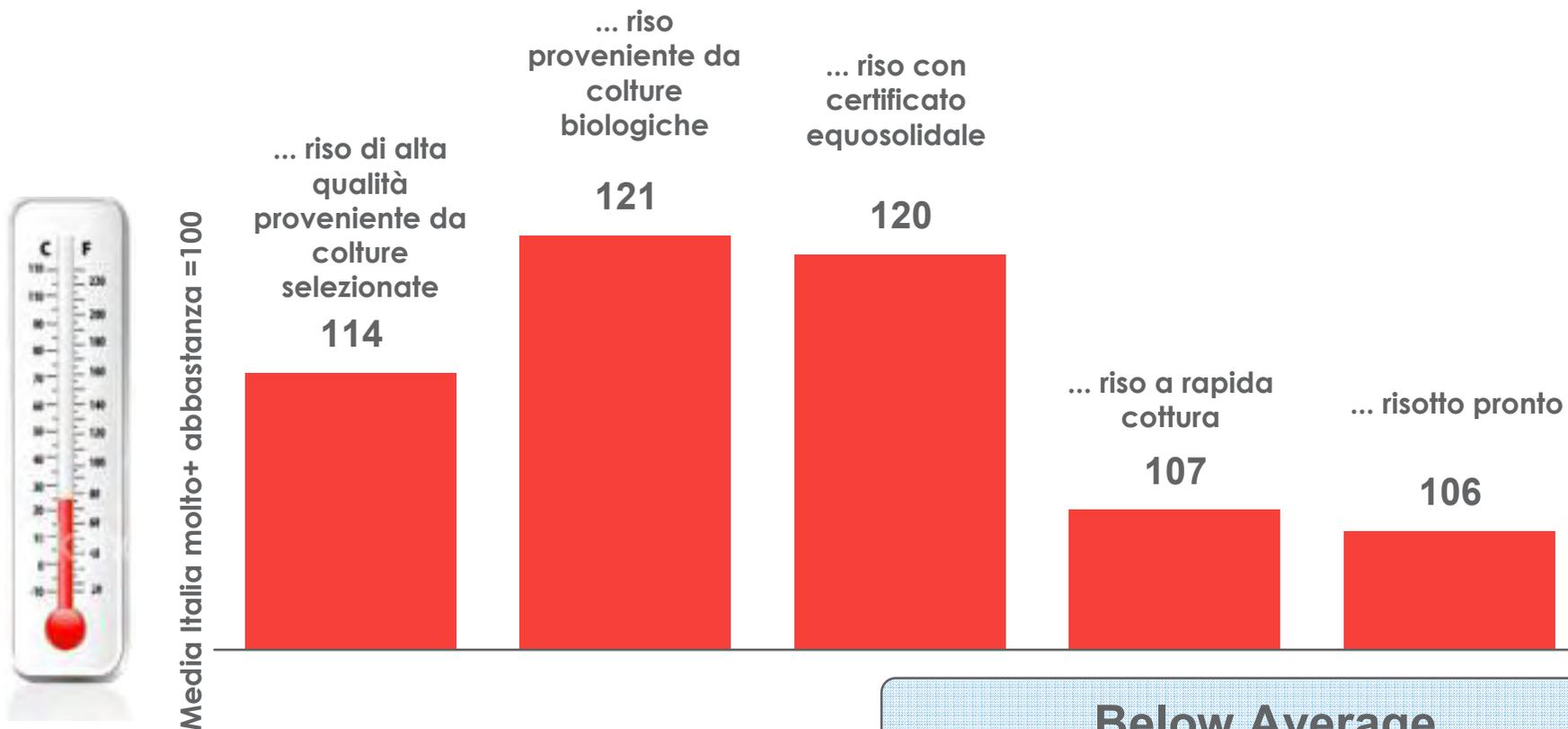
Below Average

Osservatorio qualità

Sono disposto/a a spendere 2 euro in più per acquistare...

PROVETTO CHEF

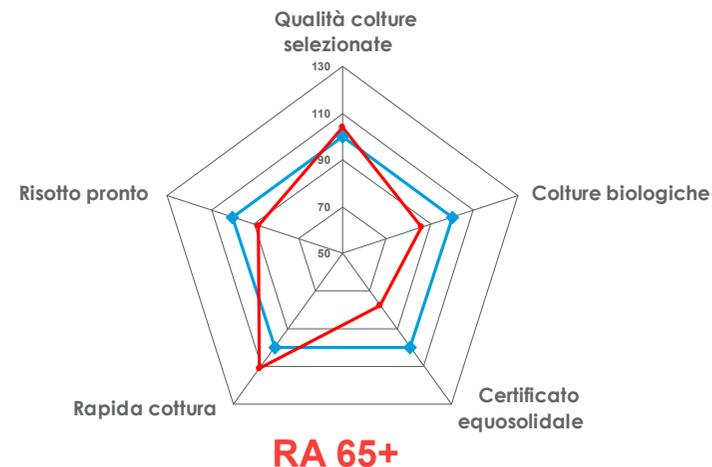
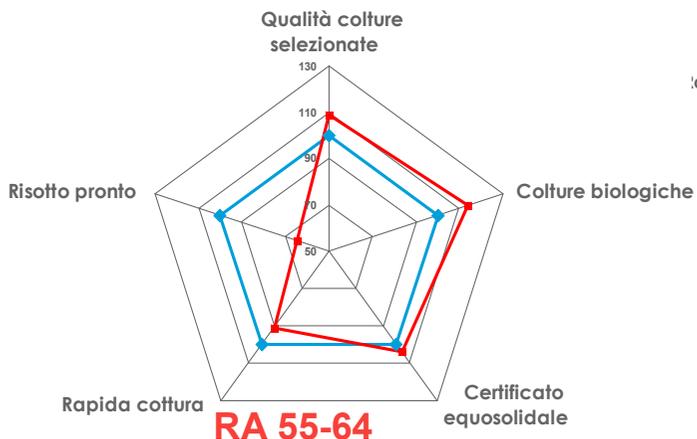
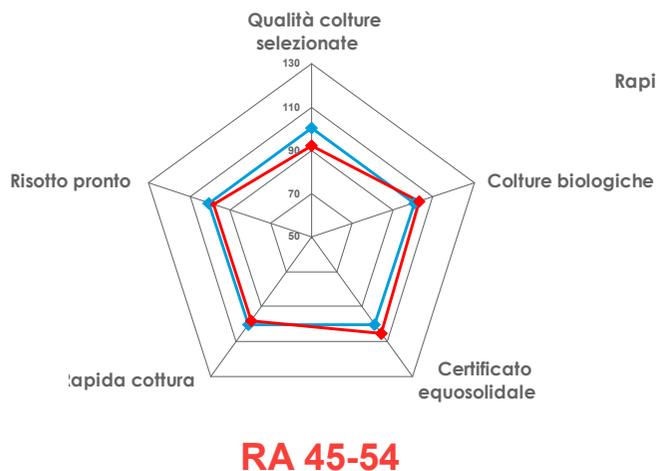
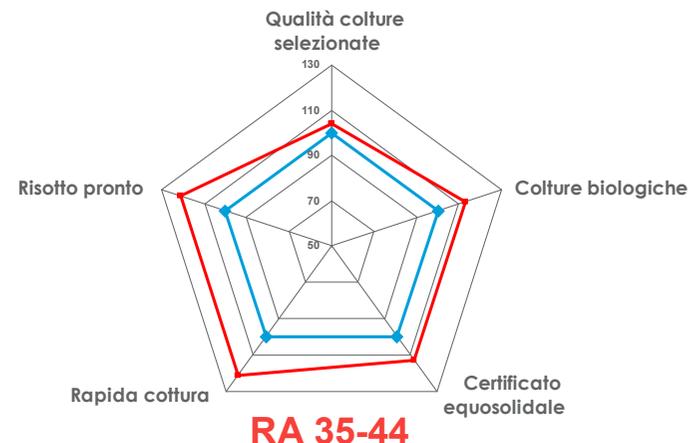
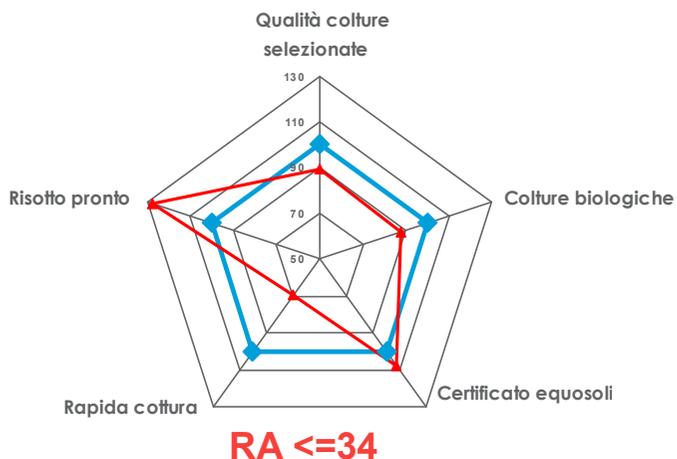
Above Average



Below Average

Osservatorio qualità

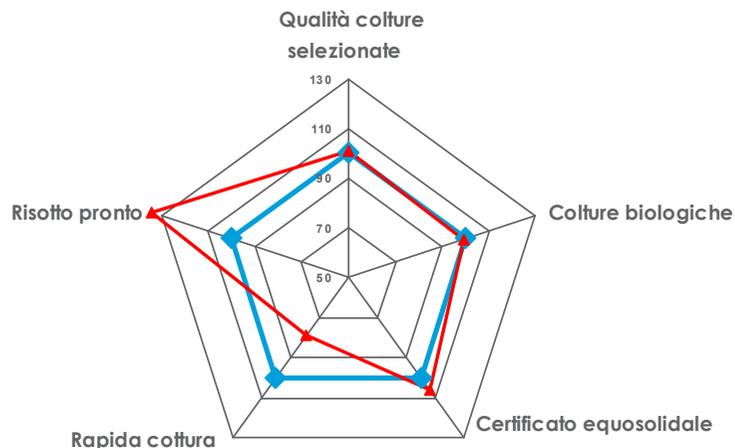
Sono disposto/a a spendere 2 euro in più per acquistare...



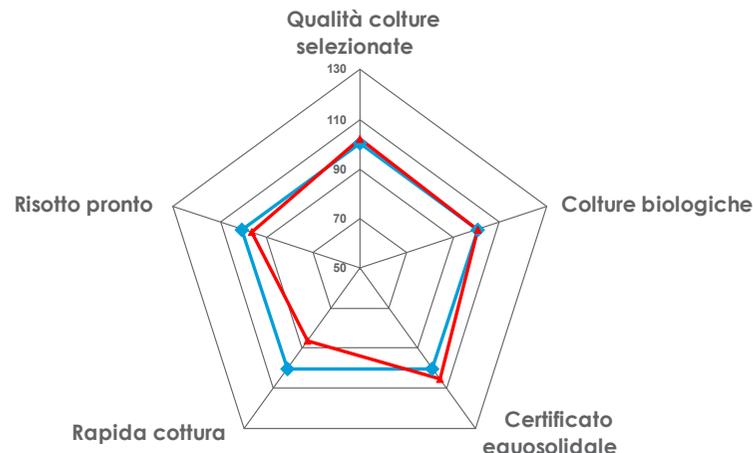
Company

Osservatorio qualità

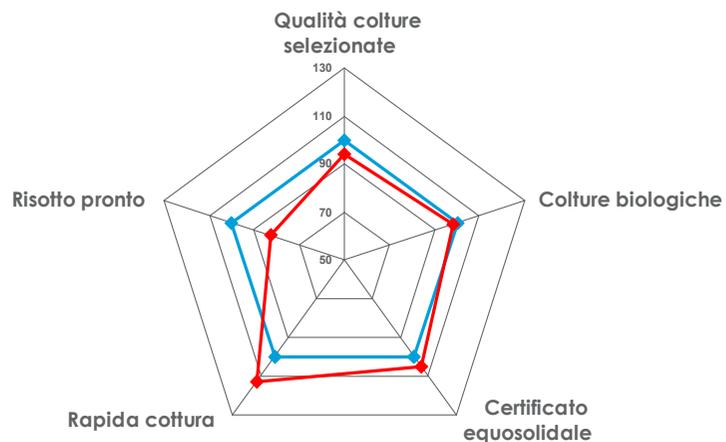
Sono disposto/a a spendere 2 euro in più per acquistare...



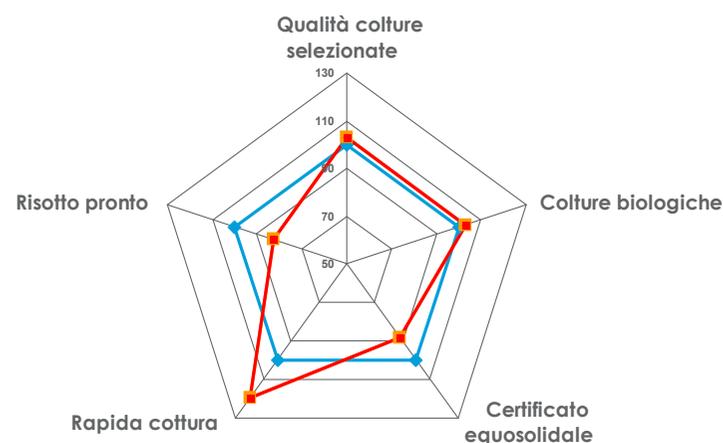
AREA 1



AREA 2



AREA 3



AREA 4

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

nielsen

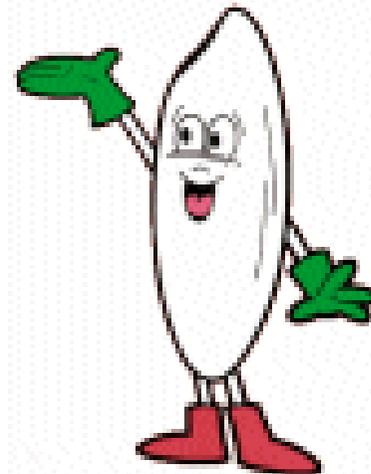


Il mercato del Riso in Italia

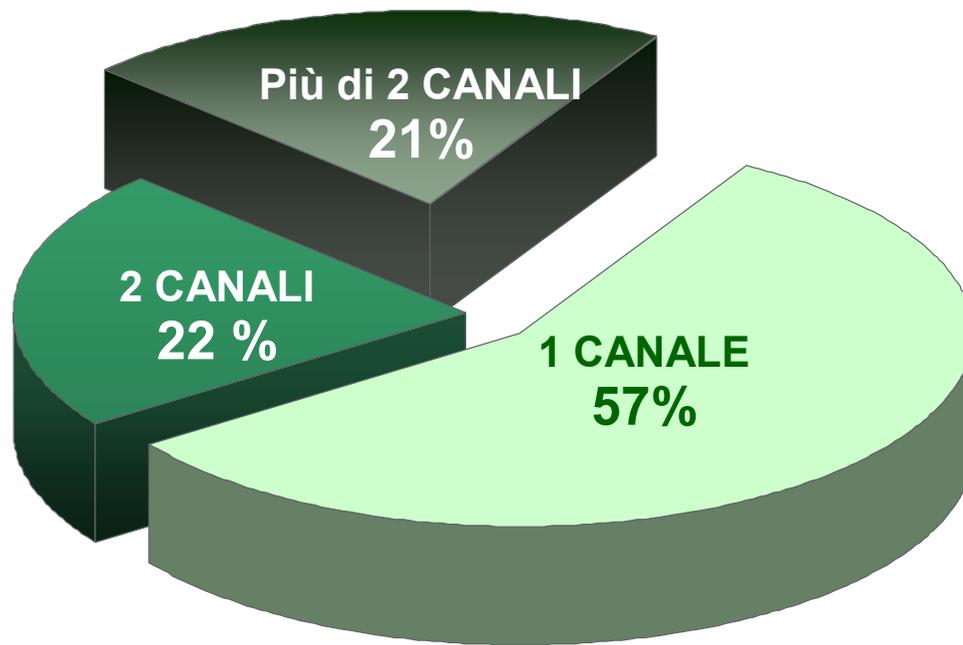
nielsen



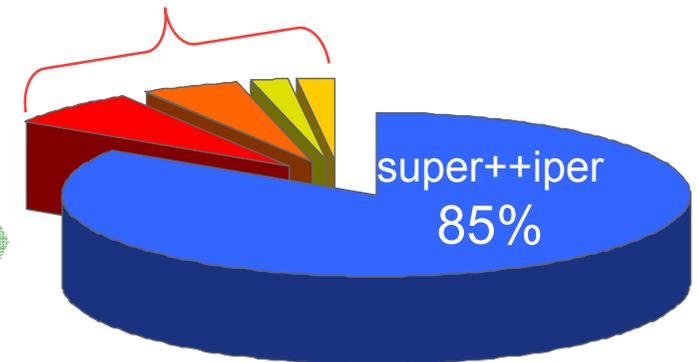
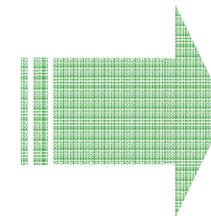
Canale d'acquisto riso *Sezione familiare*



Canale d'acquisto riso in Italia – Quanti..

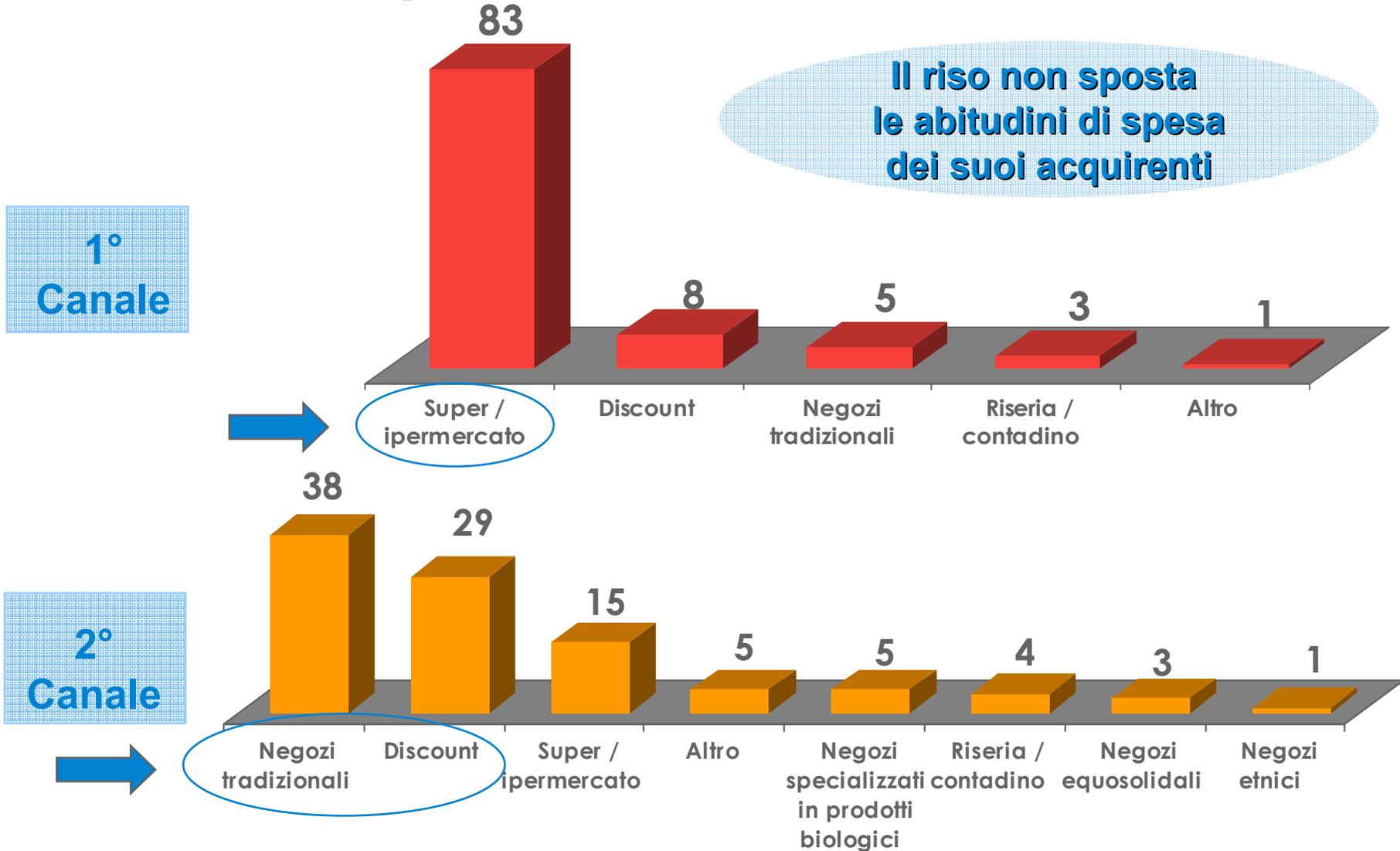


Discount 7% + Tradizionali 5% +
Riseria 2% + Altro 1%
15%



49% famiglie acquirenti riso
si reca **unicamente**
presso super+iper

Canale d'acquisto Riso - Primo + Secondo



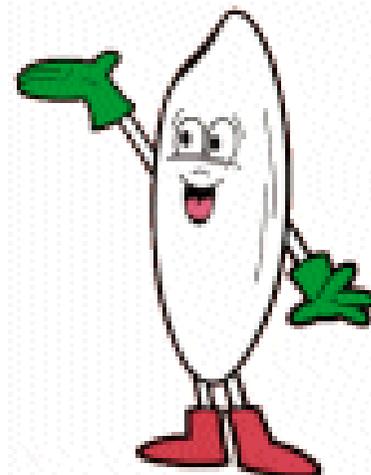
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

nielsen



Lo scaffale del riso in Italia

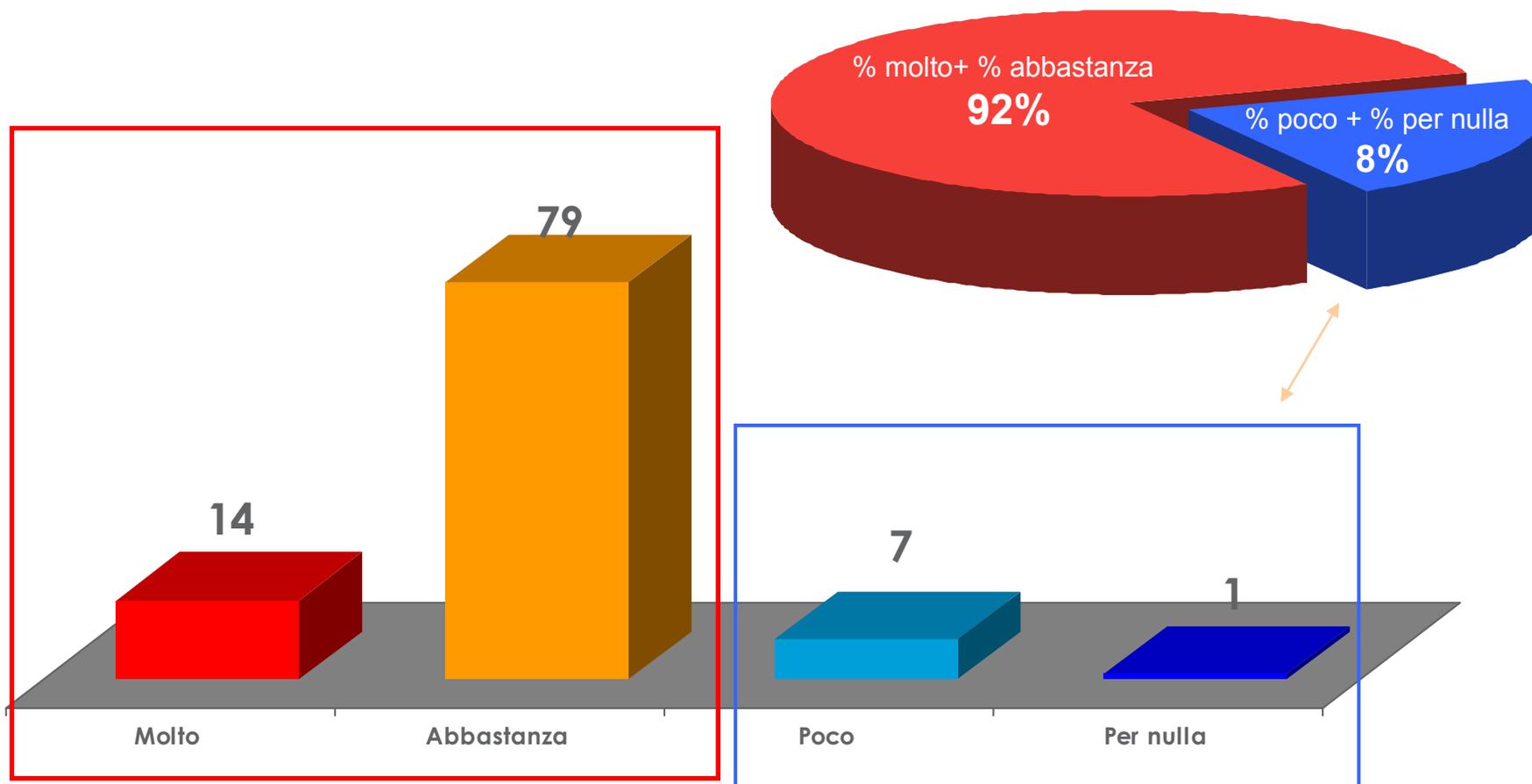
Sezione familiare



Lo scaffale del riso in Italia – Soddisfazione Scaffale

Si ritiene soddisfatto dello scaffale del riso del punto vendita?

(grado di accordo)



Base: totale famiglie italiane acquirenti riso-

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



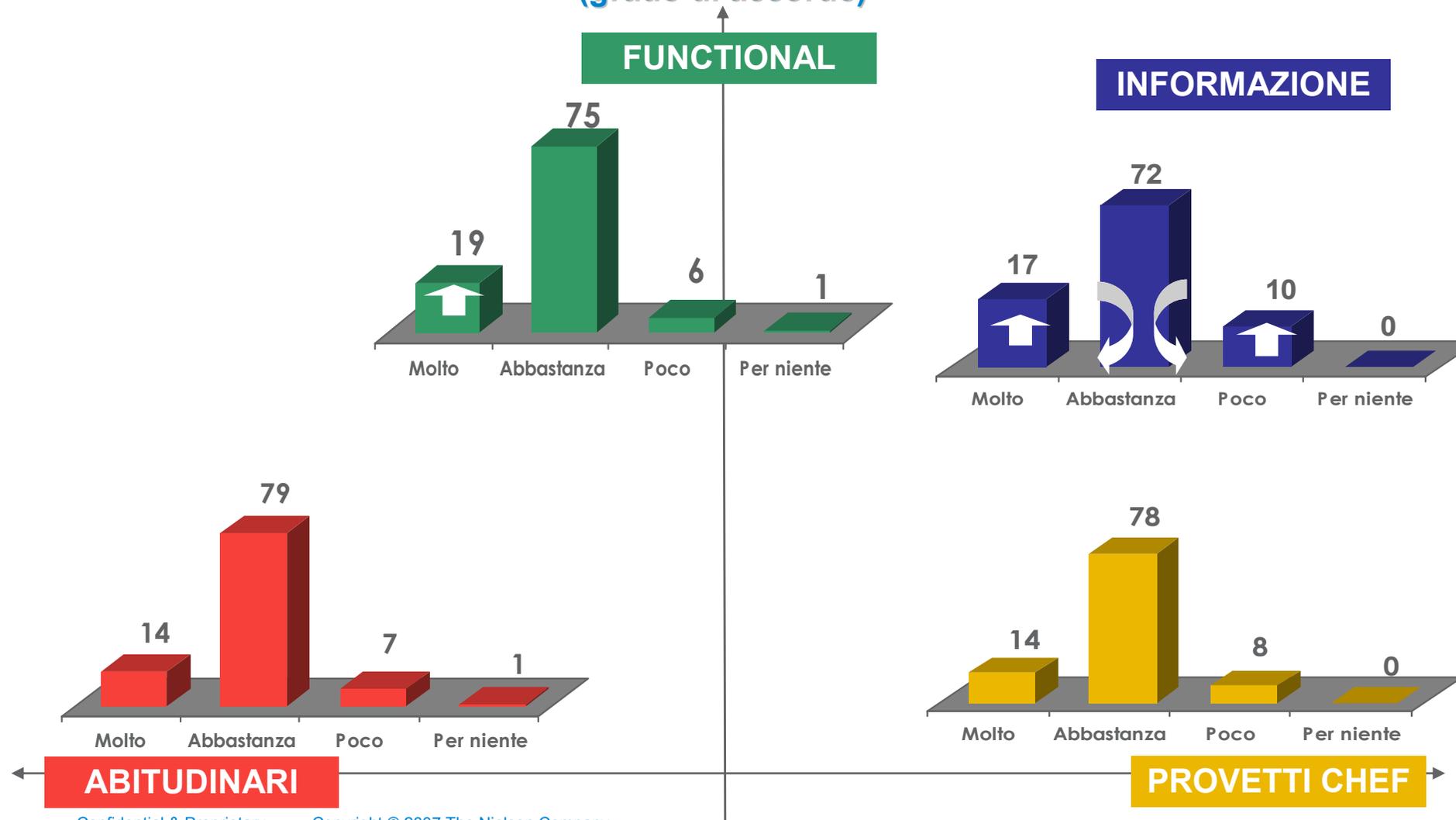
Il mercato del Riso in Italia

Page 54

Lo scaffale del riso in Italia – Soddisfazione Scaffale

Si ritiene soddisfatto dello scaffale del riso del punto vendita?

(grado di accordo)

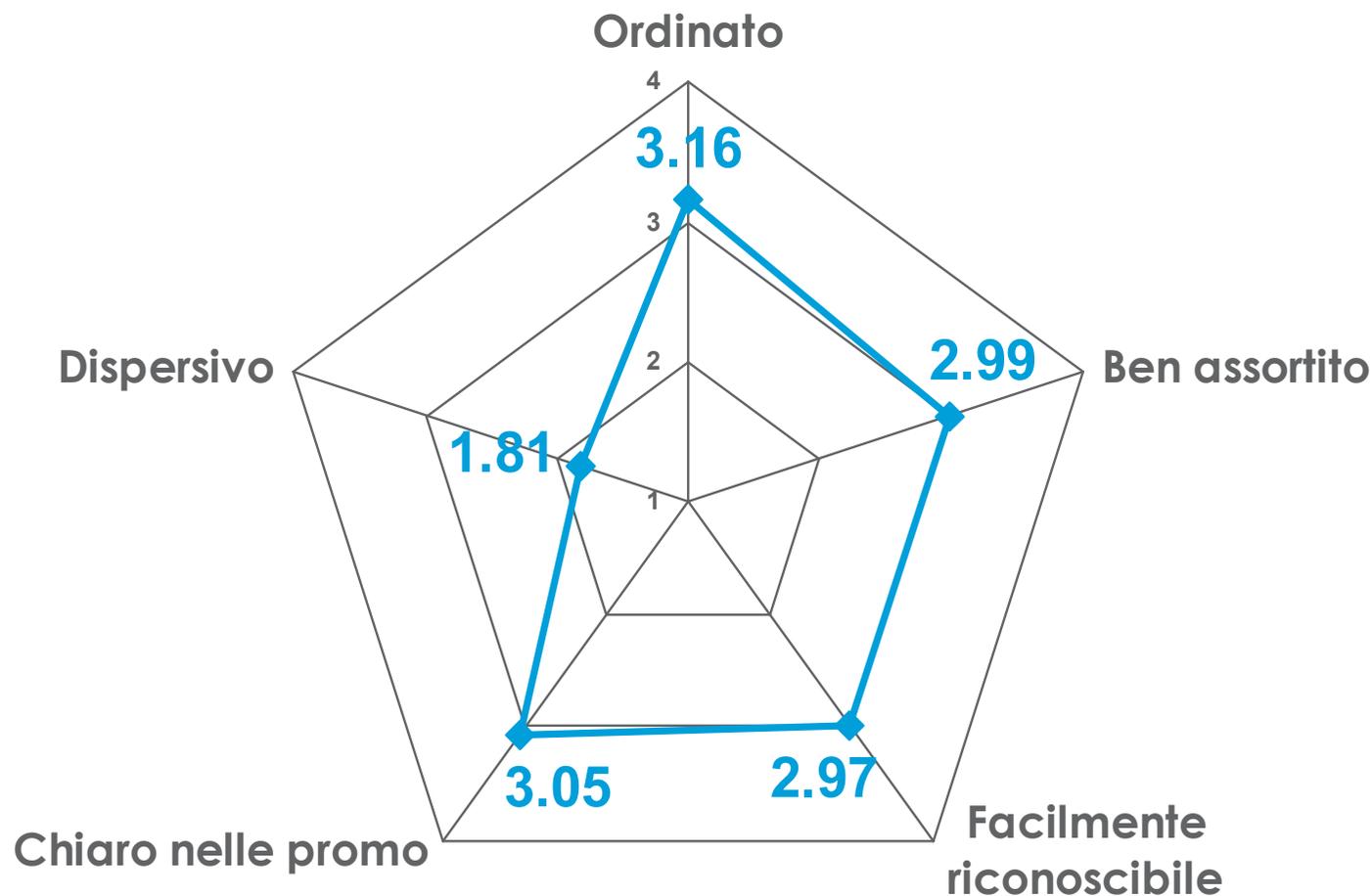


Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Lo scaffale del riso in Italia

Giudizio variabili manifeste



Base: totale famiglie italiane acquirenti riso su ogni Insegna

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

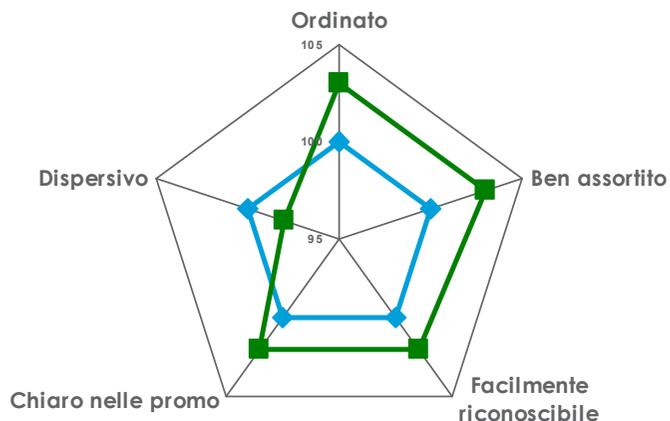


Il mercato del Riso in Italia

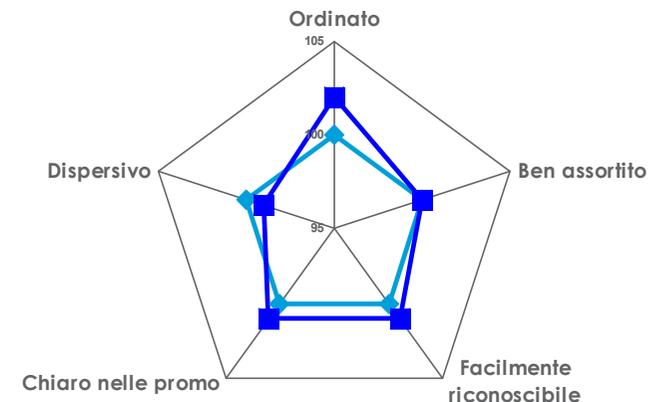
Page 56

Lo scaffale del riso in Italia – Giudizio Scaffale

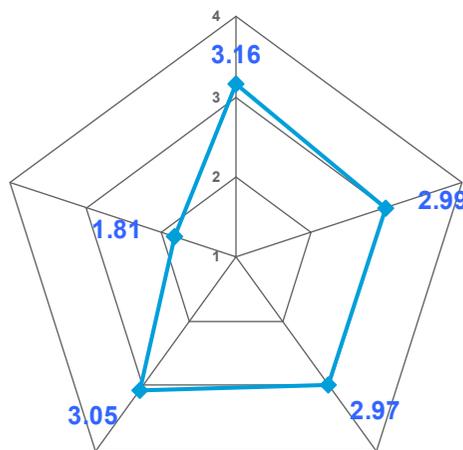
FUNCTIONAL



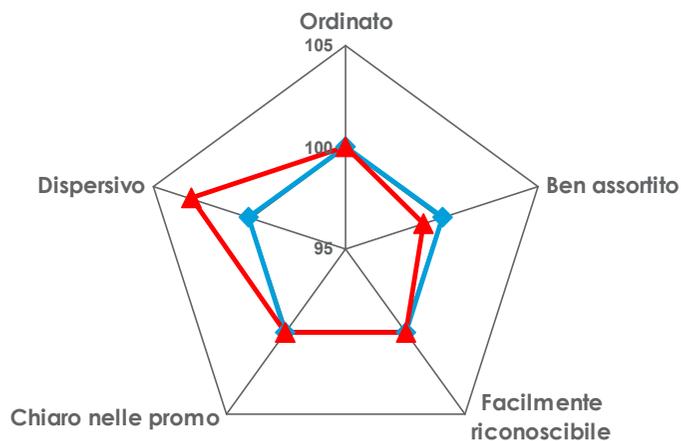
INFORMAZIONE



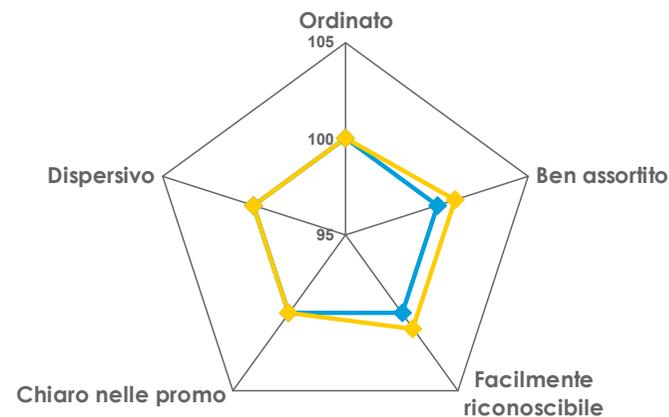
ITALIA



ABITUDINARI



PROVETTI CHEF



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

nielsen

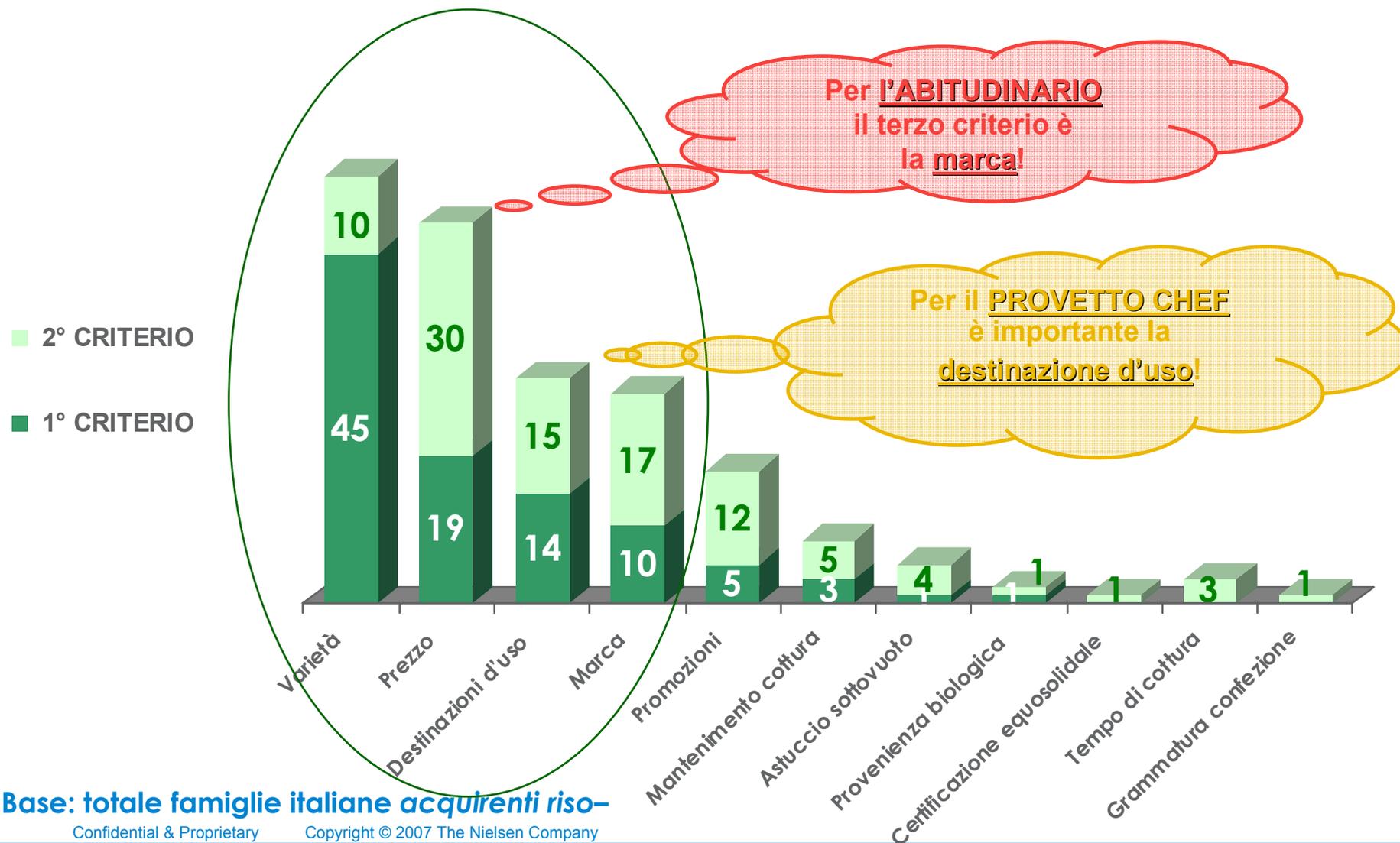


Il mercato del Riso in Italia

Page 57

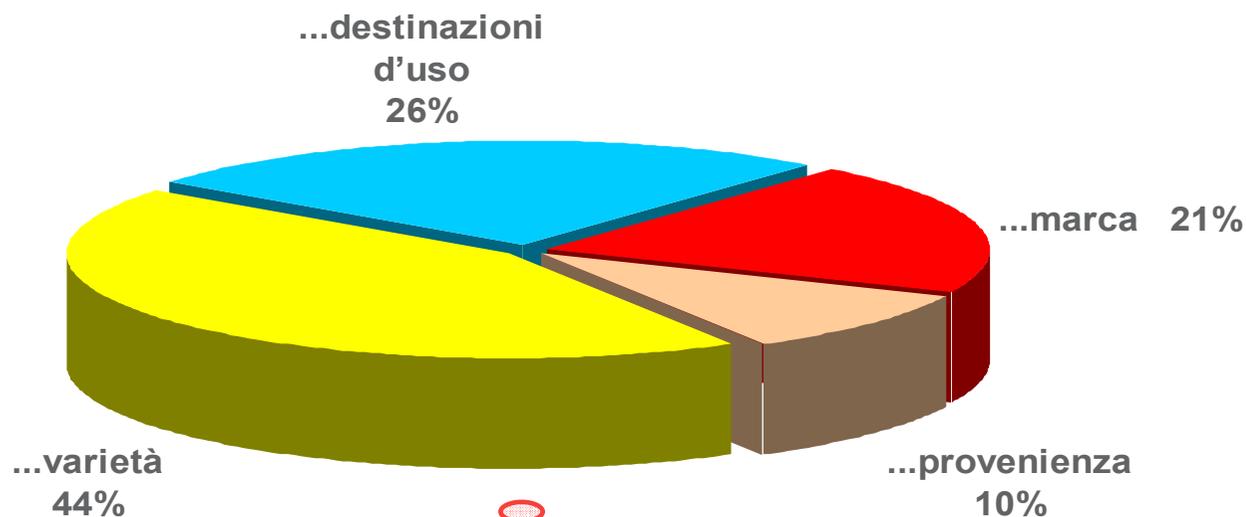
Lo scaffale del riso in Italia - Driver di scelta

1° e 2° Criterio a scaffale



Lo scaffale del riso in Italia – Layout Riso

Come vorrebbe vedere organizzato lo scaffale del riso all'interno dei super+iper? Ordinato...



Per l'ABITUDINARIO dovrebbe essere organizzato in base alla varietà e alla marca

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

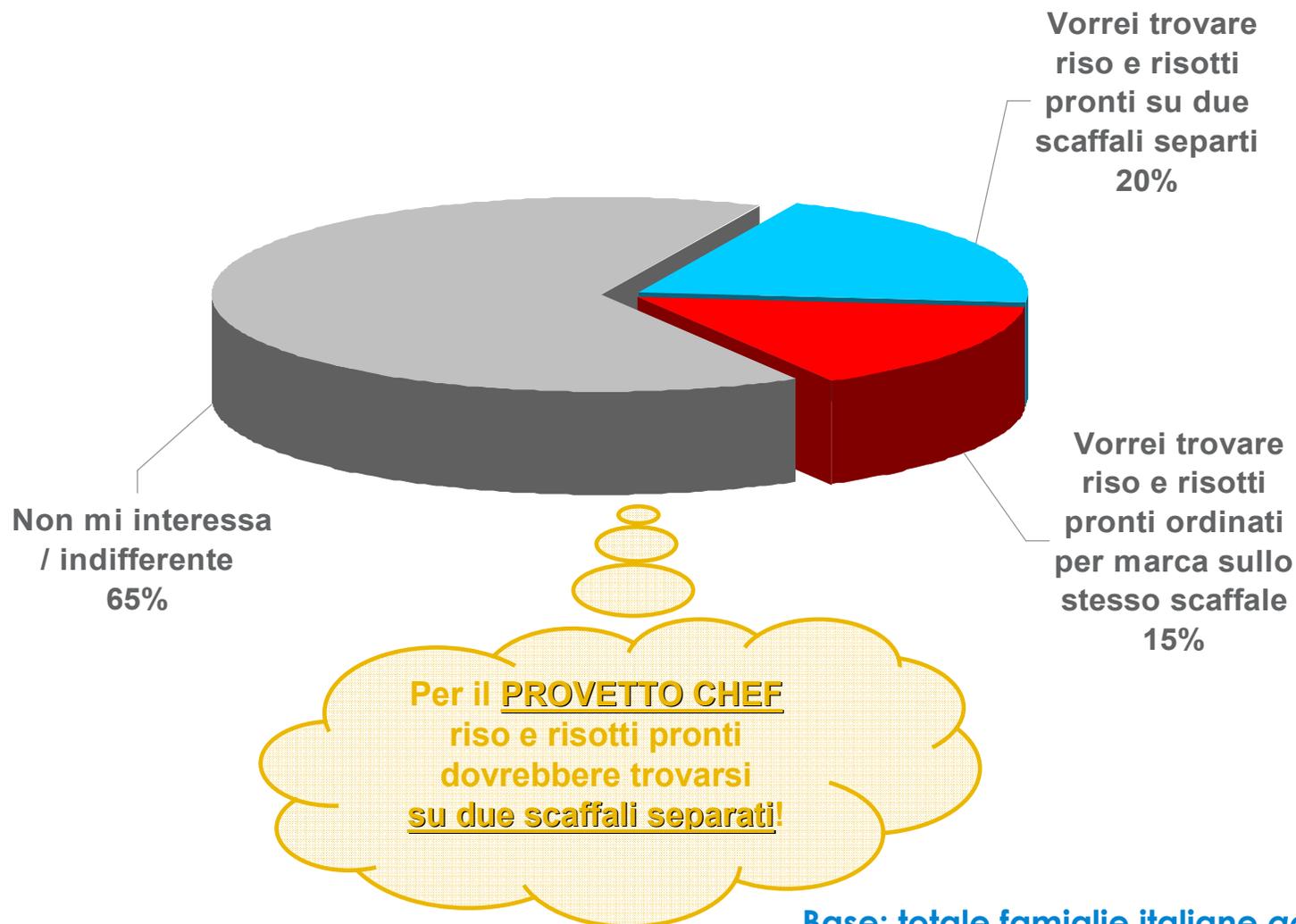


Il mercato del Riso in Italia

Page 59

Lo scaffale del riso in Italia – Layout Riso

Organizzazione riso e risotti pronti...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso

nielsen

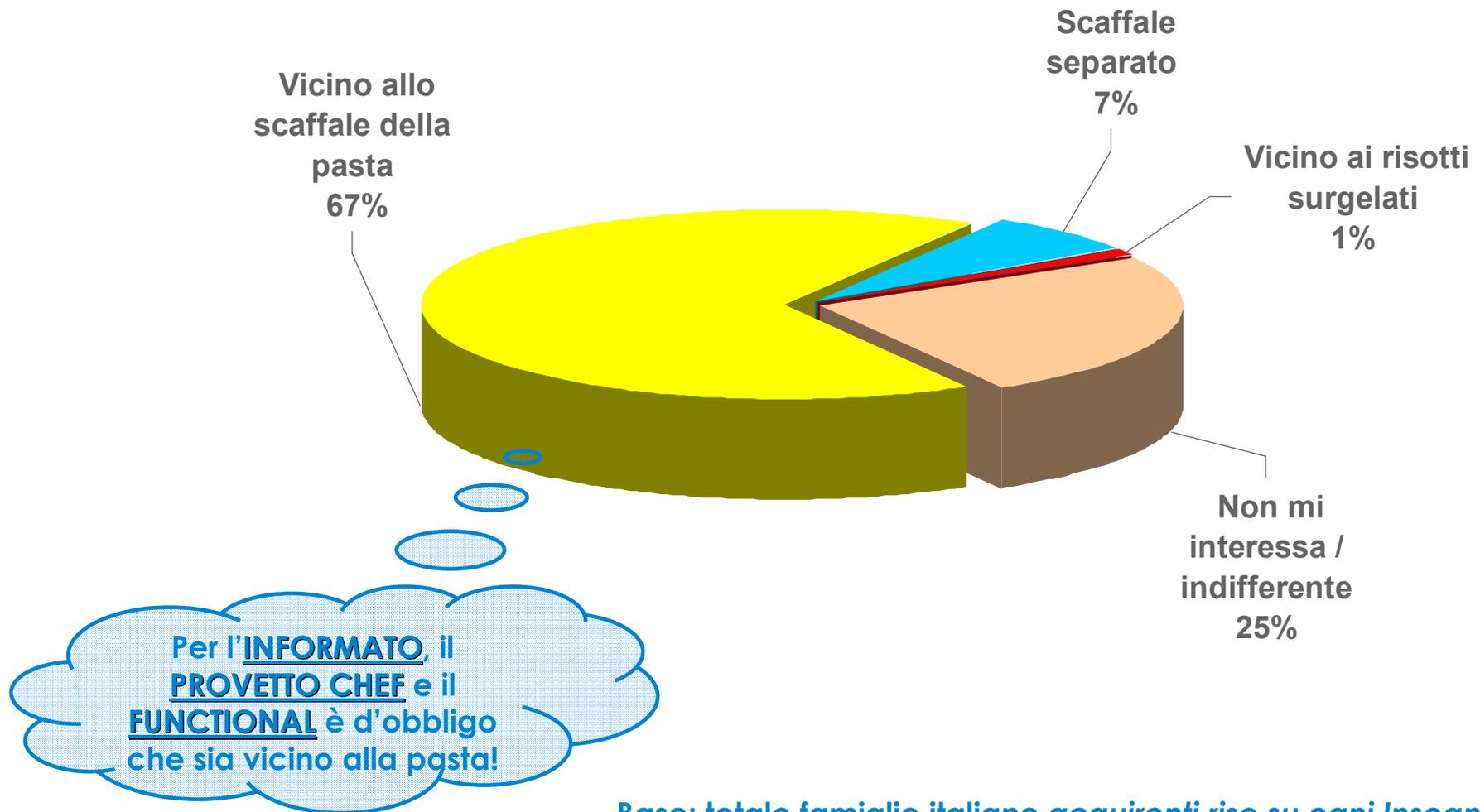


Il mercato del Riso in Italia

Page 60

Lo scaffale del riso in Italia – Layout Riso

Dove vorrebbe vedere posizionato lo scaffale del riso?

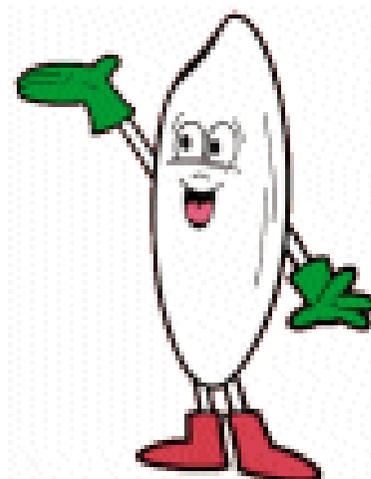


Base: totale famiglie italiane acquirenti riso su ogni insegna-

nielsen



Lo scaffale del riso nelle Insegne *Sezione familiare*



Lo scaffale del riso in Italia - Overall Rating Insegna

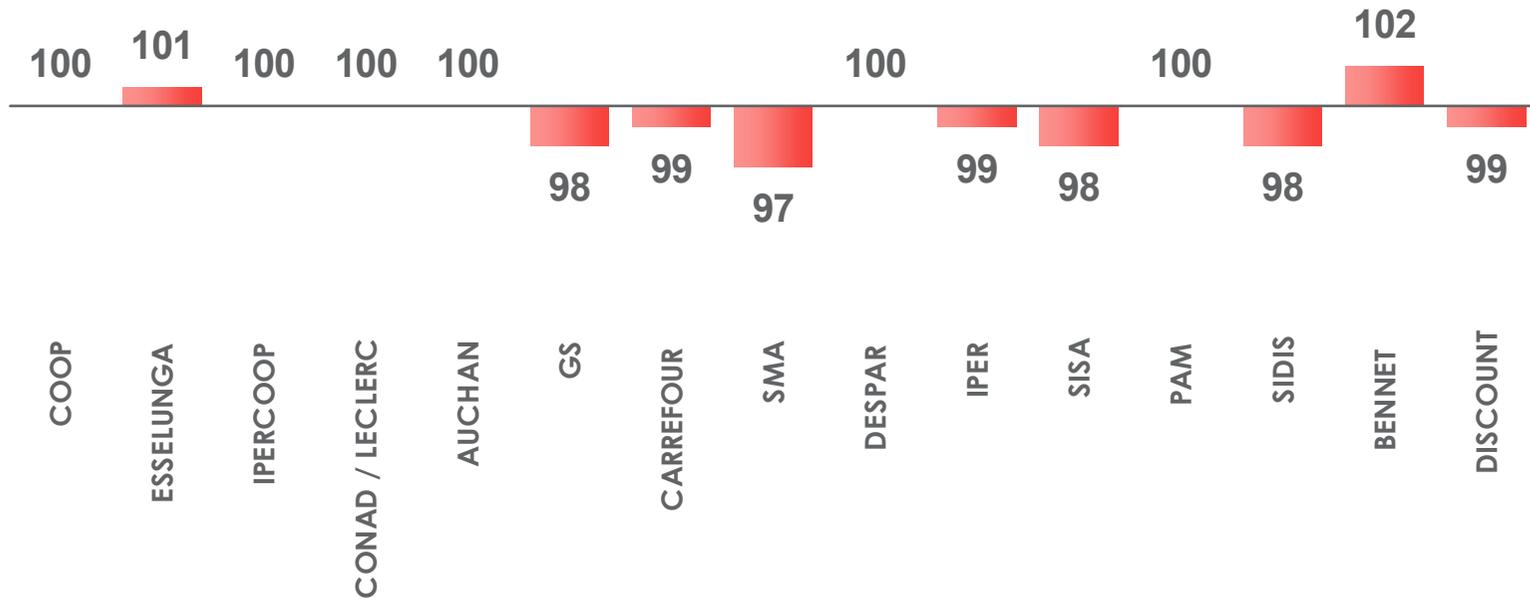
Si ritiene soddisfatto dello scaffale del riso del punto vendita?

(molto+ abbastanza)

Above Average



Media Italia molto+ abbastanza 92% = 100



Below Average

Lo scaffale del riso in Italia - Overall Rating Insegna

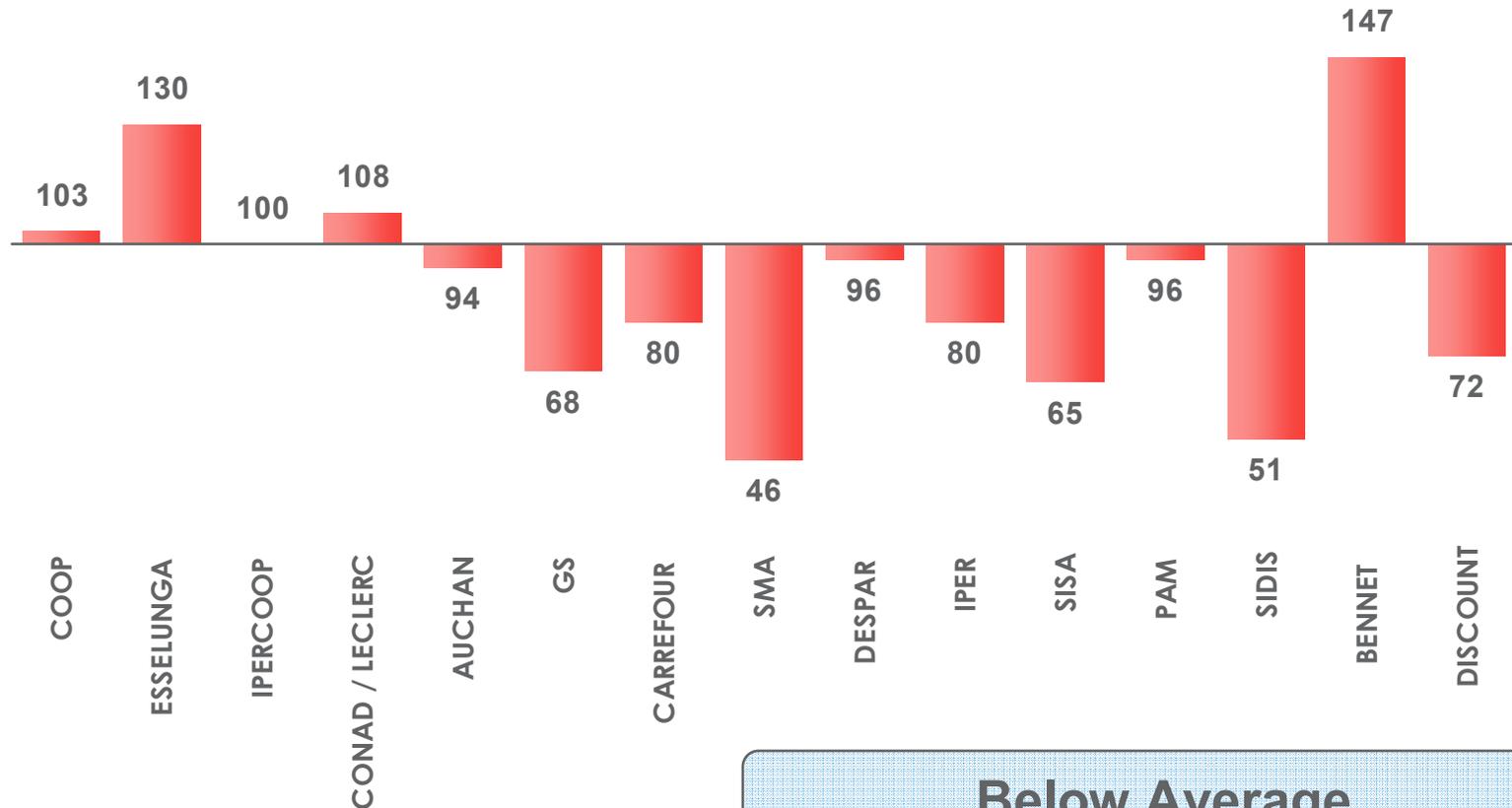
Si ritiene soddisfatto dello scaffale del riso del punto vendita?

(molto)

Above Average



Media Italia molto 14% = 100

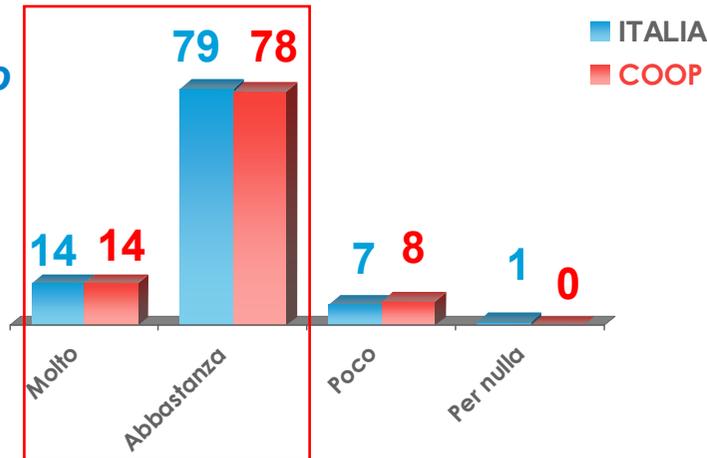


Below Average

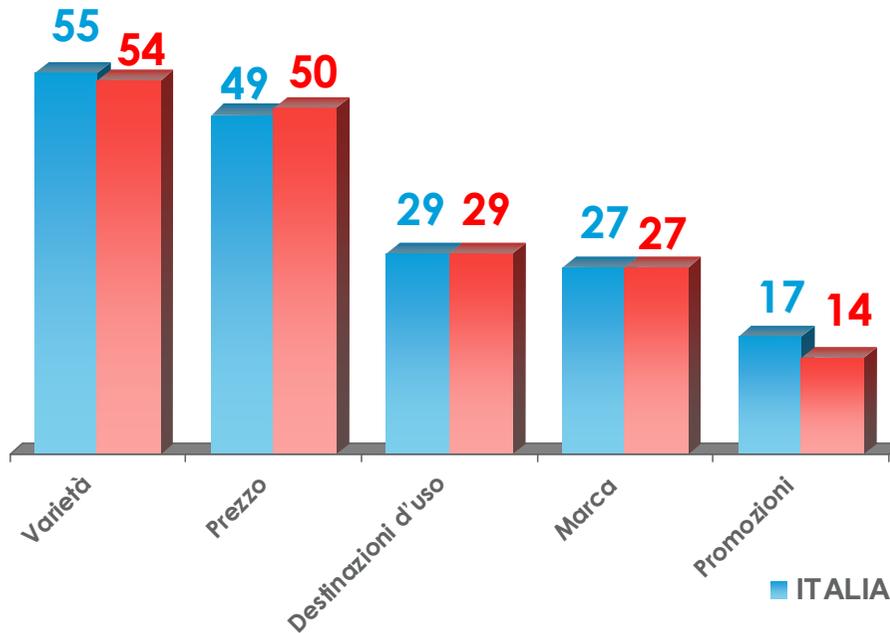
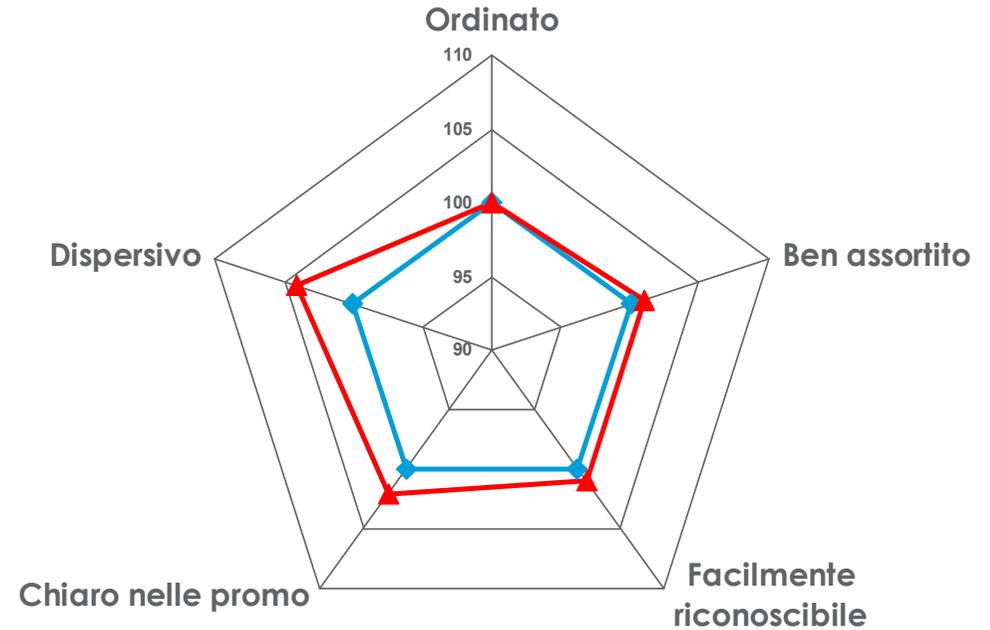
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

■ ITALIA ■ COOP

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Coop

nielsen



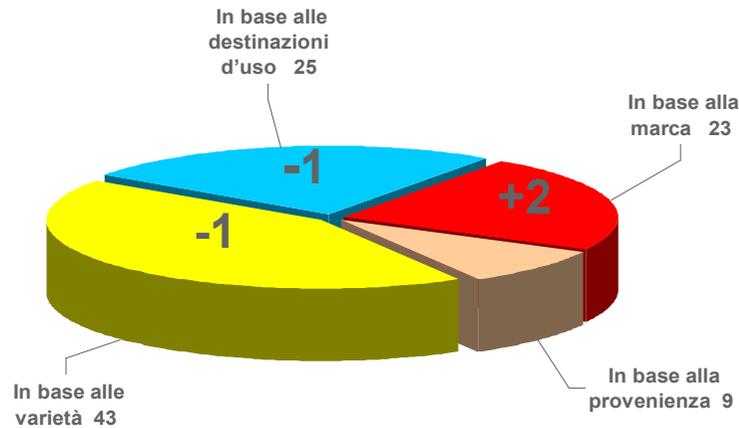
Il mercato del Riso in Italia

Page 65

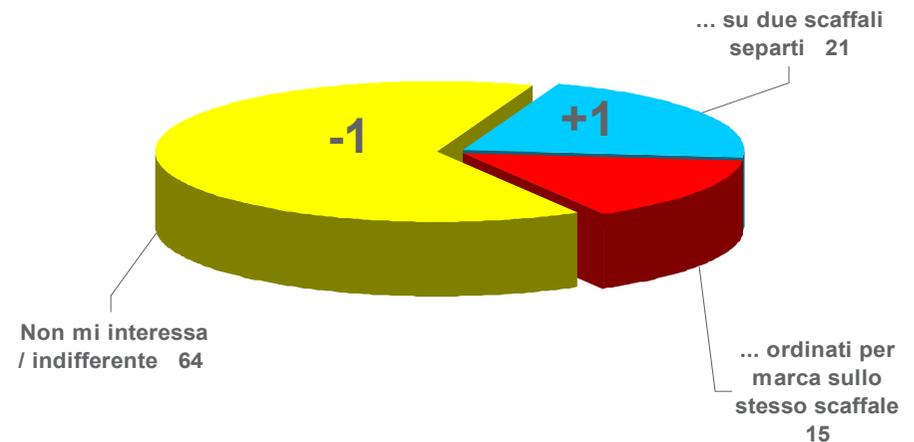
Lo scaffale del riso nelle Insegne



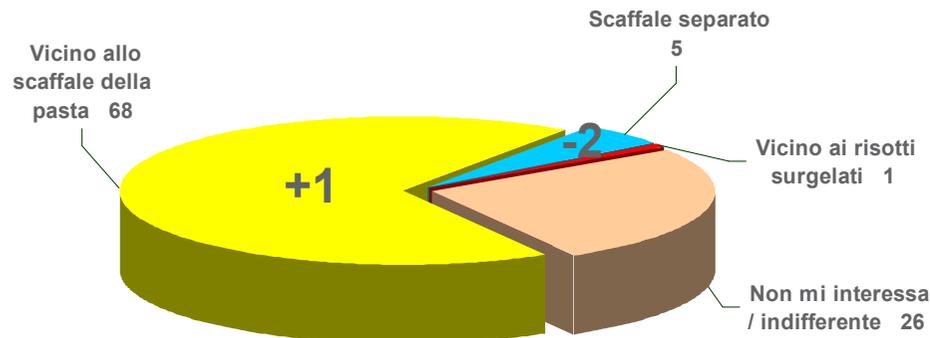
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

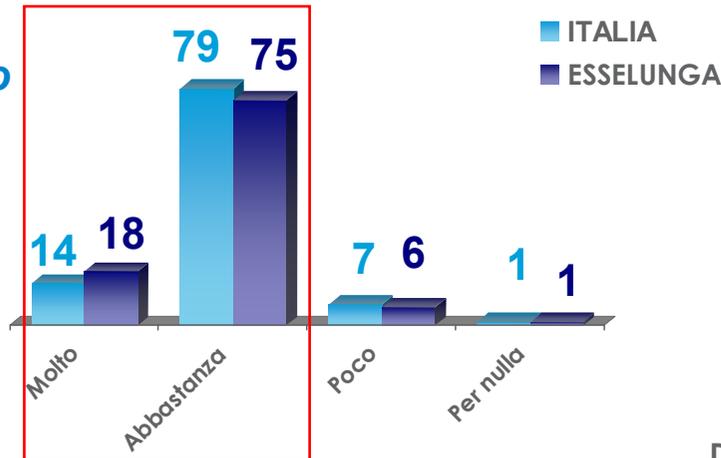
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Coop

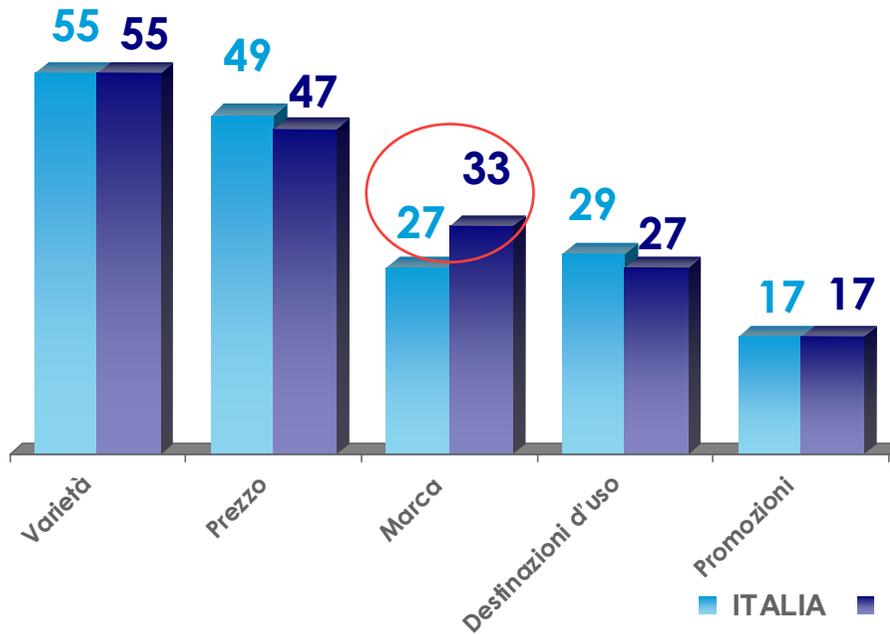
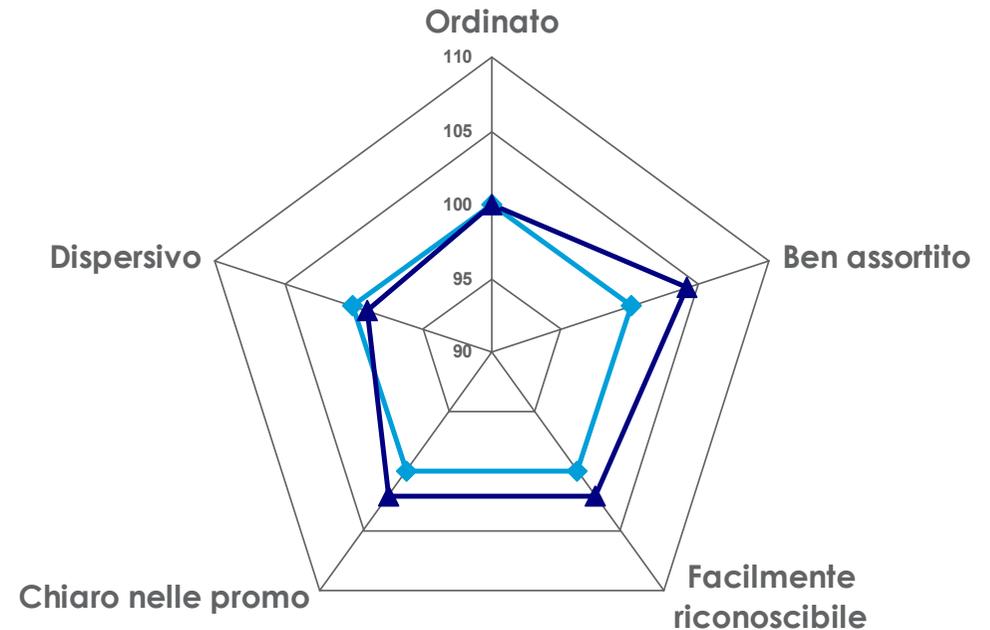
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Confidential & Proprietary

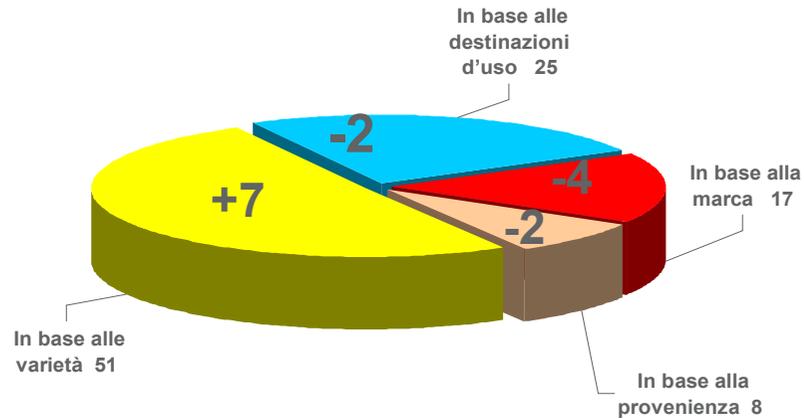
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Esselunga

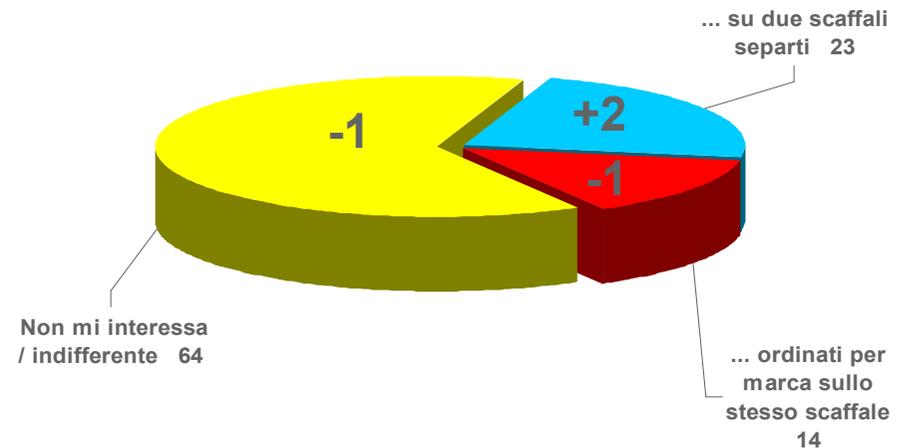
Lo scaffale del riso nelle Insegne



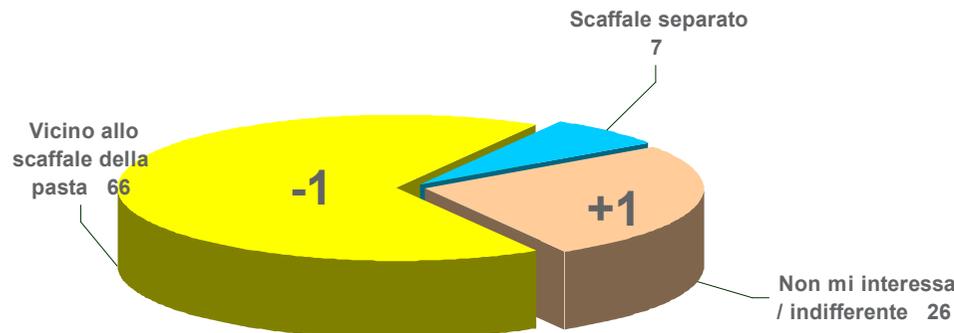
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



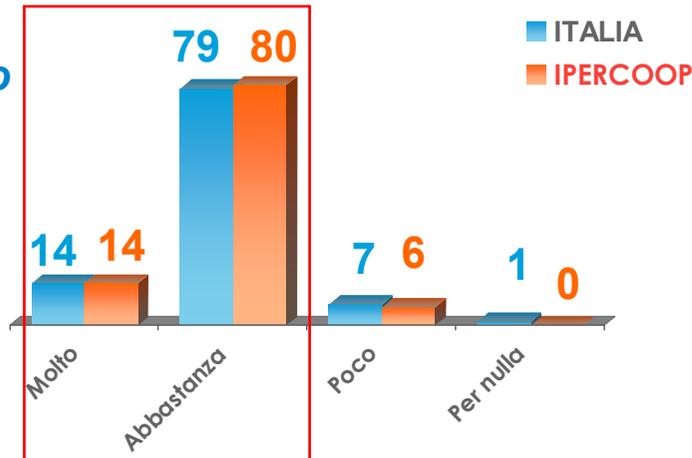
Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

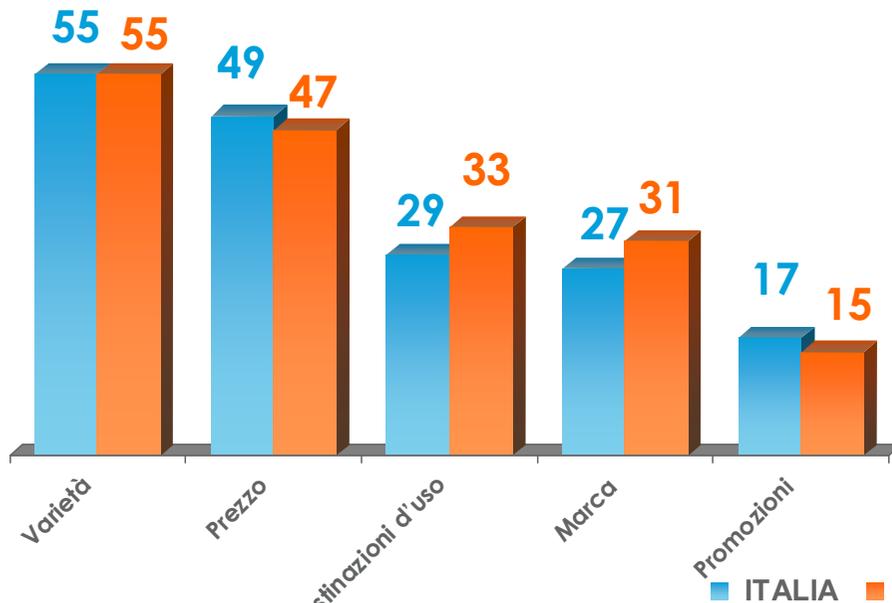
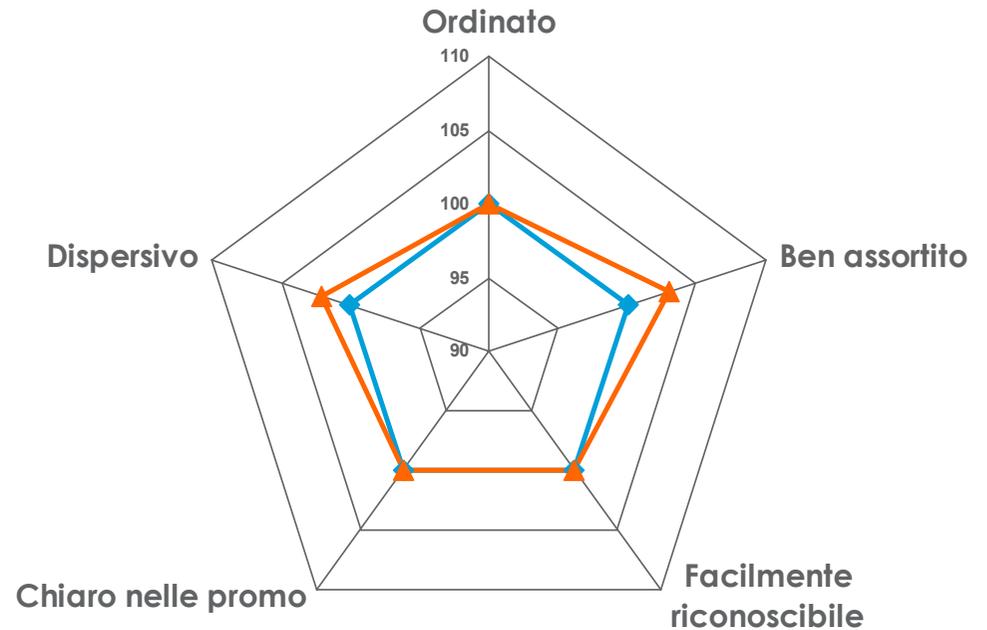
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Esselunga

Lo scaffale del riso nelle Insegne

Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

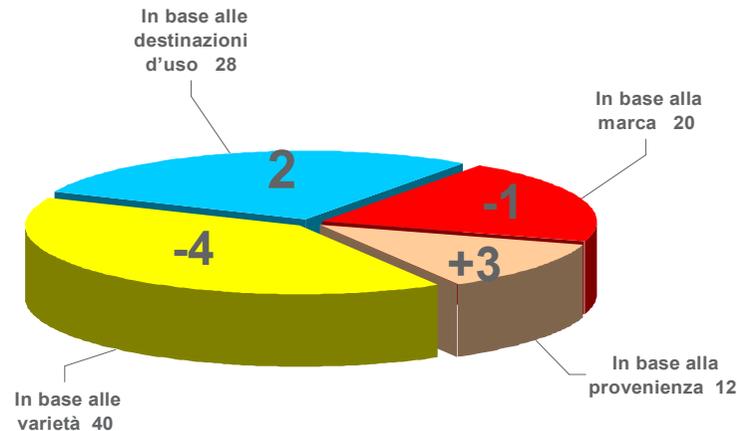
Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

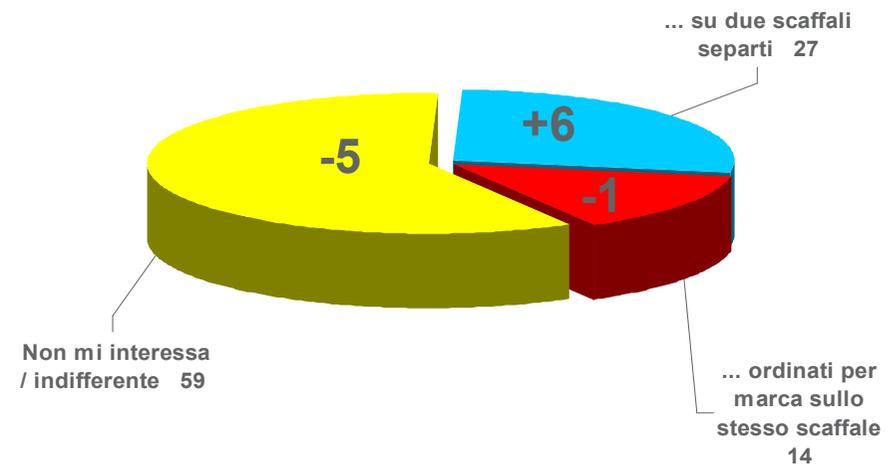
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Ipercoop

Lo scaffale del riso nelle Insegne

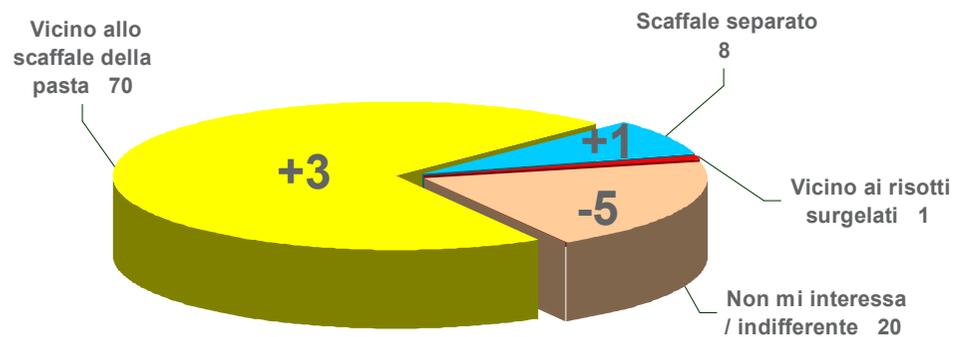
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



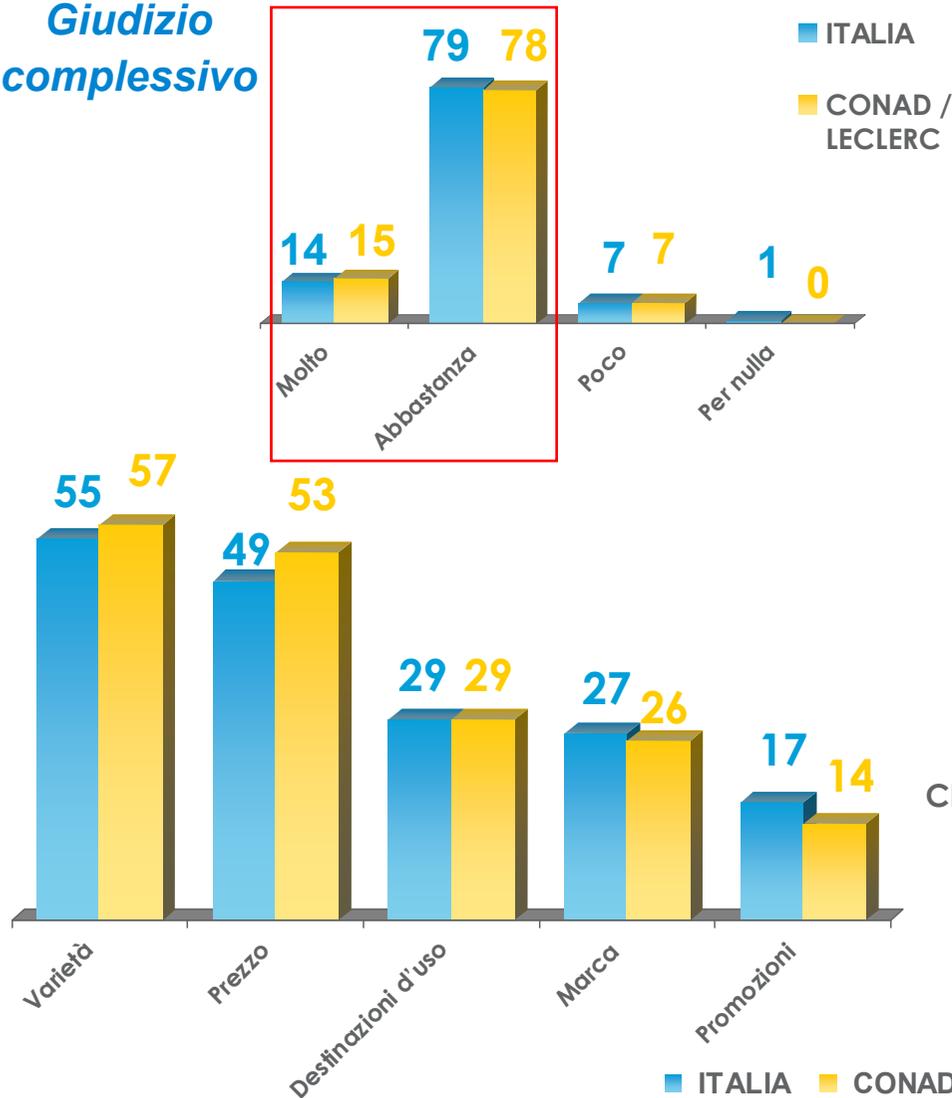
Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

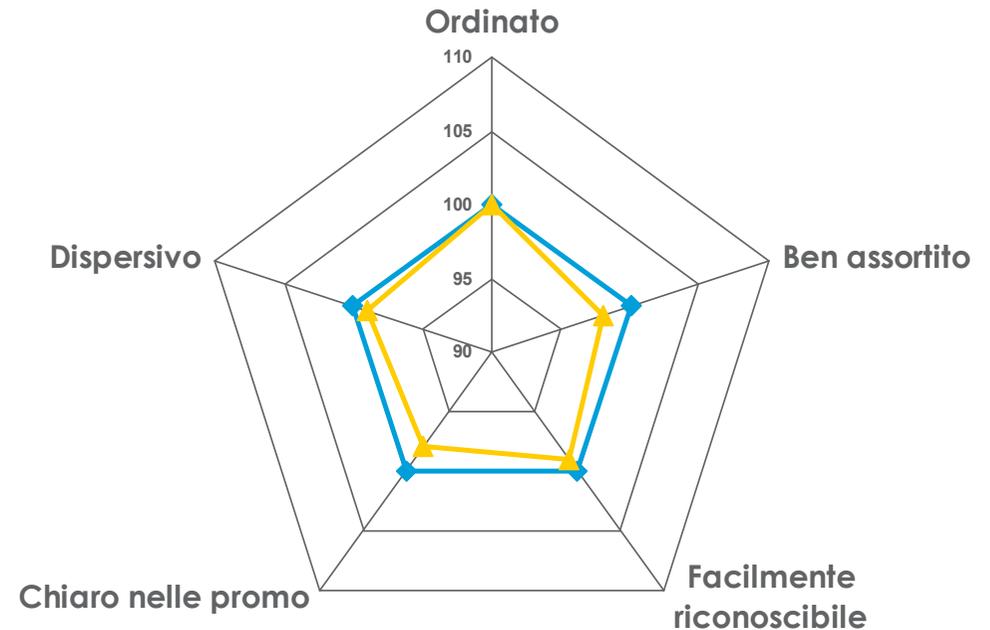
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Ipercoop

Lo scaffale del riso nelle Insegne

Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Conad

nielsen

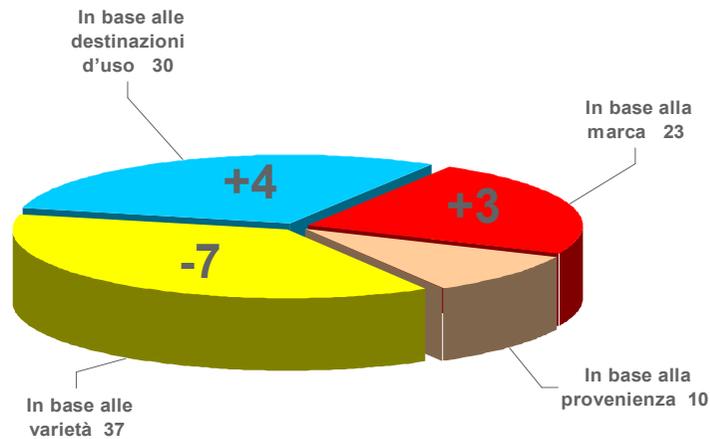


Il mercato del Riso in Italia

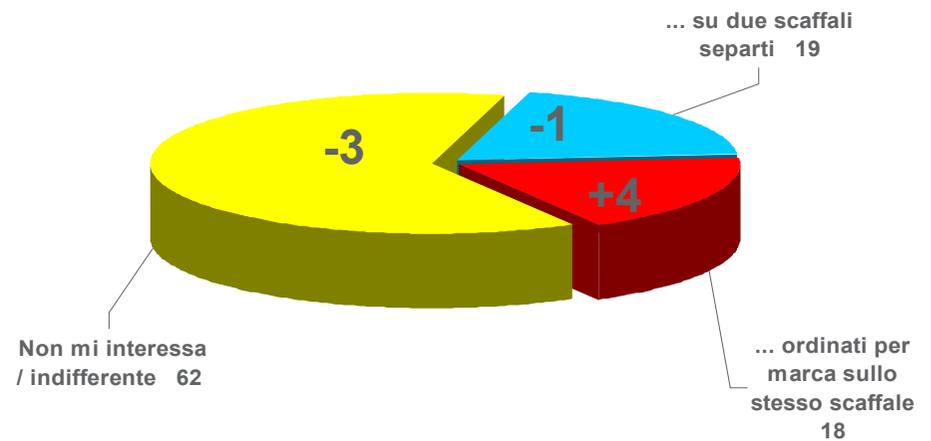
Page 71

Lo scaffale del riso nelle Insegne

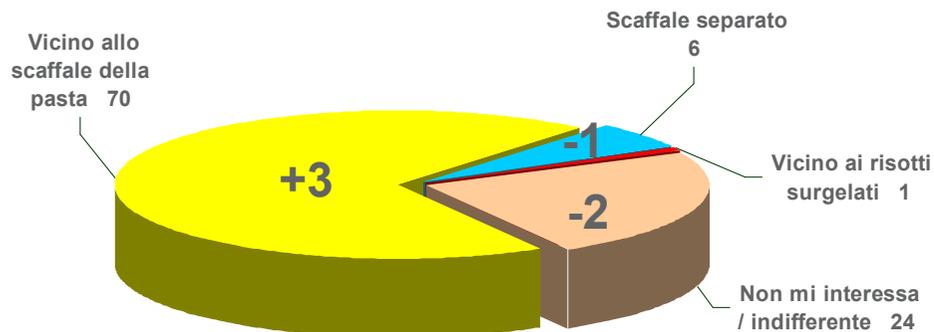
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

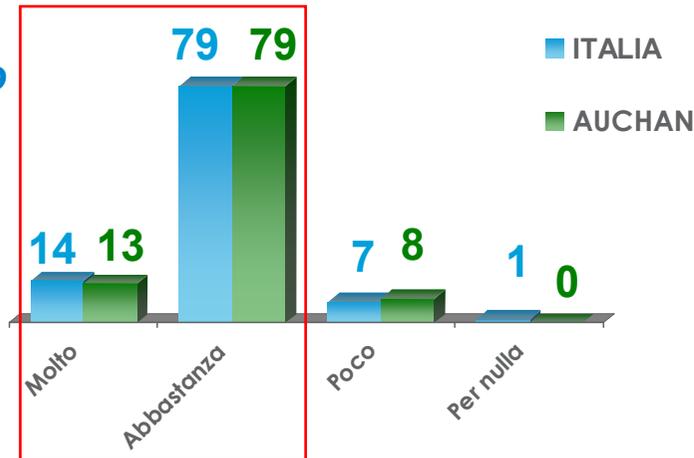
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Conad

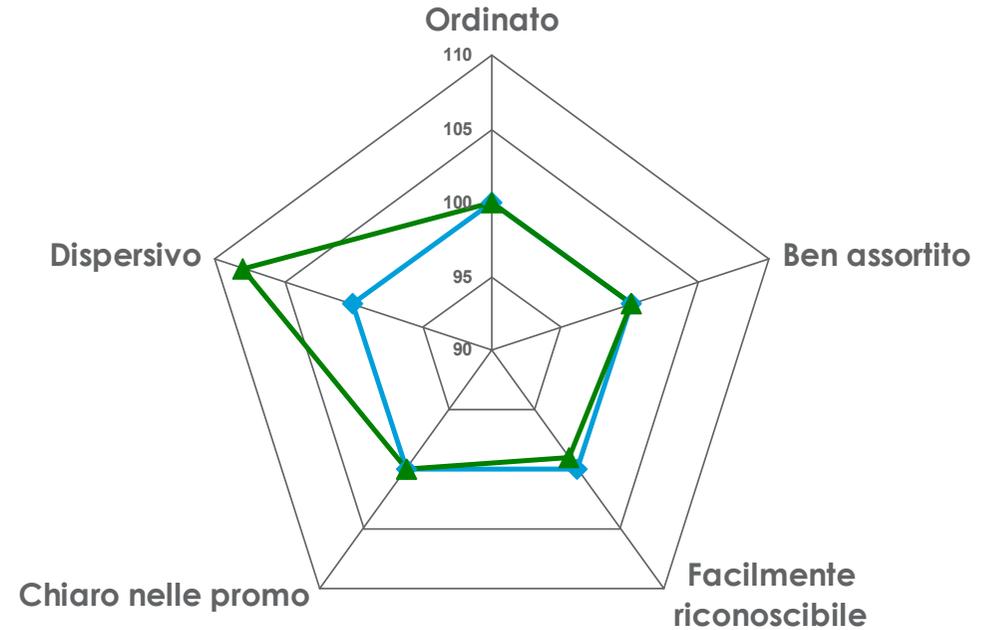
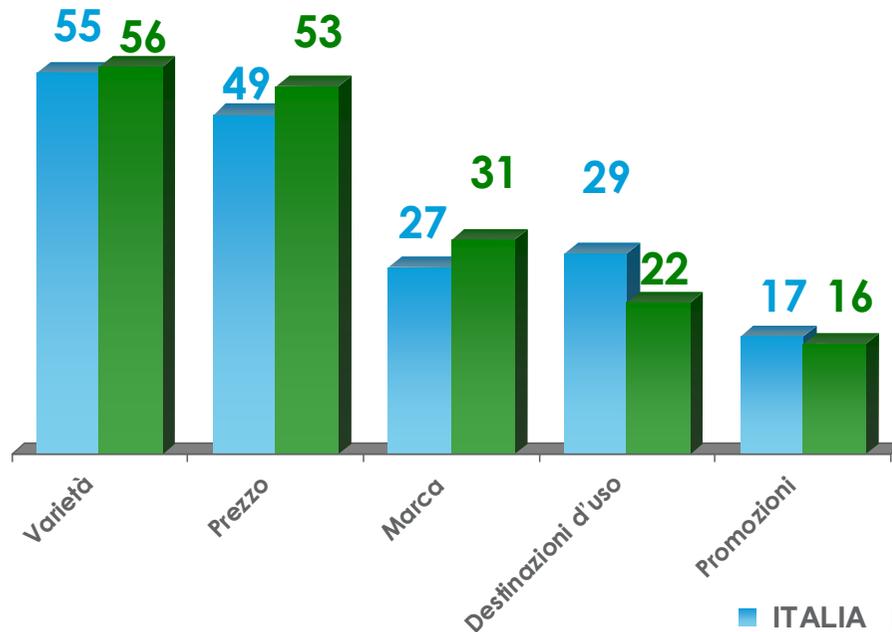
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Confidential & Proprietary

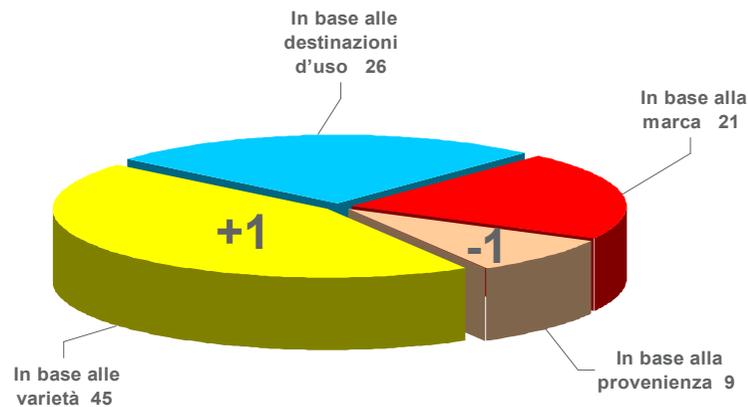
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Auchan

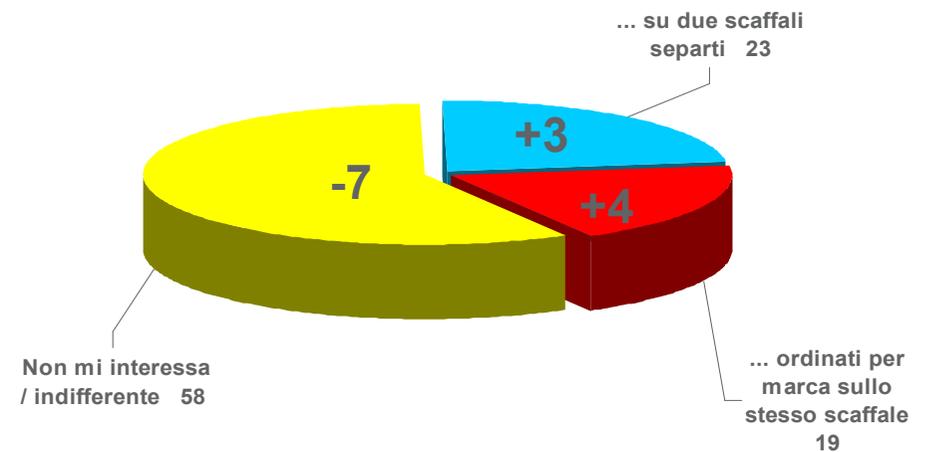
Lo scaffale del riso nelle Insegne



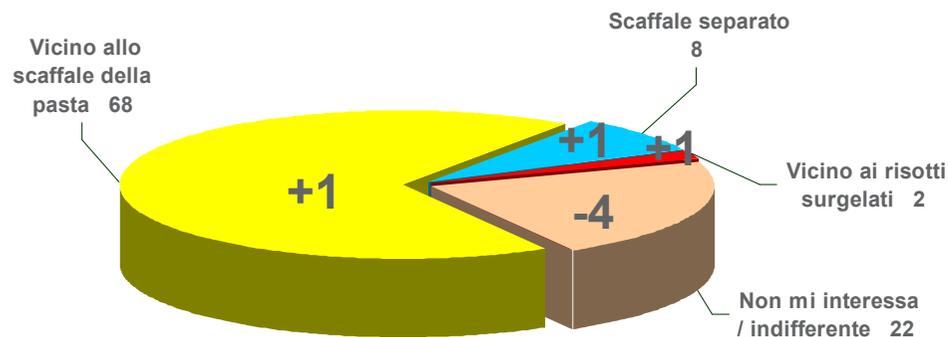
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

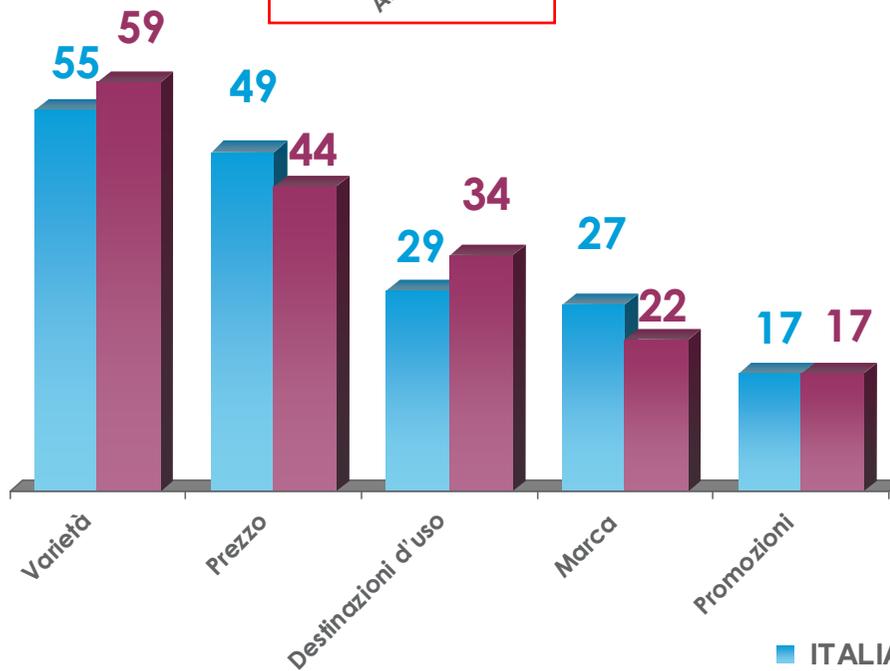
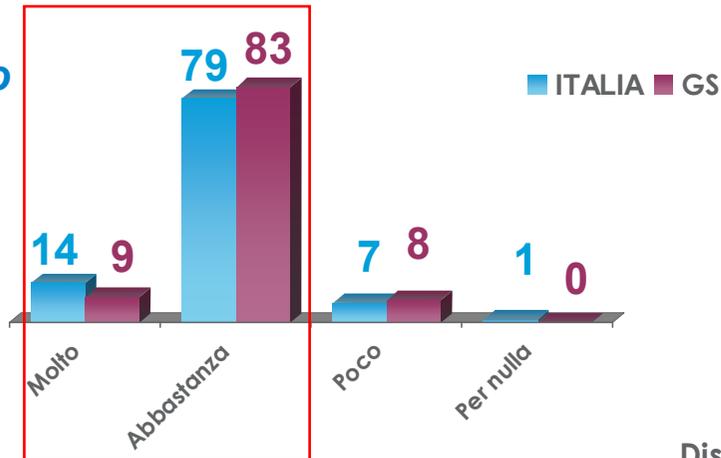
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Auchan

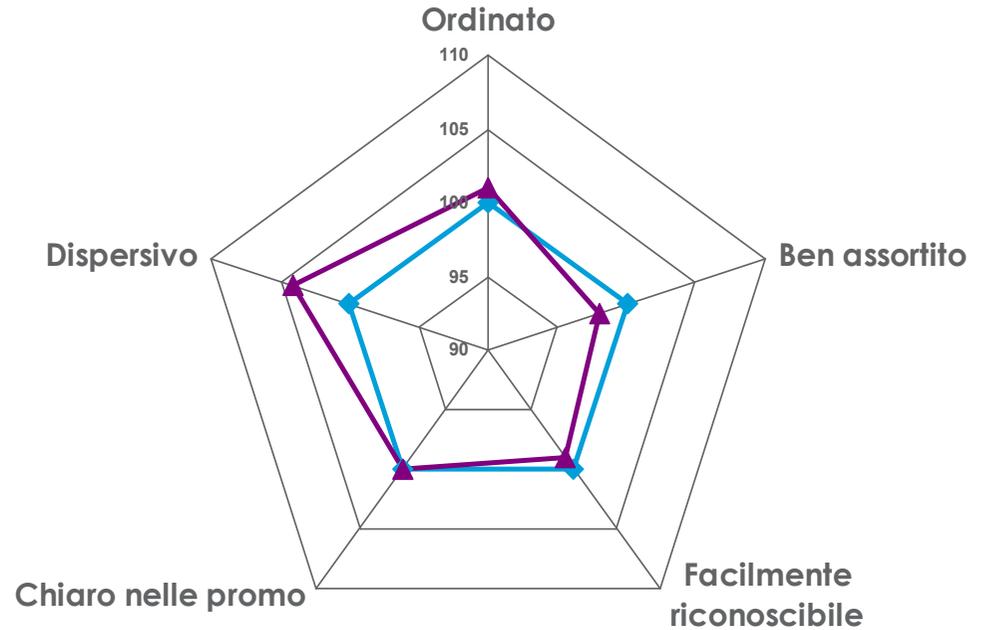
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

■ ITALIA ■ GS

Confidential & Proprietary

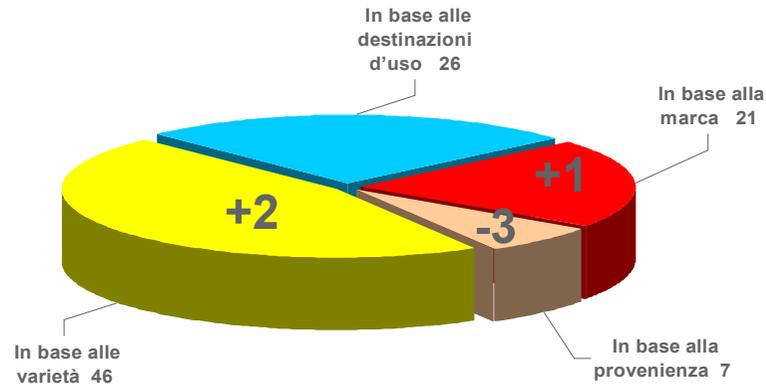
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso GS

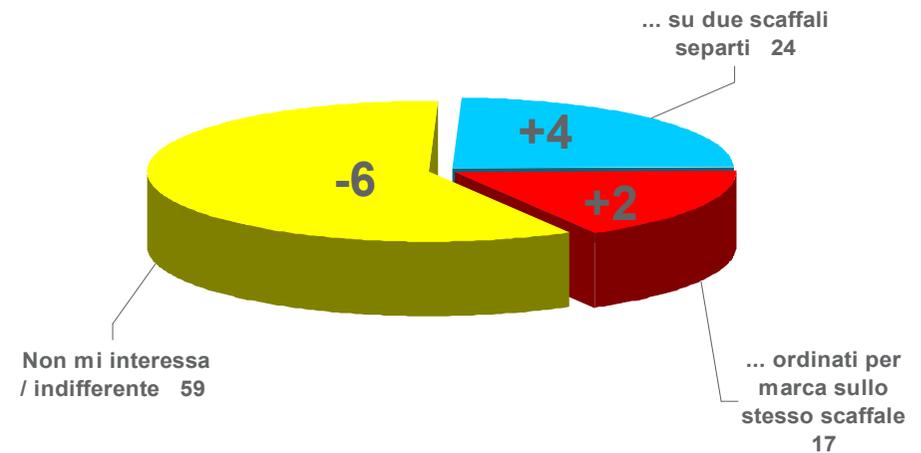
Lo scaffale del riso nelle Insegne



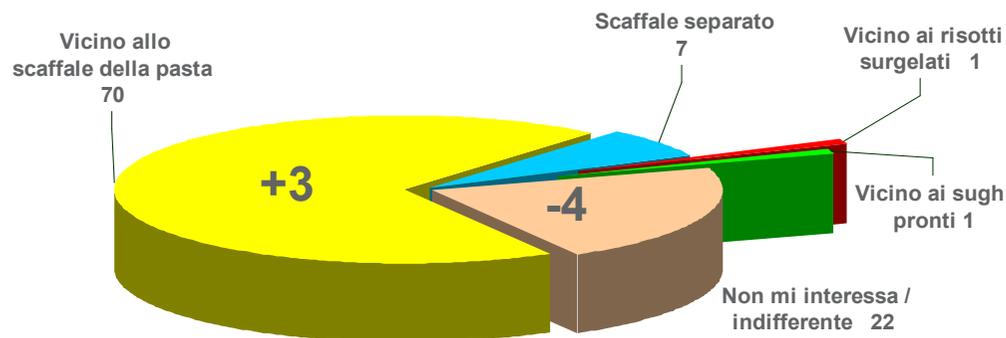
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

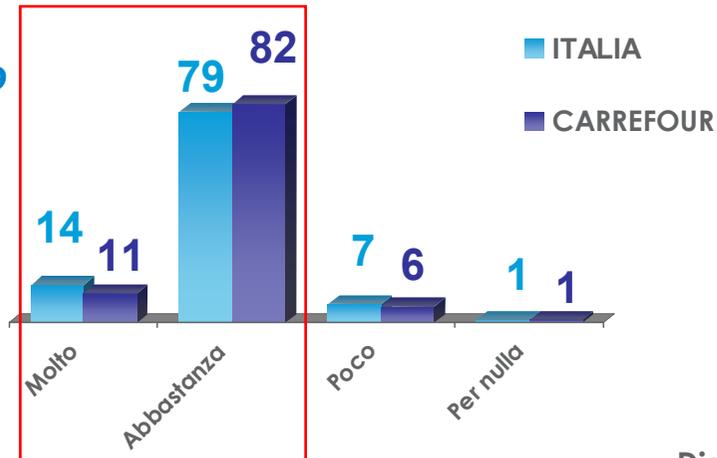
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso GS

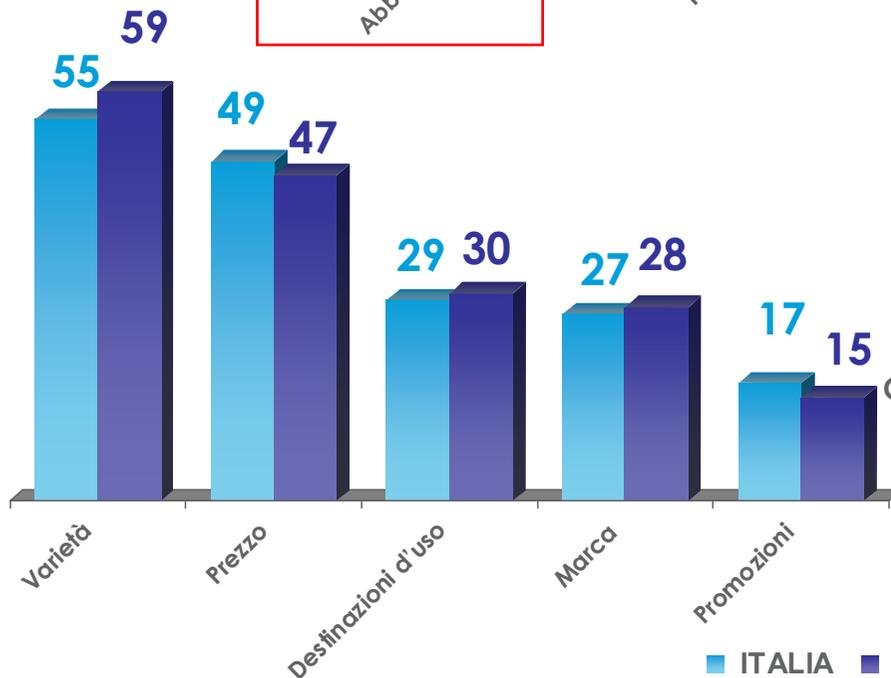
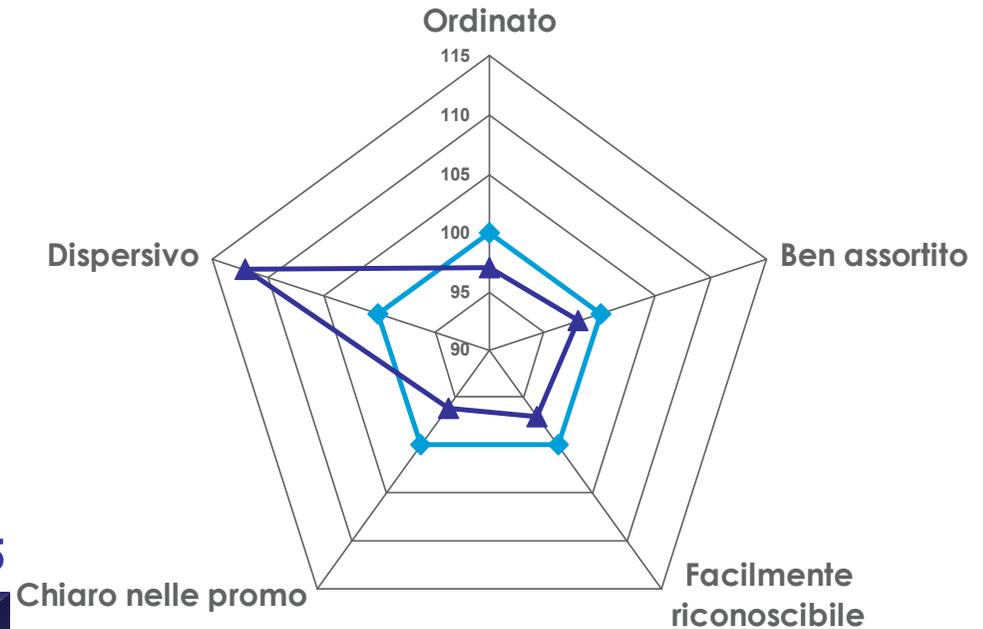
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Confidential & Proprietary

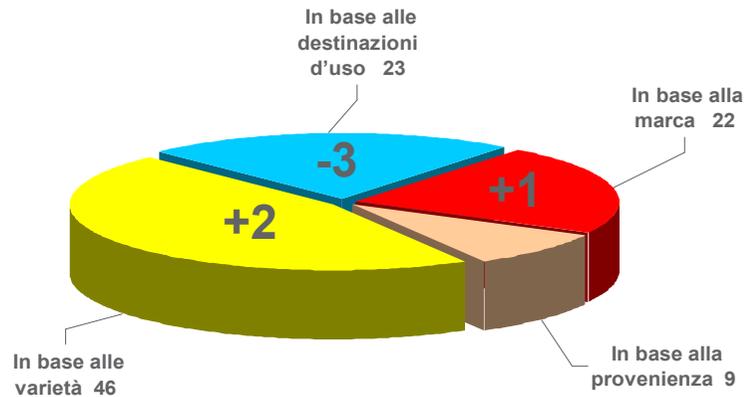
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Carrefour

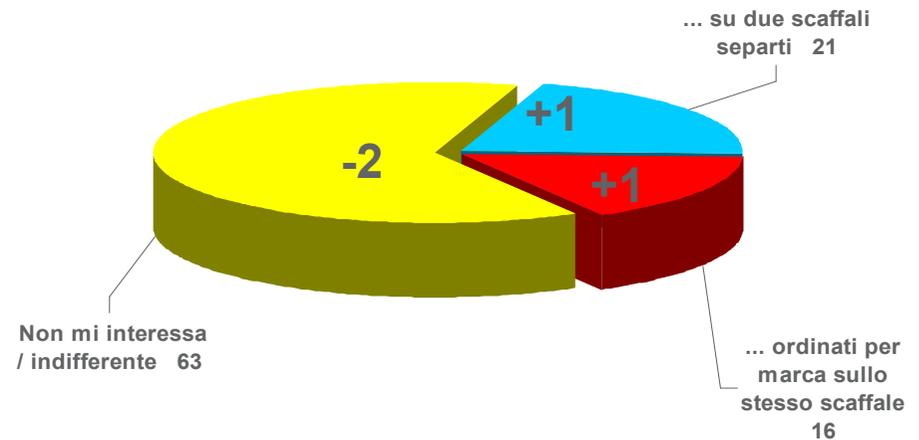
Lo scaffale del riso nelle Insegne



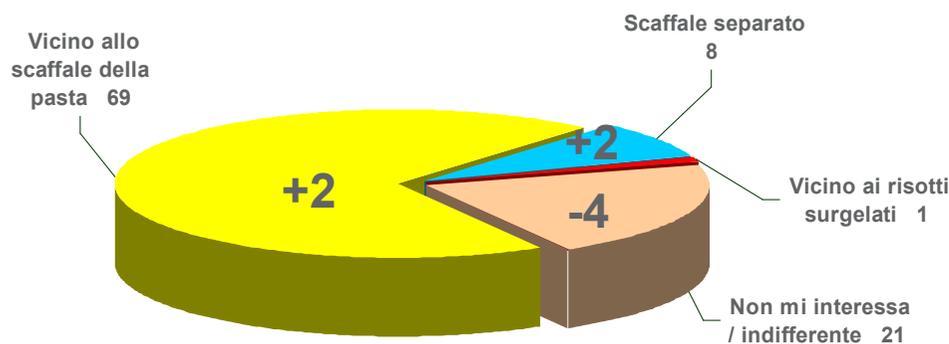
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

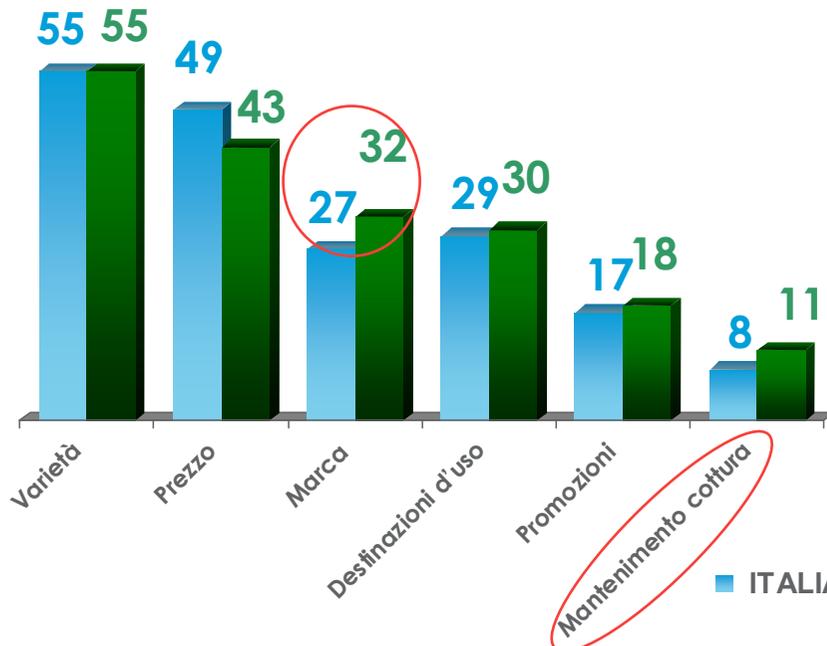
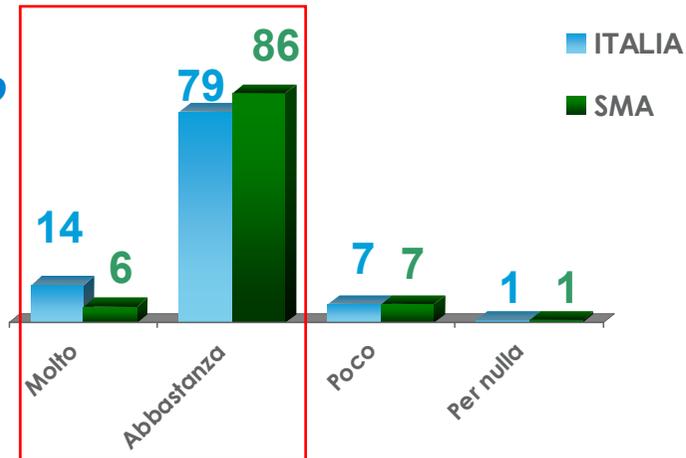
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Carrefour



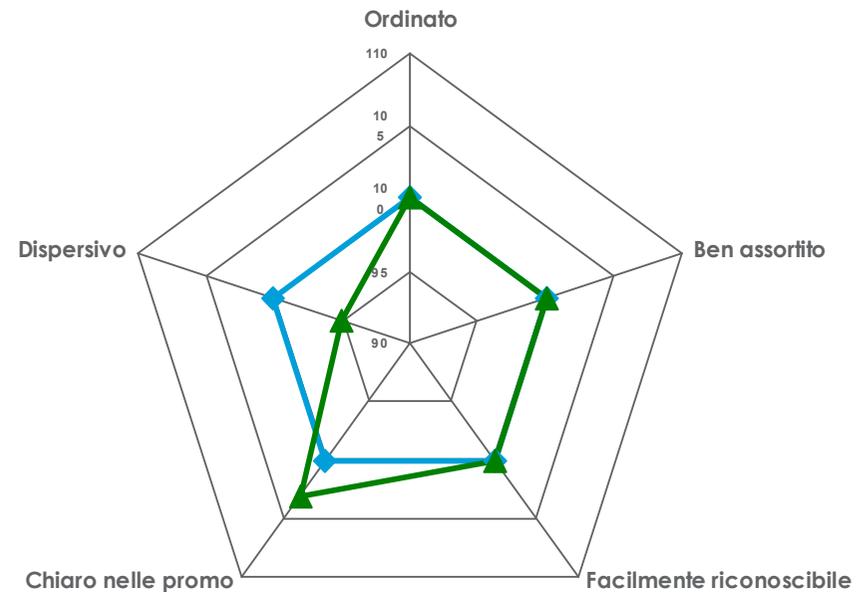
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

■ ITALIA ■ SMA

Confidential & Proprietary

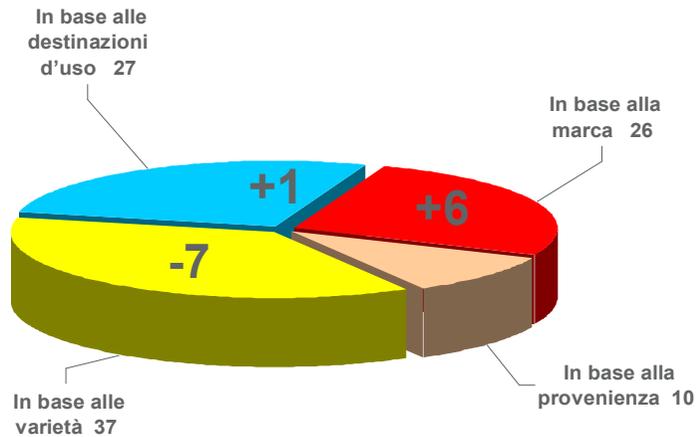
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Sma

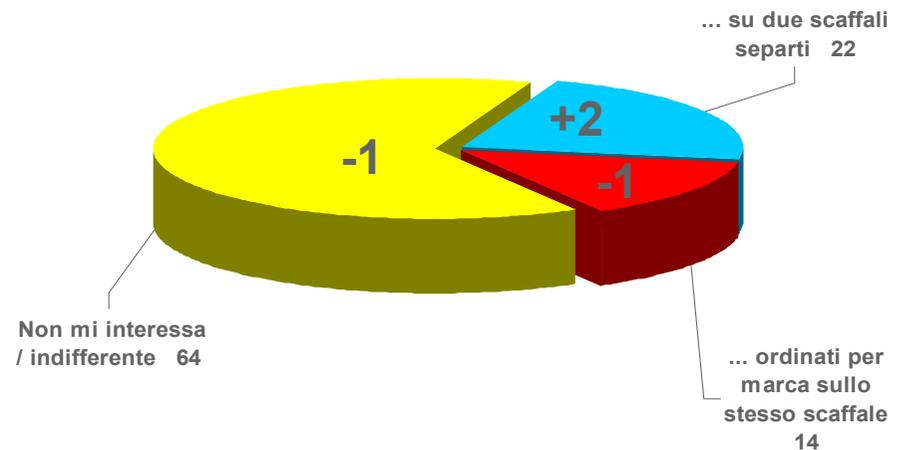
Lo scaffale del riso nelle Insegne



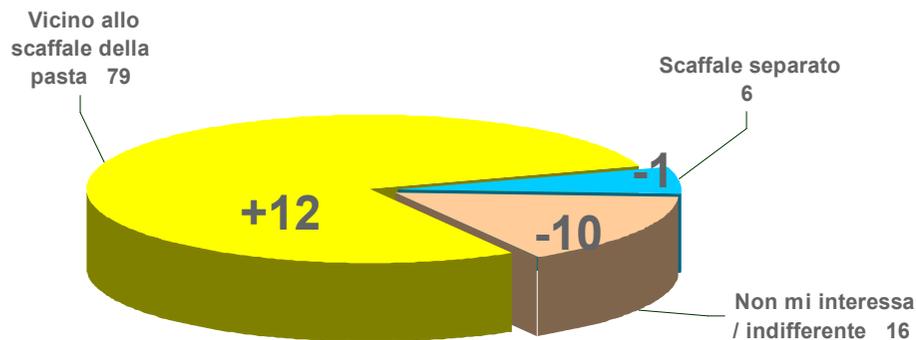
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Sma

nielsen



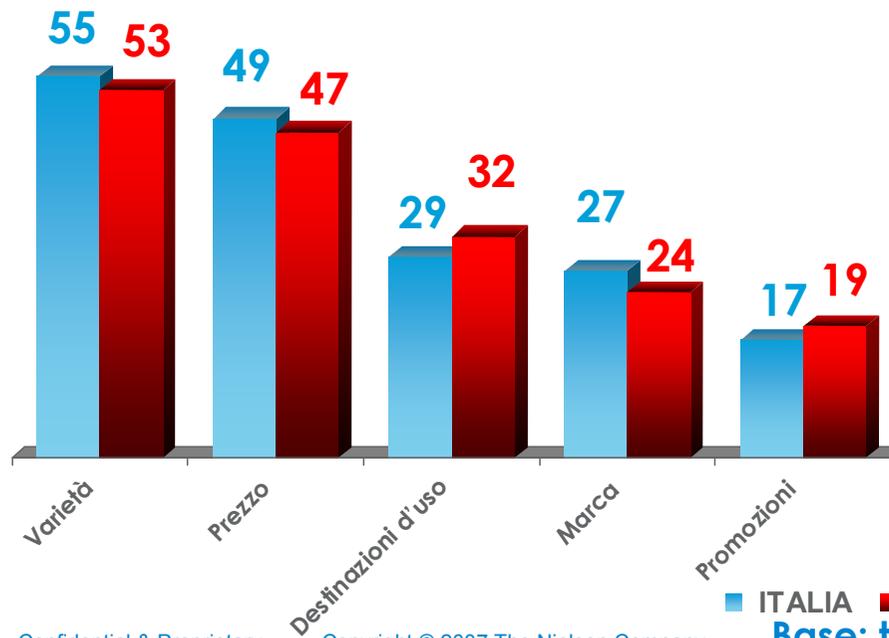
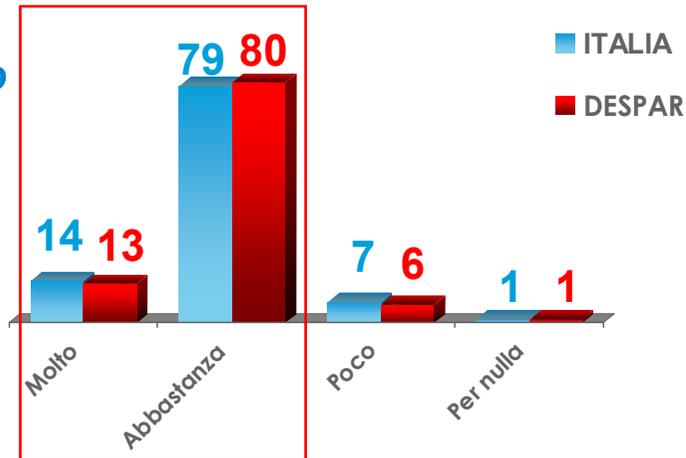
Il mercato del Riso in Italia

Page 80

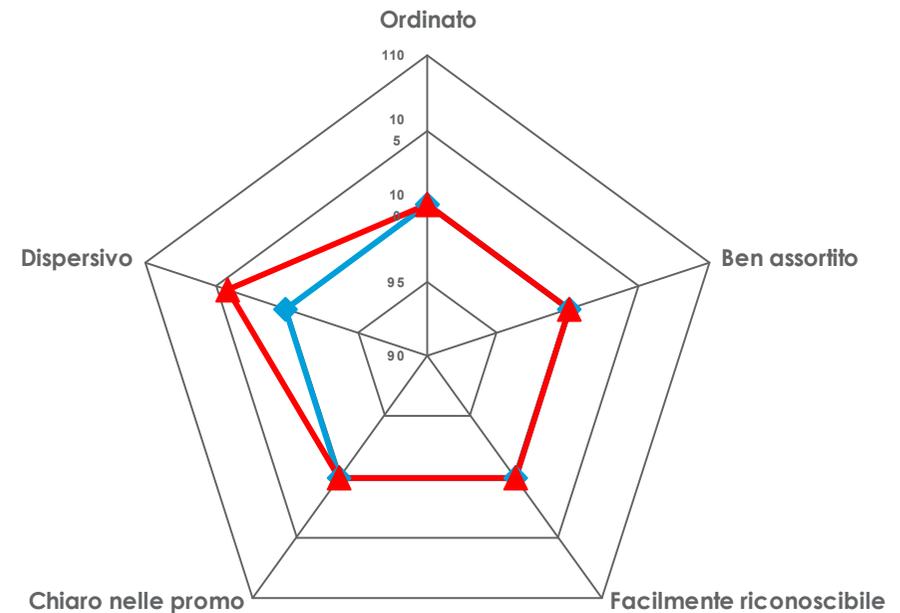
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

■ ITALIA ■ DESPAR

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Despar

Confidential & Proprietary

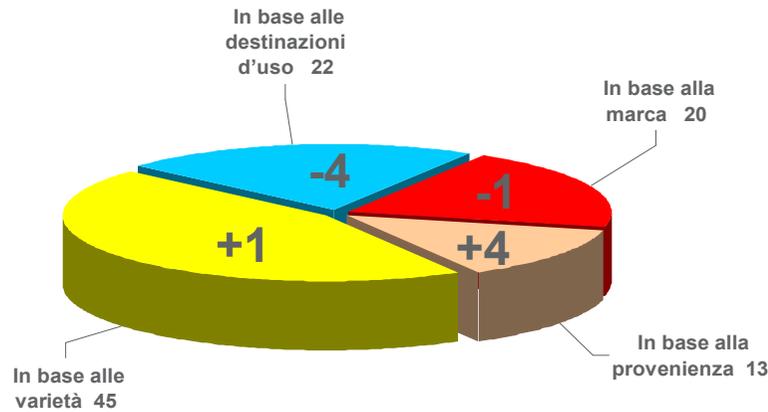
Copyright © 2007 The Nielsen Company



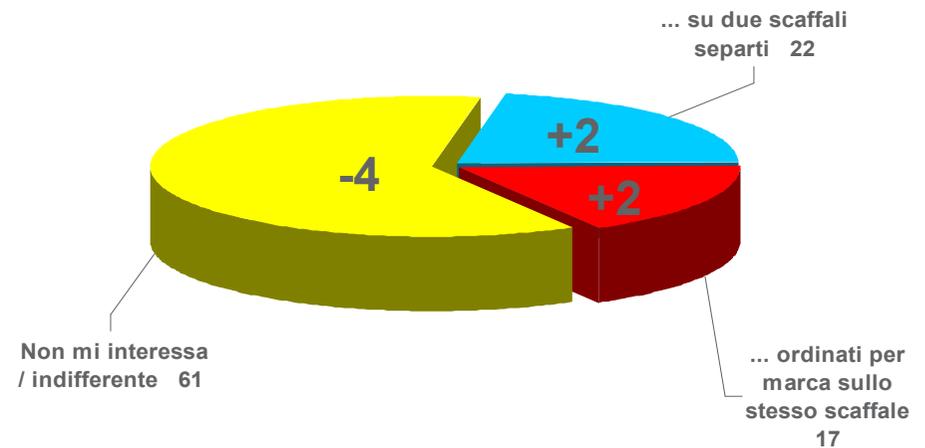
Lo scaffale del riso nelle Insegne



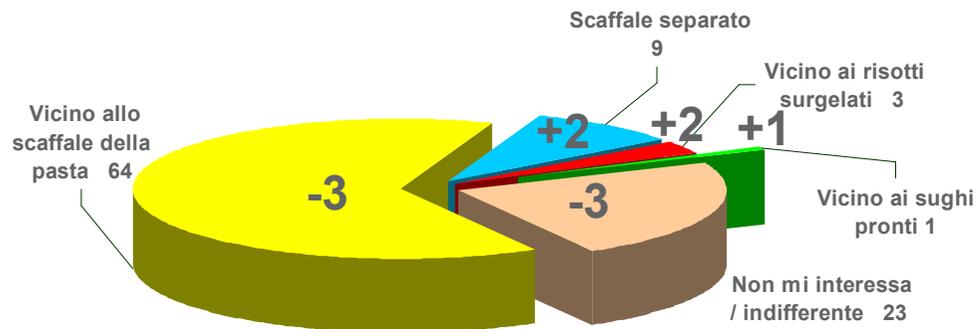
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

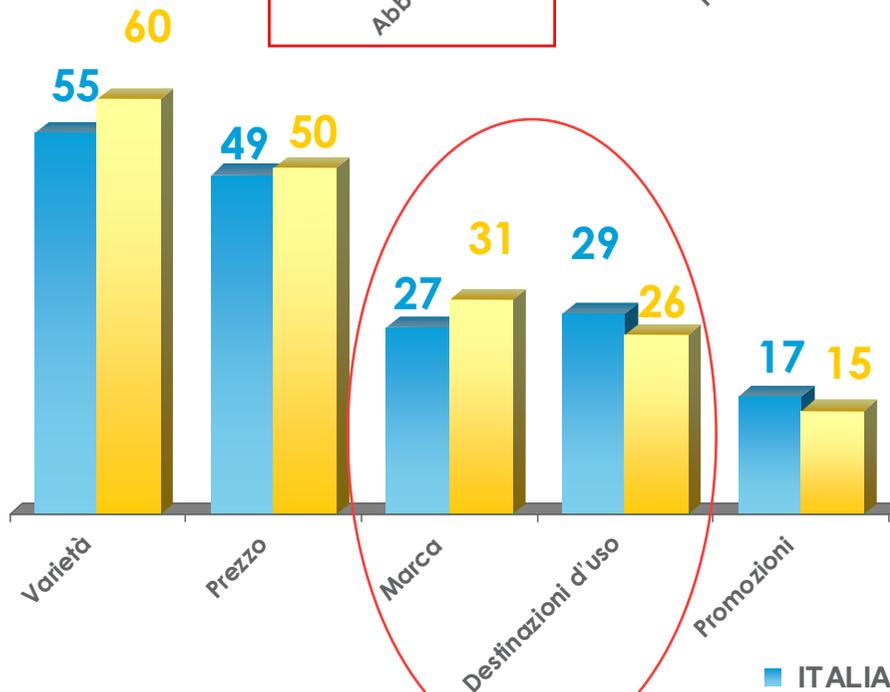
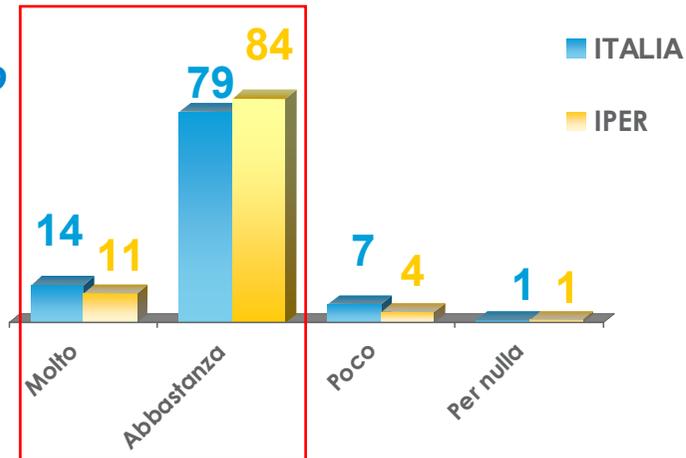
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Despar



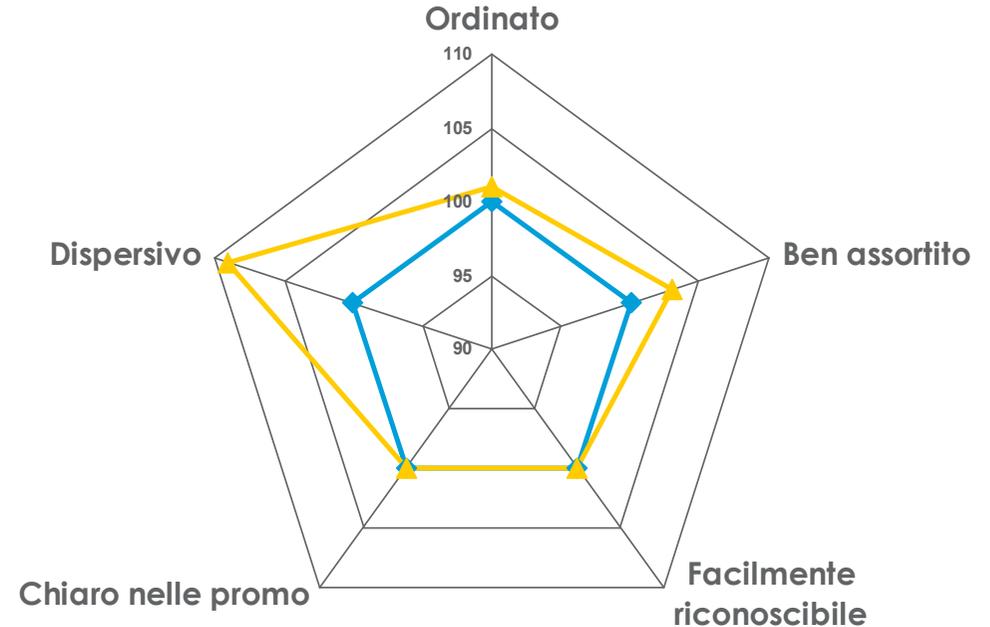
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Iper

Confidential & Proprietary

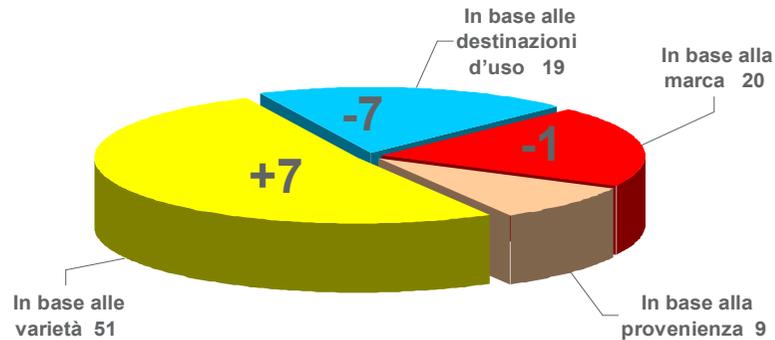
Copyright © 2007 The Nielsen Company



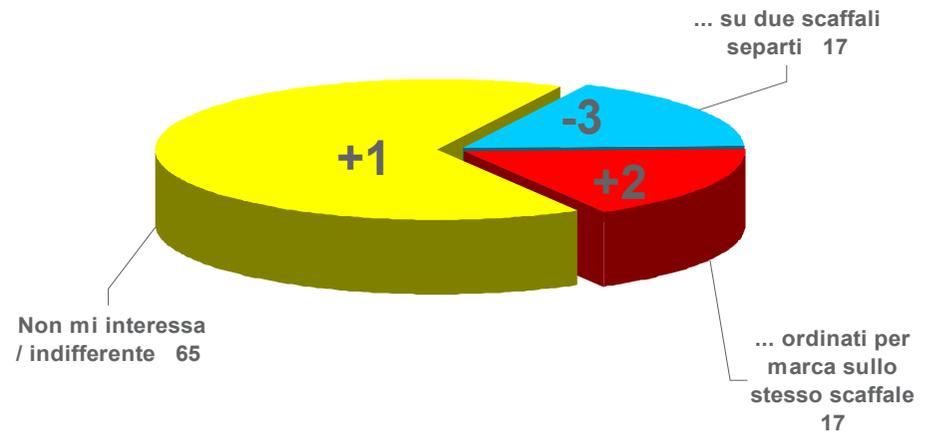
Lo scaffale del riso nelle Insegne



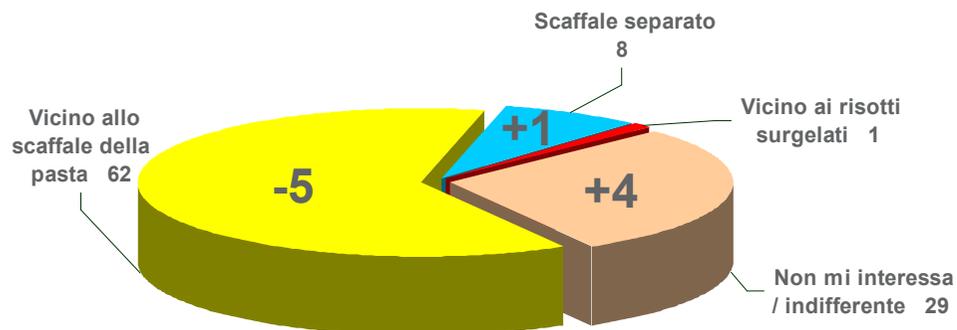
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

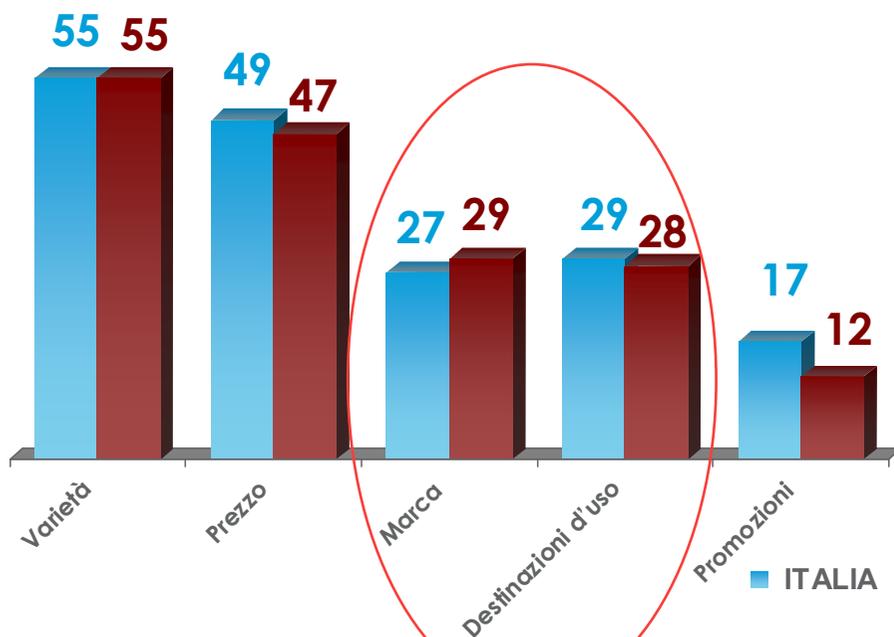
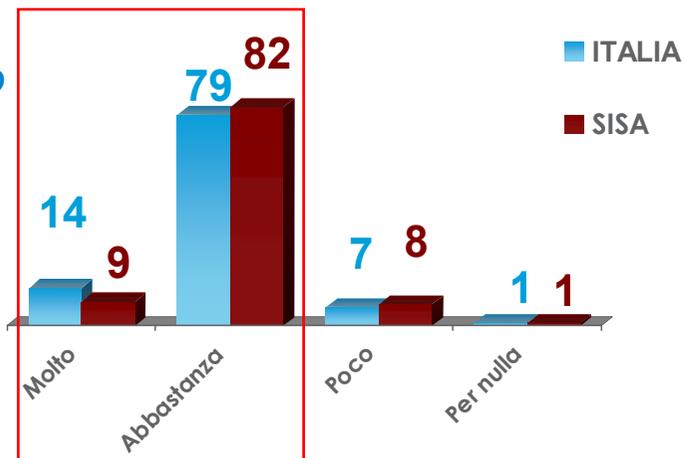
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Iper

Lo scaffale del riso nelle Insegne

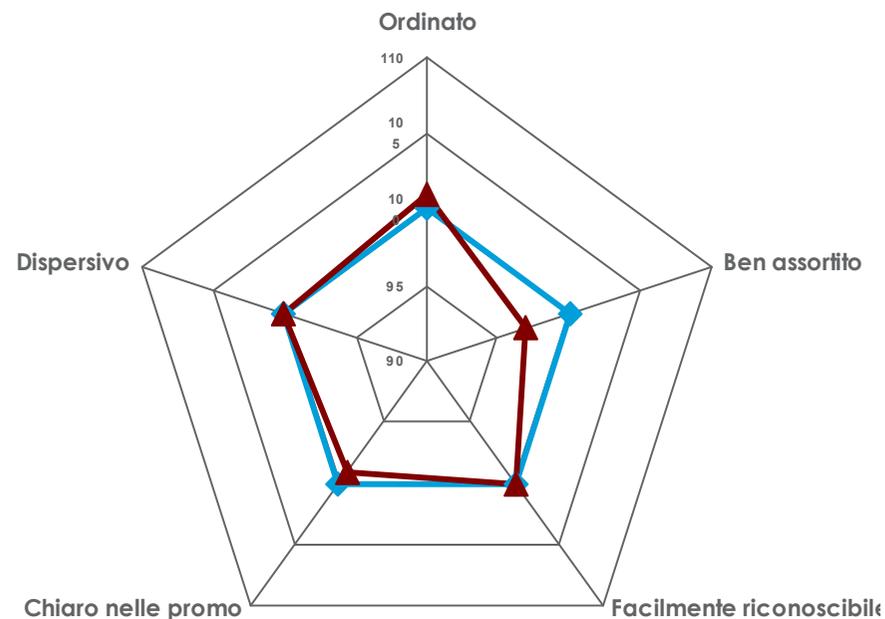


Giudizio complessivo



Driver di scelta

Giudizio variabili manifeste



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Sisa

nielsen



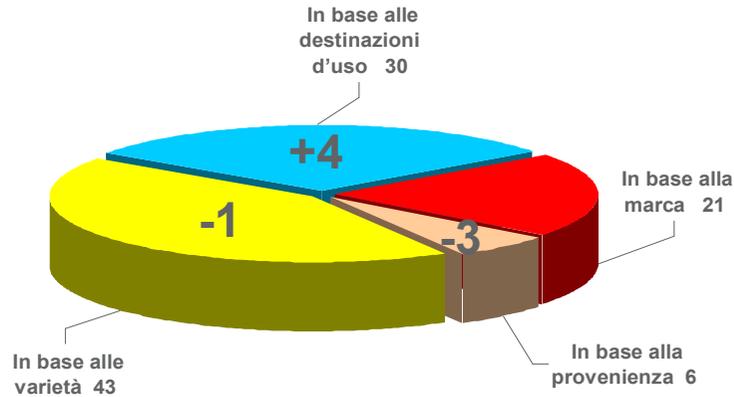
Il mercato del Riso in Italia

Page 85

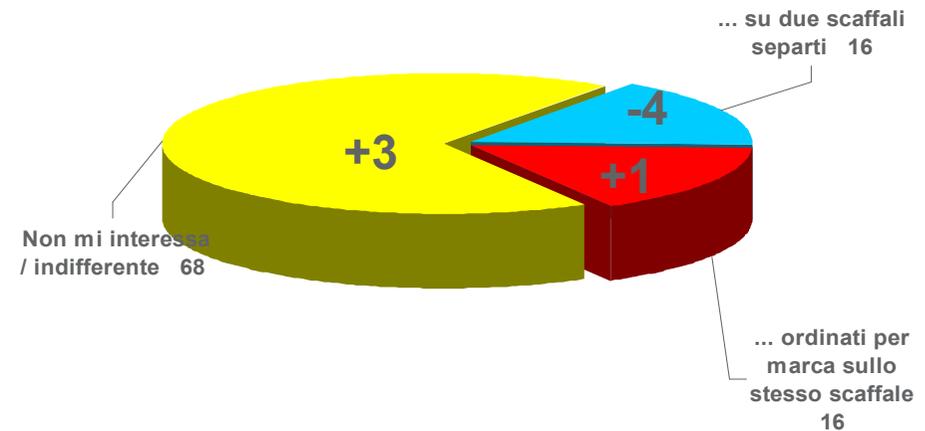
Lo scaffale del riso nelle Insegne



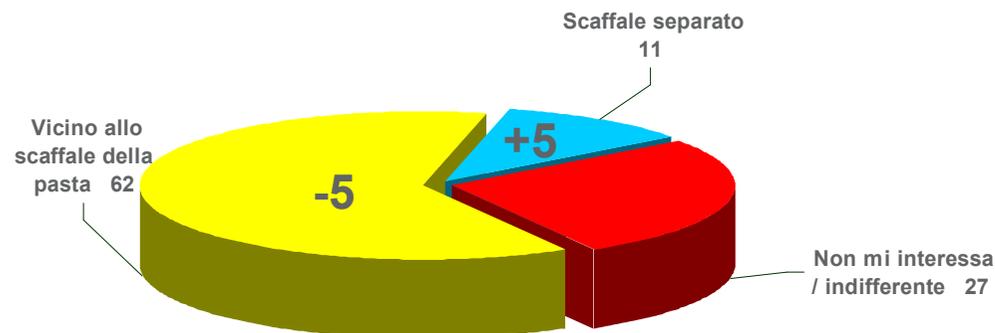
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

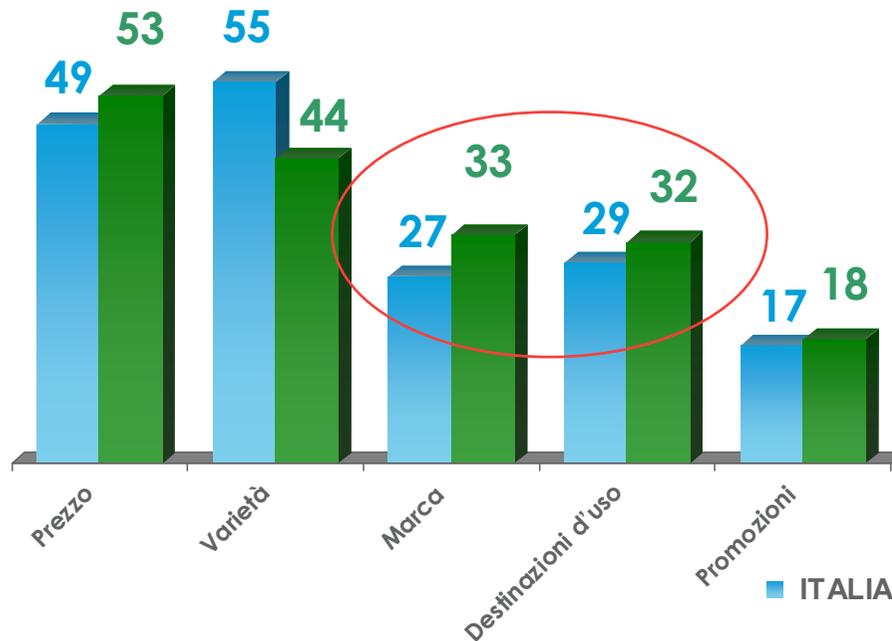
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Sisa



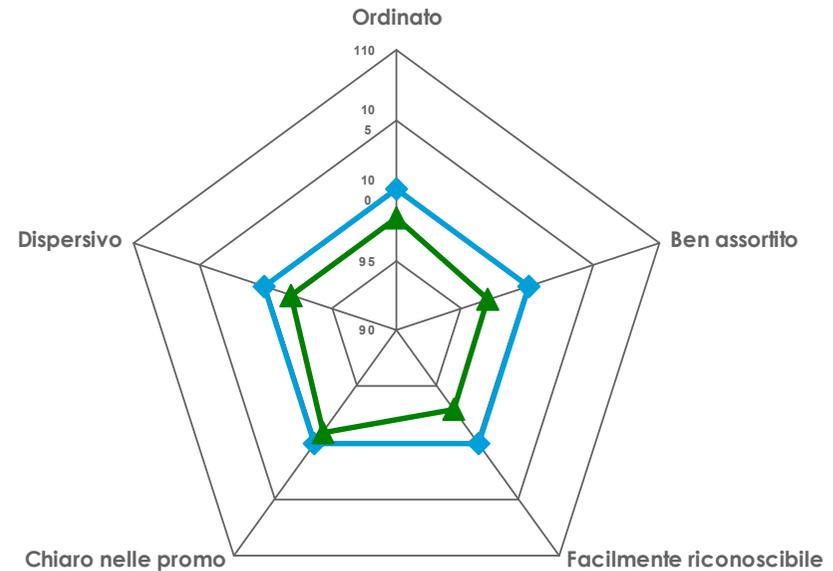
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Pam

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen



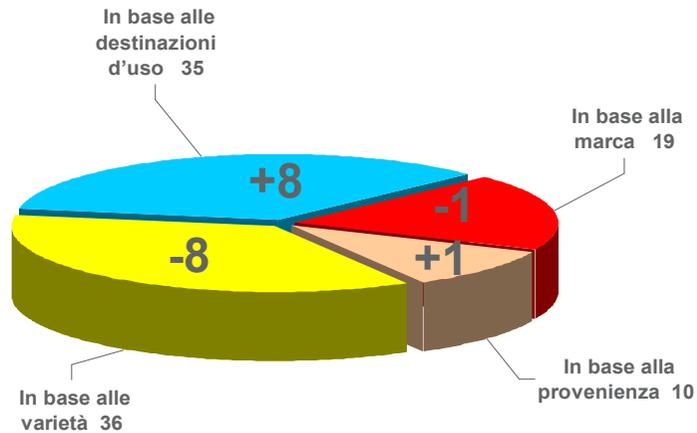
Il mercato del Riso in Italia

Page 87

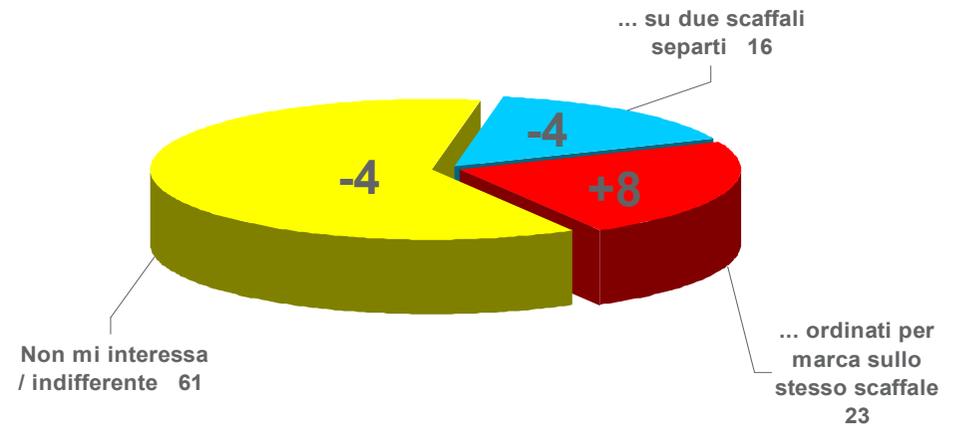
Lo scaffale del riso nelle Insegne



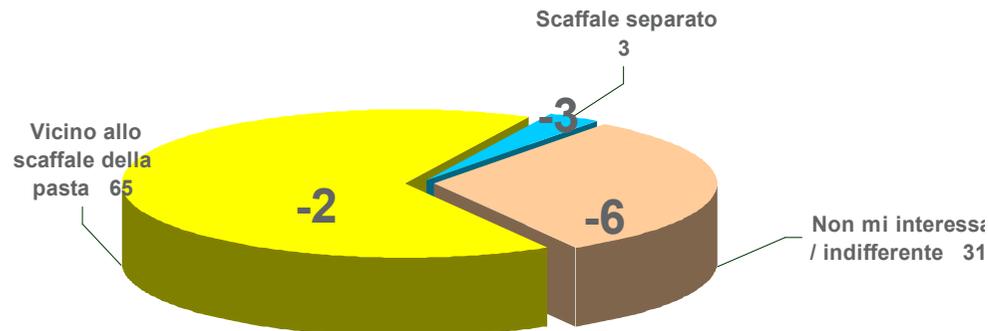
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Pam

nielsen



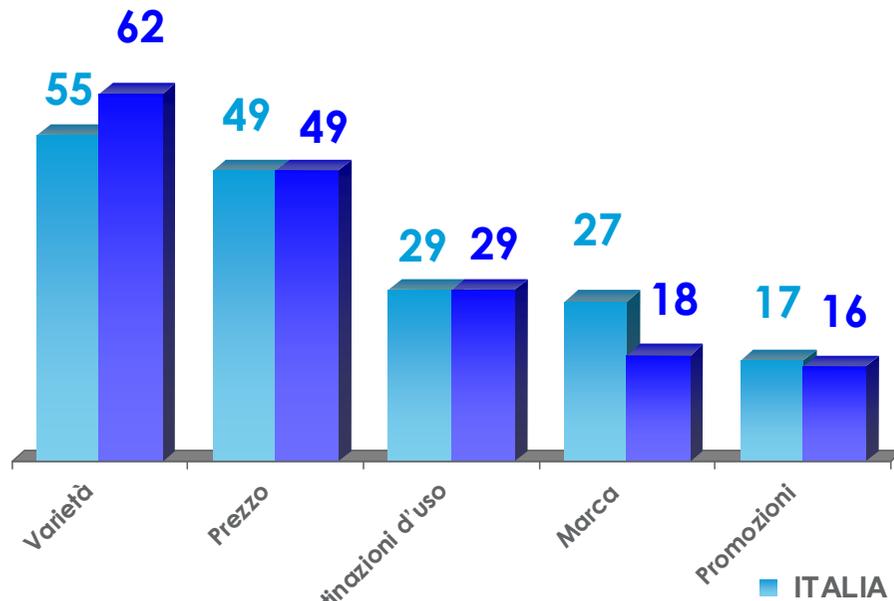
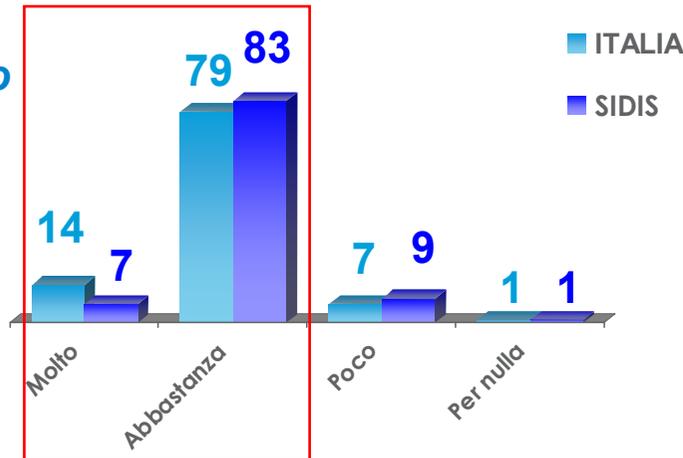
Il mercato del Riso in Italia

Page 88

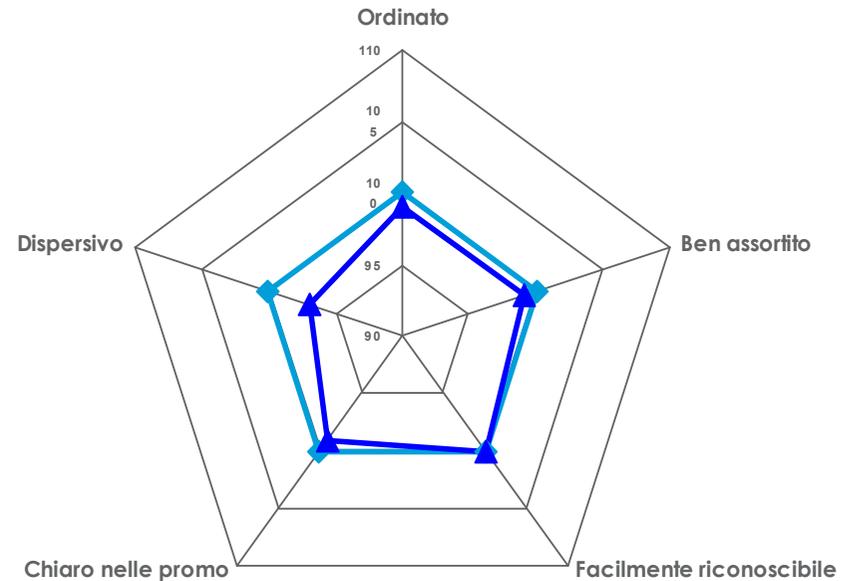
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Sidis

Confidential & Proprietary

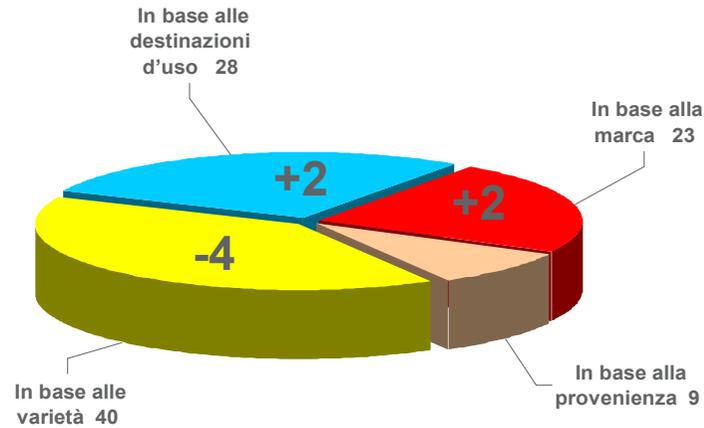
Copyright © 2007 The Nielsen Company



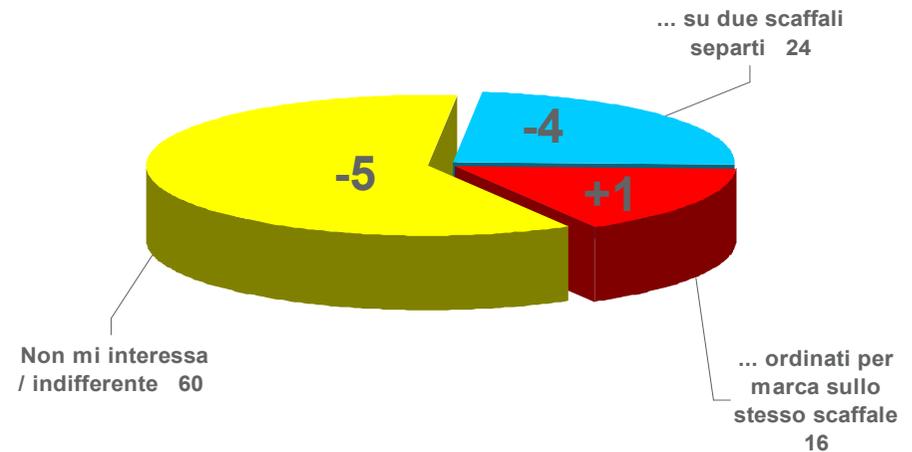
Lo scaffale del riso nelle Insegne



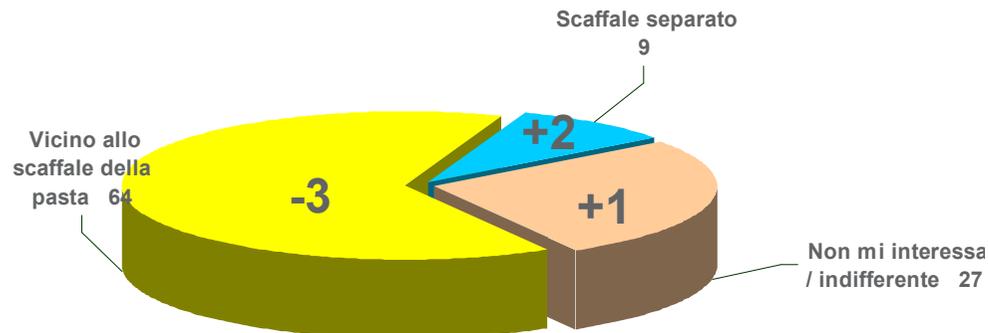
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

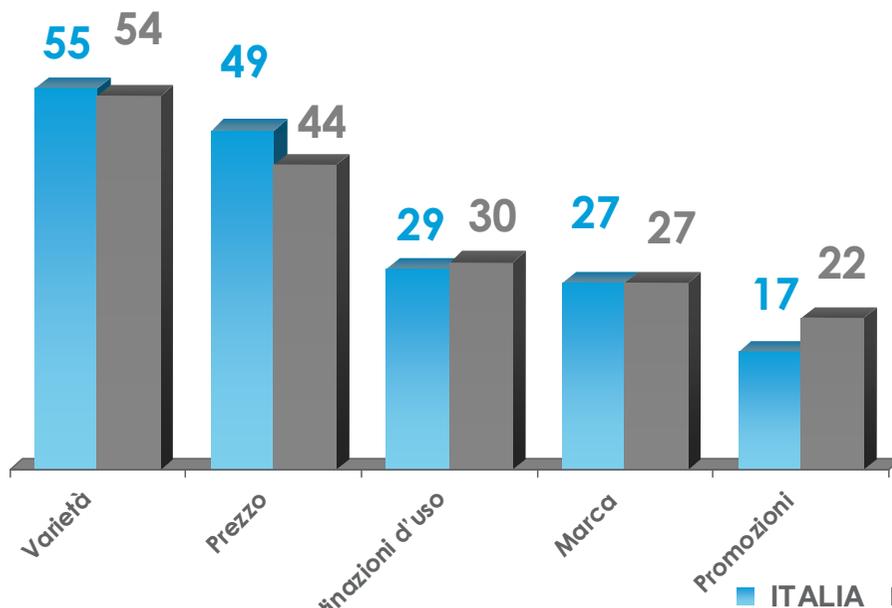
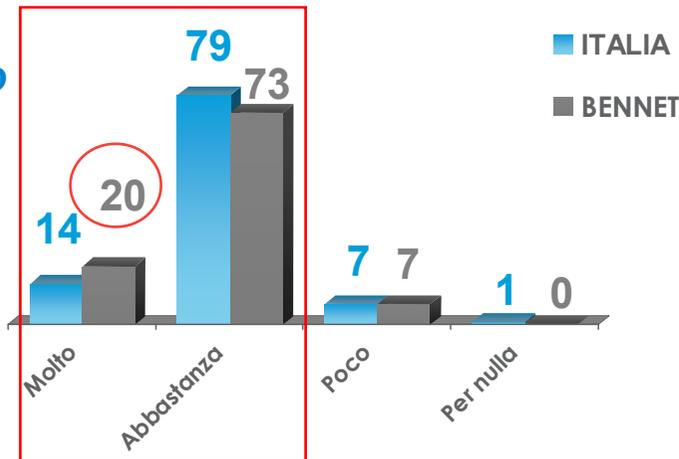
Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Sidis



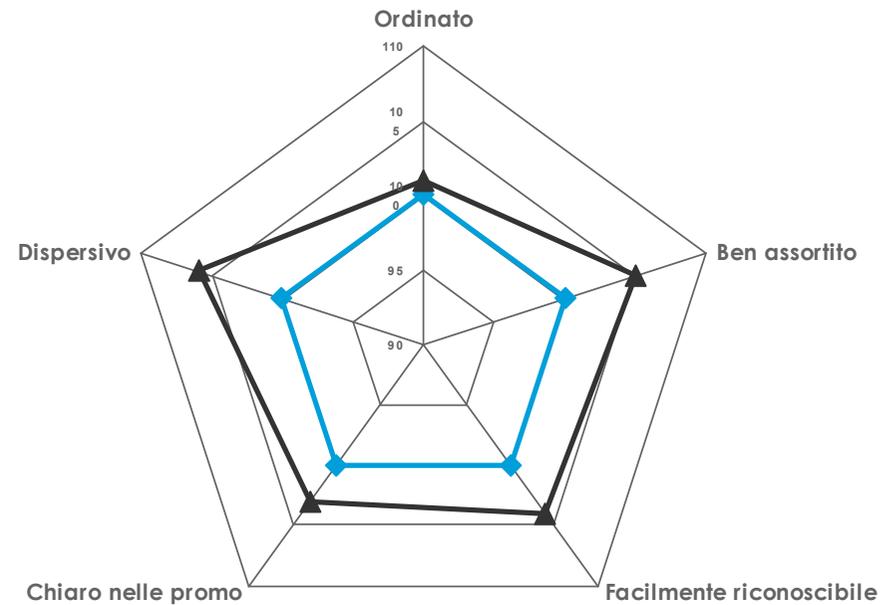
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Confidential & Proprietary

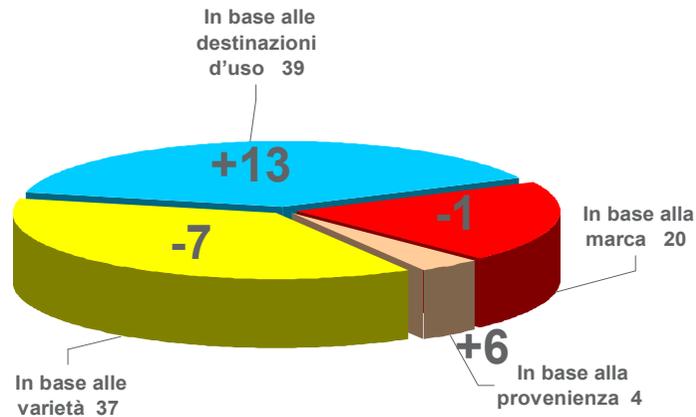
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Bennet

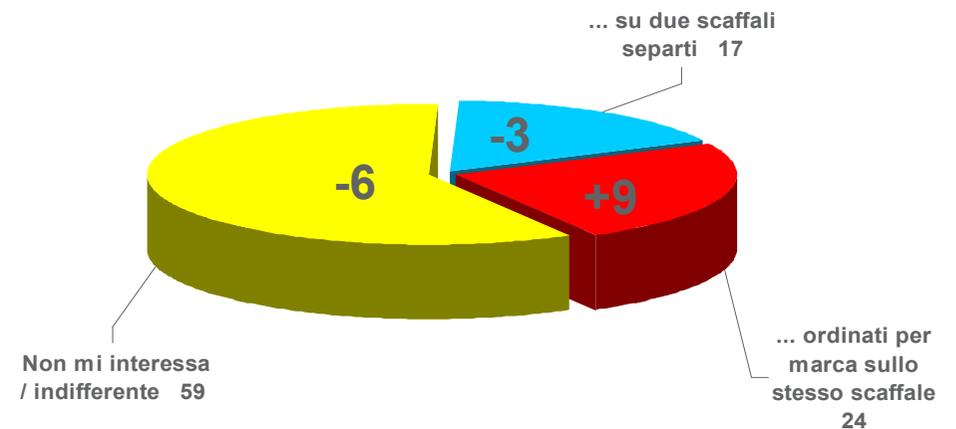
Lo scaffale del riso nelle Insegne



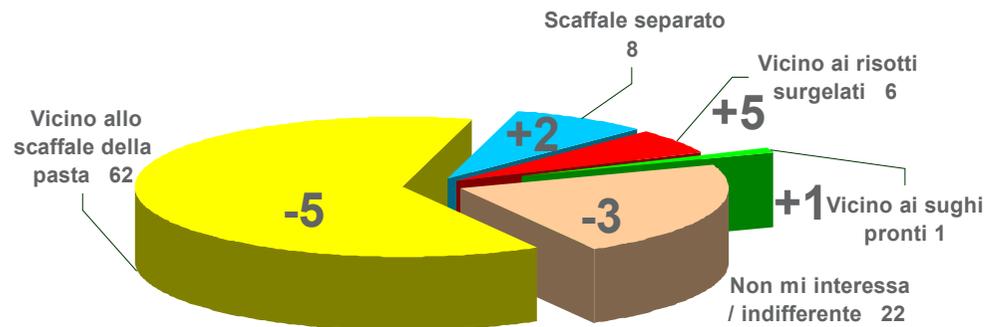
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Bennet



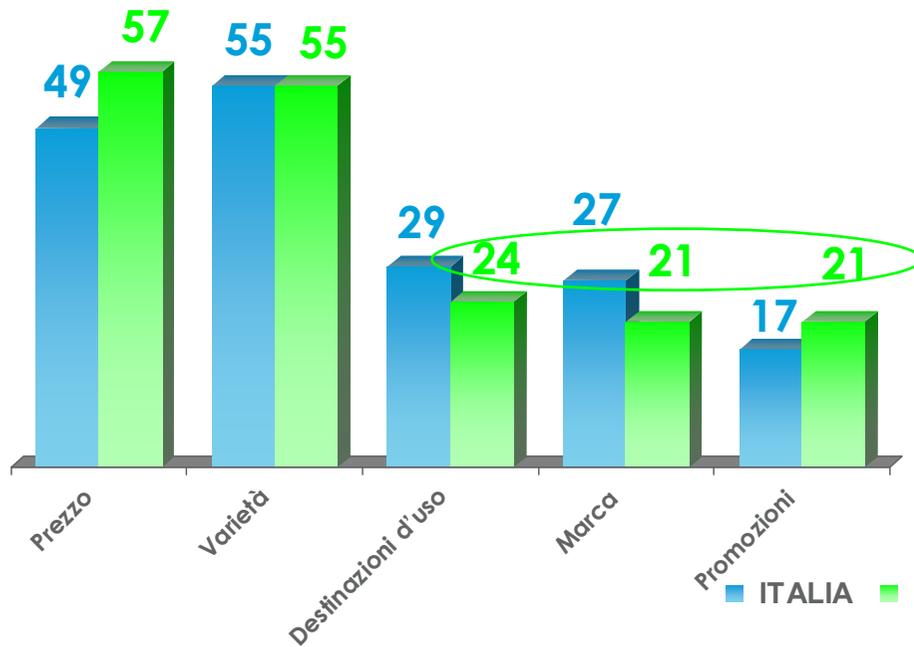
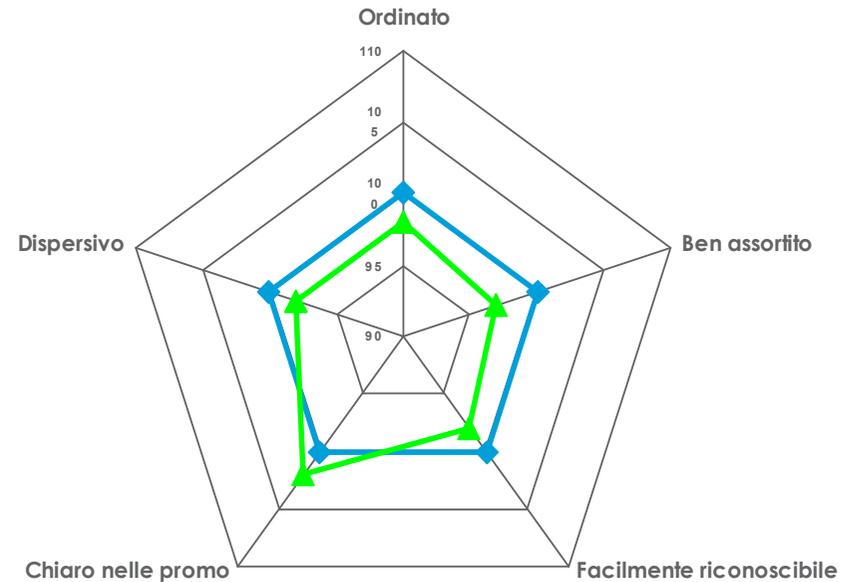
Lo scaffale del riso nelle Insegne



Giudizio complessivo



Giudizio variabili manifeste



Driver di scelta

Confidential & Proprietary

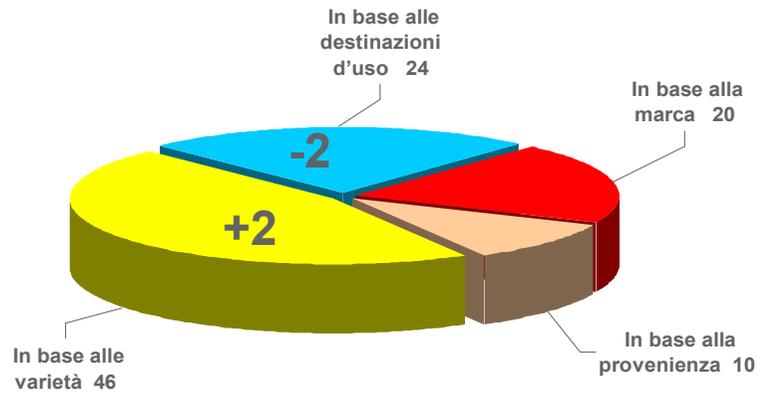
Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Discount

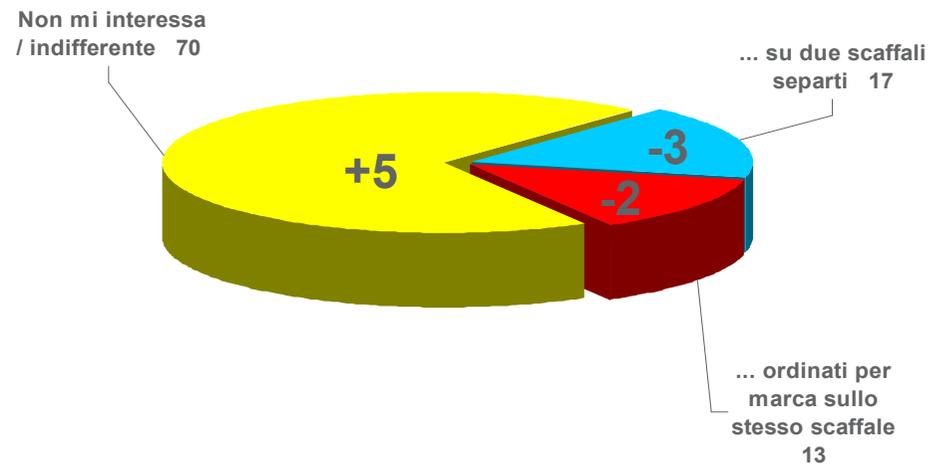
Lo scaffale del riso nelle Insegne



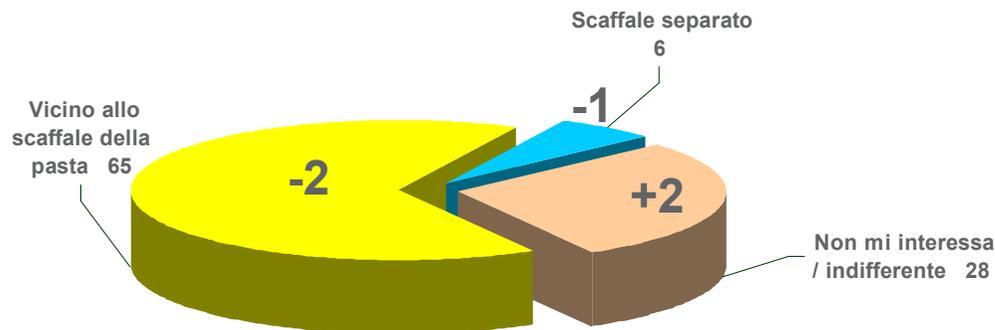
Ordinato in base...



Vorrei trovare riso e risotti pronti...



Lo scaffale posizionato vicino...



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

Base: totale famiglie italiane acquirenti riso presso Discount

nielsen



Il mercato del Riso in Italia

Page 94

Grazie per l'attenzione