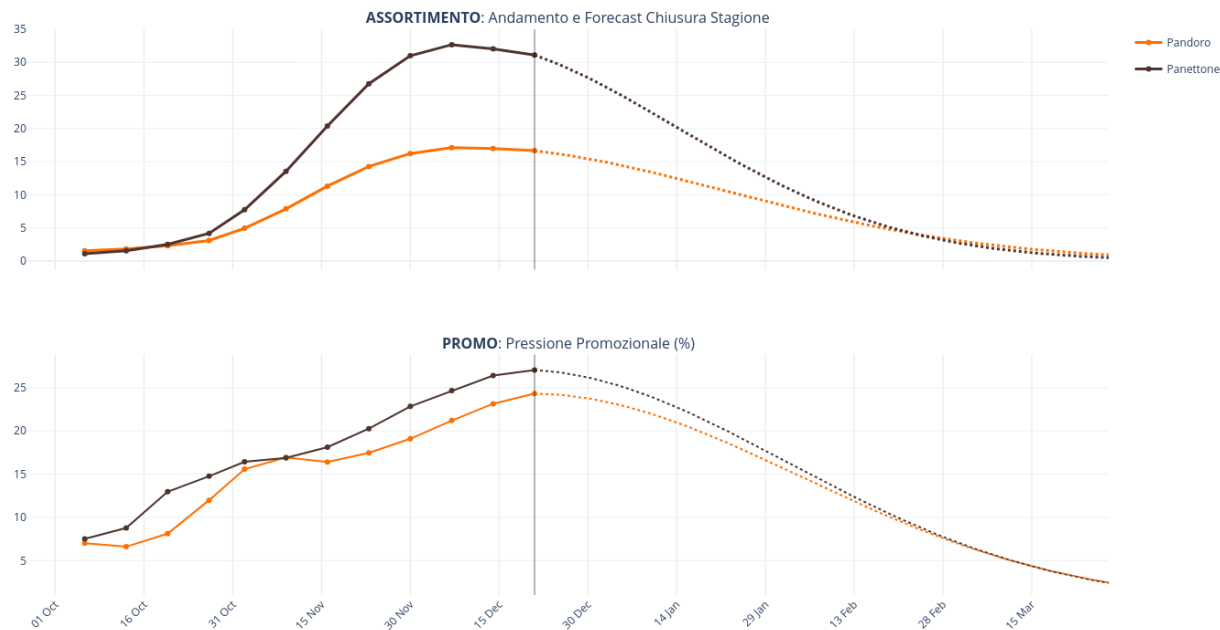


Panettoni e Pandoro: stesso Natale, strategie diverse

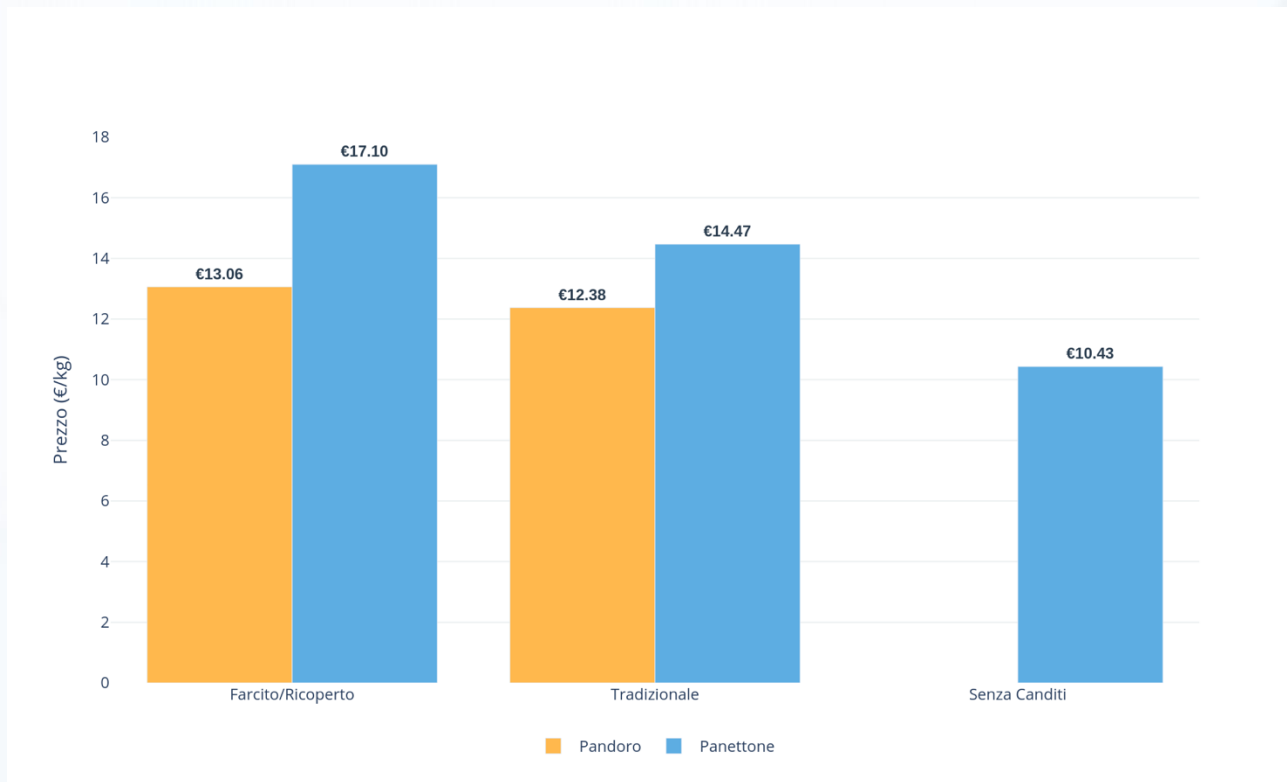




Il panettone anticipa nettamente il pandoro sia per **ampiezza assortimentale** che per **pressione promo**, toccando il picco SKU circa due settimane prima di Natale e con una **disponibilità quasi doppia a scaffale**.

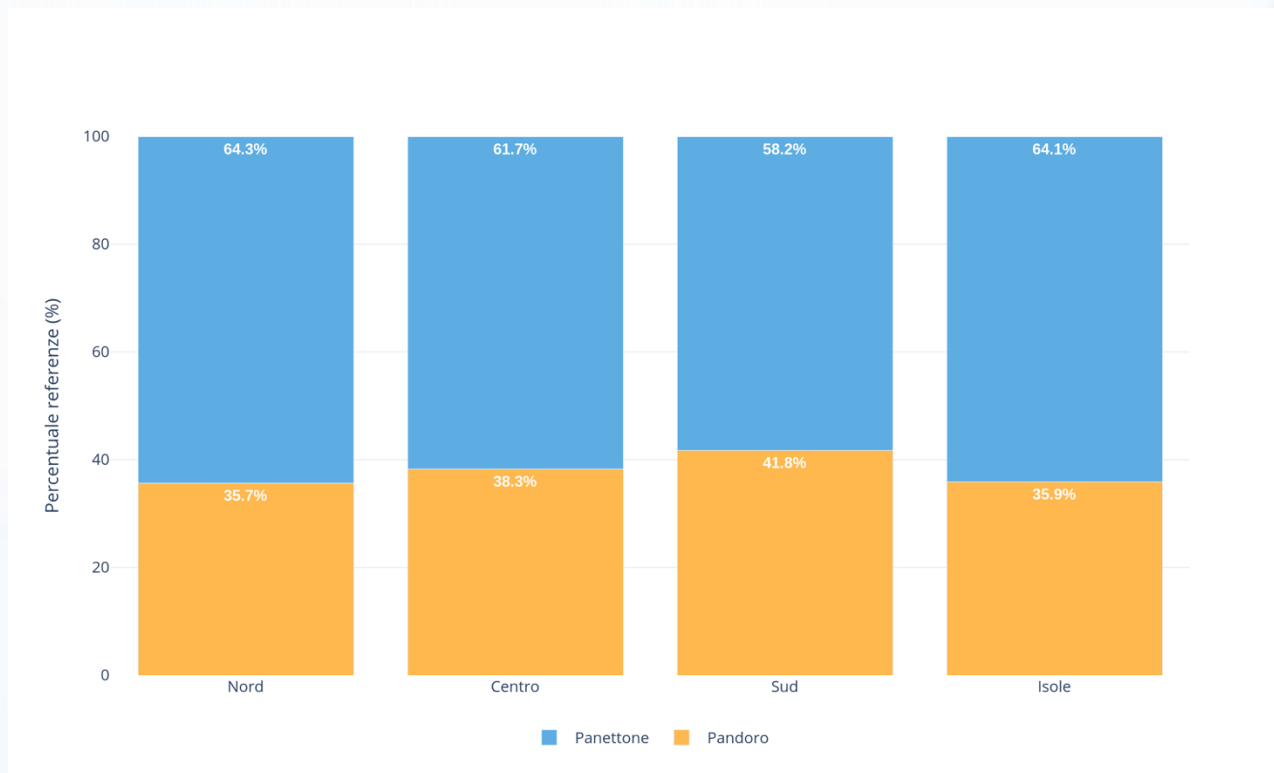
Le attivazioni promozionali si concentrano tra **fine novembre e metà dicembre**, confermando il **panettone come leva principale di rotazione**, mentre il pandoro segue con un profilo più contenuto.

Il panettone si posiziona sistematicamente più in alto del pandoro, con differenziali che arrivano a +4 €/kg nei farciti. Il tradizionale segna un +17% rispetto al pandoro equivalente, mentre la sottotipologia “senza canditi”, assente nel pandoro, amplia ulteriormente la profondità di fascia prezzo.



➔ **Il panettone presidia fasce prezzo più alte in tutte le varianti, offrendo al retailer maggior valore per kg e maggiore leva sul pricing mix.**

Il panettone domina l'assortimento in tutte le macro-aree, attestandosi stabilmente sopra il 58%. Il Sud è l'unica zona dove il pandoro si avvicina alla soglia del 42%, segnando una preferenza più marcata rispetto al resto del Paese.



➔ Questa variabilità regionale suggerisce l'importanza di **adattare mix e strategie per area**, valorizzando il pandoro dove mostra maggiore trazione e calibrando promo e spazi in funzione della domanda effettiva.

Implicazioni **Strategiche**

- Il **panettone** richiede un **presidio operativo più precoce** in termini di stock e leva promozionale per intercettare i picchi di rotazione.
- Il **pandoro** mostra maggiore rilevanza nel Sud e in specifici cluster di consumo, suggerendo un **assortimento più mirato per valorizzarne il potenziale**.
- La **maggiore profondità del panettone** permette di coprire tutte le fasce prezzo, ma richiede coerenza tra posizionamento, promozioni e visibilità a scaffale.

Panettone

Gestire ampiezza assortimentale per valorizzare il ruolo di driver stagionale; calibrare il timing promo per massimizzare volumi e marginalità nella fase centrale della stagione.

Pandoro

Ottimizzare presenza nelle aree a maggiore incidenza con un mix essenziale ma mirato; gestire la pressione promo nel finale per sostenere rotazione e valore.

Vuoi approfondire l'analisi o ricevere il dataset completo?



Contattaci su info@prefe.it