



Sitaricerca

A PAMBIANCO COMPANY

Benchmark Concorrenza

Primavera – Estate 2025



Ricerca. Conoscenza. Futuro.

Benchmark Concorrenza si propone come strumento strategico di pianificazione e confronto competitivo della propria offerta **in store**, in particolare in termini di:

- ❖ posizionamento prezzi;
- ❖ ampiezza della gamma;
- ❖ profondità della gamma;
- ❖ mix merceologico.

Il servizio è destinato a tutti gli operatori della distribuzione che desiderino disporre di un *benchmark* che supporti in modo oggettivo il processo di progettazione della collezione e la relativa politica di determinazione dei prezzi.

Benchmark Concorrenza viene utilizzato dai retailer in particolare come contributo per:

1. Studiare il posizionamento prezzi

- ❖ determinare il posizionamento prezzi complessivo della propria insegna in relazione ai principali competitor ed al mercato in generale;
- ❖ individuare i punti prezzo “critici”, quelli cioè su cui puntare in termini di ampiezza e profondità della gamma;
- ❖ verificare la coerenza e l’equilibrio del proprio posizionamento evitando, ad esempio, di avere nella propria offerta fasce prezzo troppo diverse a seconda delle varie merceologie;
- ❖ monitorare continuamente la politica di offerta dei principali competitor;

2. Studiare il mix di prodotto ottimale

- ❖ verificare l’ampiezza della propria offerta (numero di opzioni presenti in negozio) in relazione a quella dei competitor;
- ❖ valutare il proprio mix di offerta in termini di numero di referenze vs. numero di punti prezzo (gamma concentrata o dispersa), sempre confrontandolo con quello dei competitor;
- ❖ valutare i propri punti di forza e di debolezza, alla luce della composizione merceologica dell’offerta (il peso delle diverse funzioni).

Benchmark Concorrenza è focalizzato su due aree di studio principali:

1. Il posizionamento prezzi, analisi per insegna:

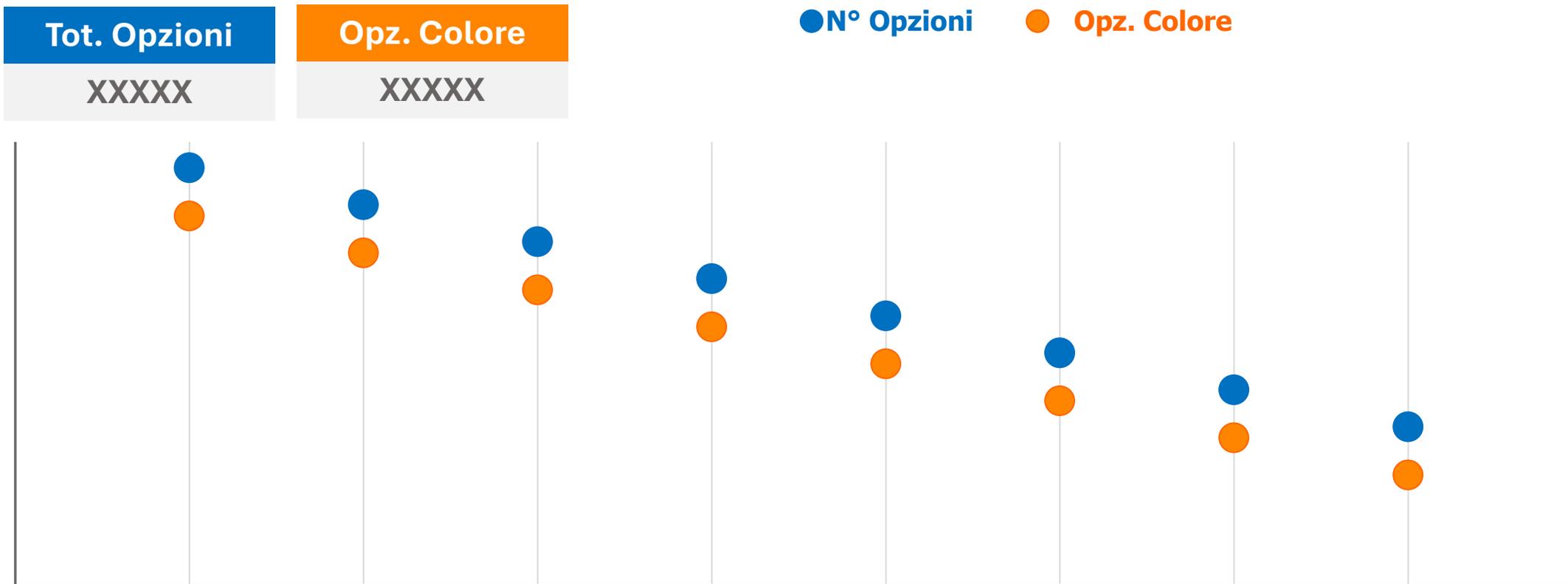
- ❖ posizionamento complessivo
- ❖ i prezzi medi di vendita per prodotto
- ❖ il numero di referenze per punto prezzo
- ❖ il numero di punti prezzo diversi
- ❖ l'ampiezza della gamma prezzi (distanza fra prezzo minimo e massimo di ciascun prodotto/insegna)

2. Il mix merceologico, analisi per insegna:

- ❖ il numero di referenze per ciascun prodotto
- ❖ prezzo minimo, medio, massimo per prodotto
- ❖ la concentrazione dell'offerta per punto prezzo/prodotto

I RISULTATI

Esempi – Dati FAKE



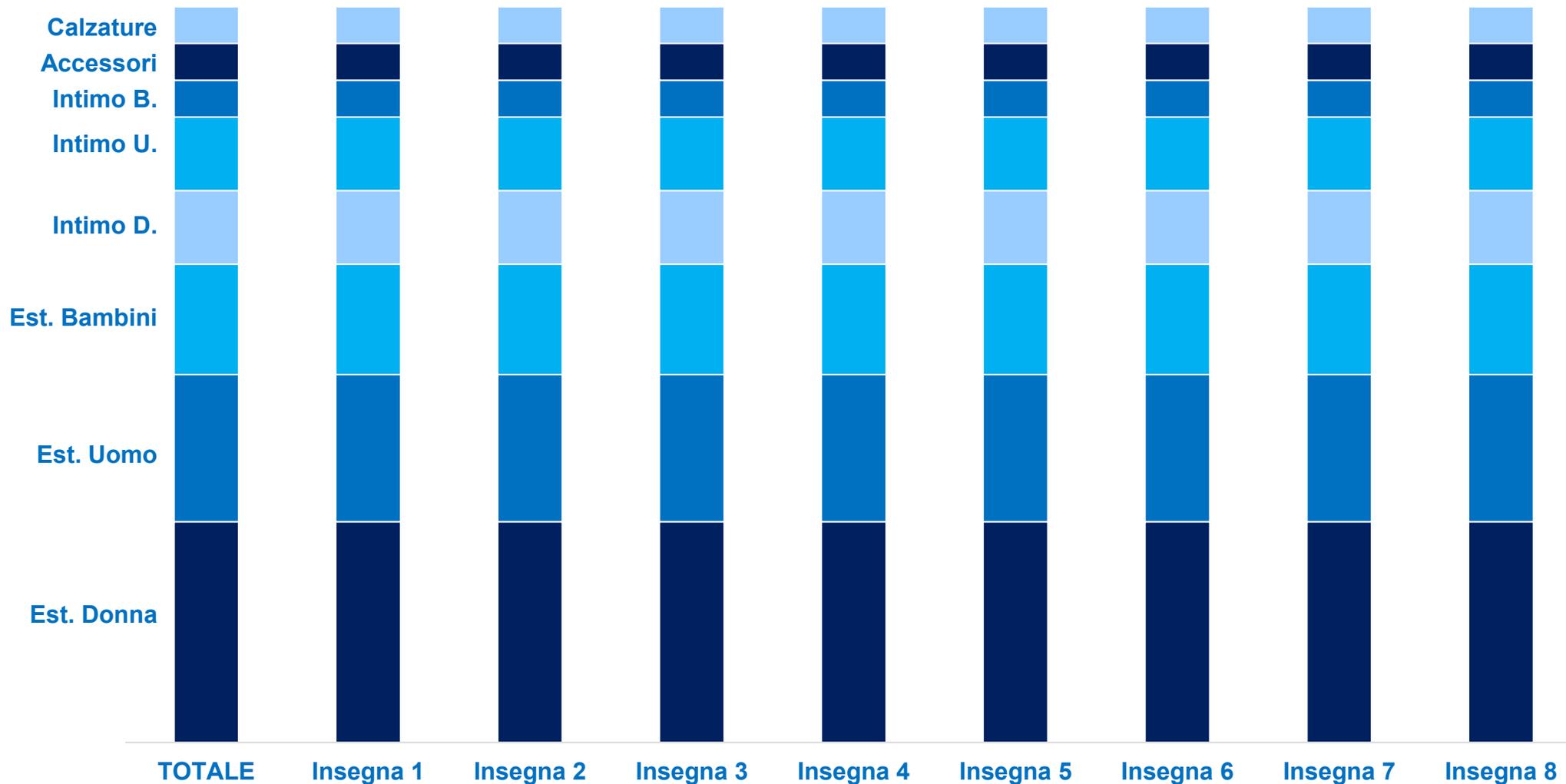
	Insegna 1	Insegna 2	Insegna 3	Insegna 4	Insegna 5	Insegna 6	Insegna 7	Insegna 8
N° Opzioni	xxx							
Opz. Colore	xxx							
Densità per MQ	xxx							

N° Opzioni

Opz. Colore

Densità per MQ

Il mix assortimentale

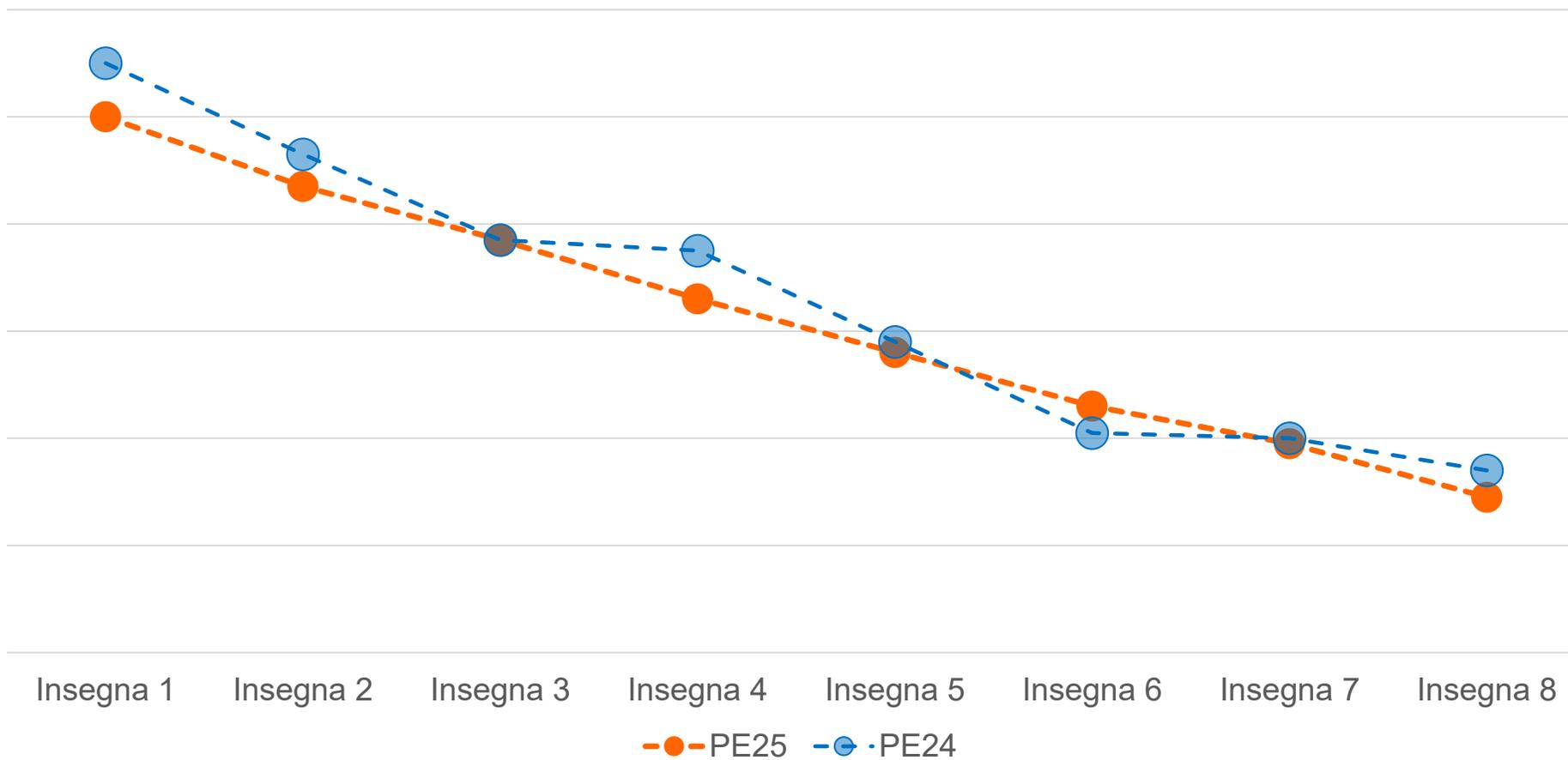


N° Opzioni

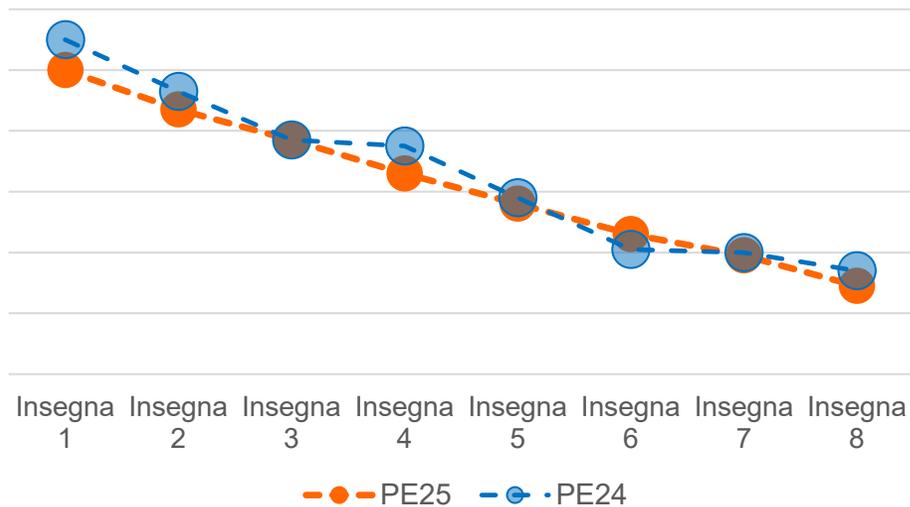
xxx								
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

BENCHMARK CONCORRENZA – Primavera/Estate 2025

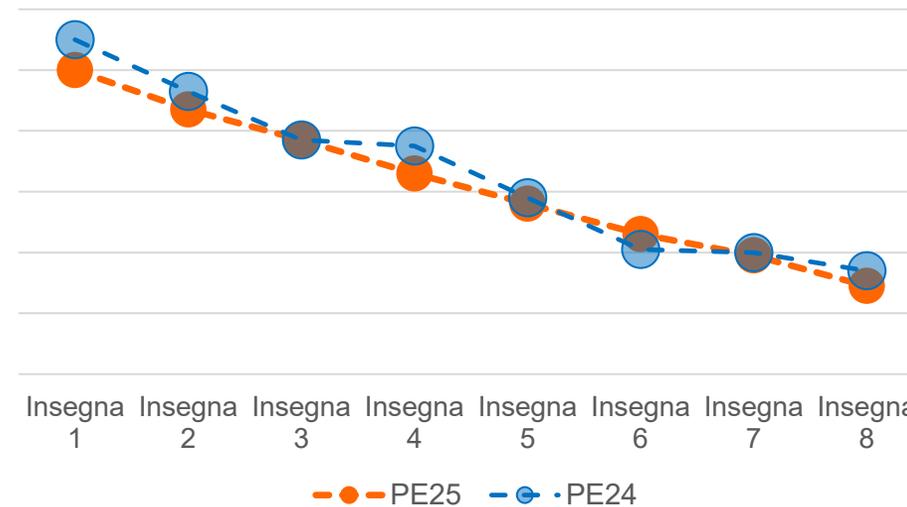
Il posizionamento* prezzo complessivo a TOTALE SETTORI



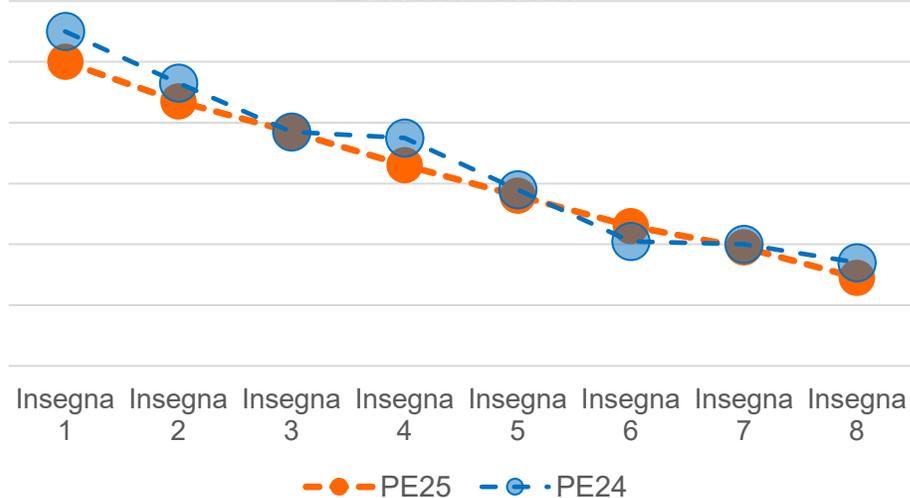
Totale Settori



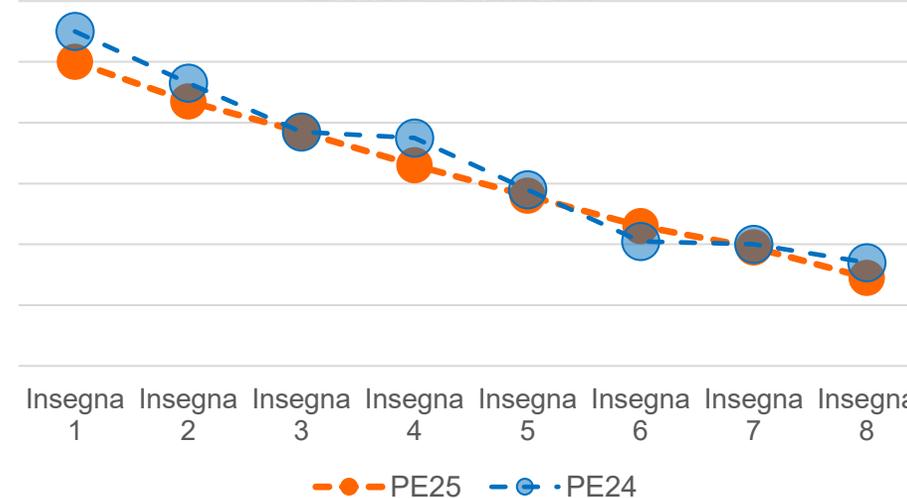
Esterno donna



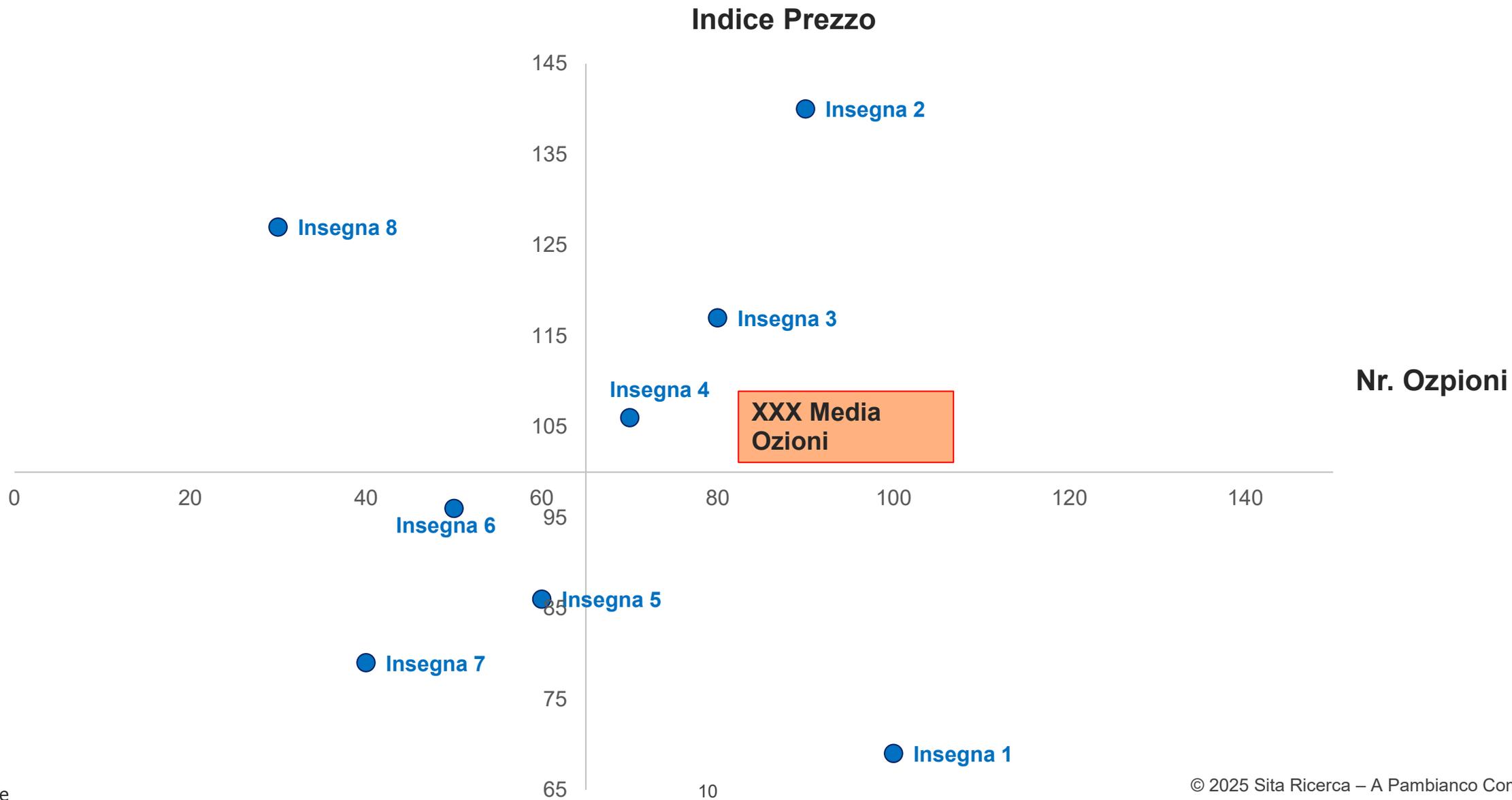
Esterno uomo



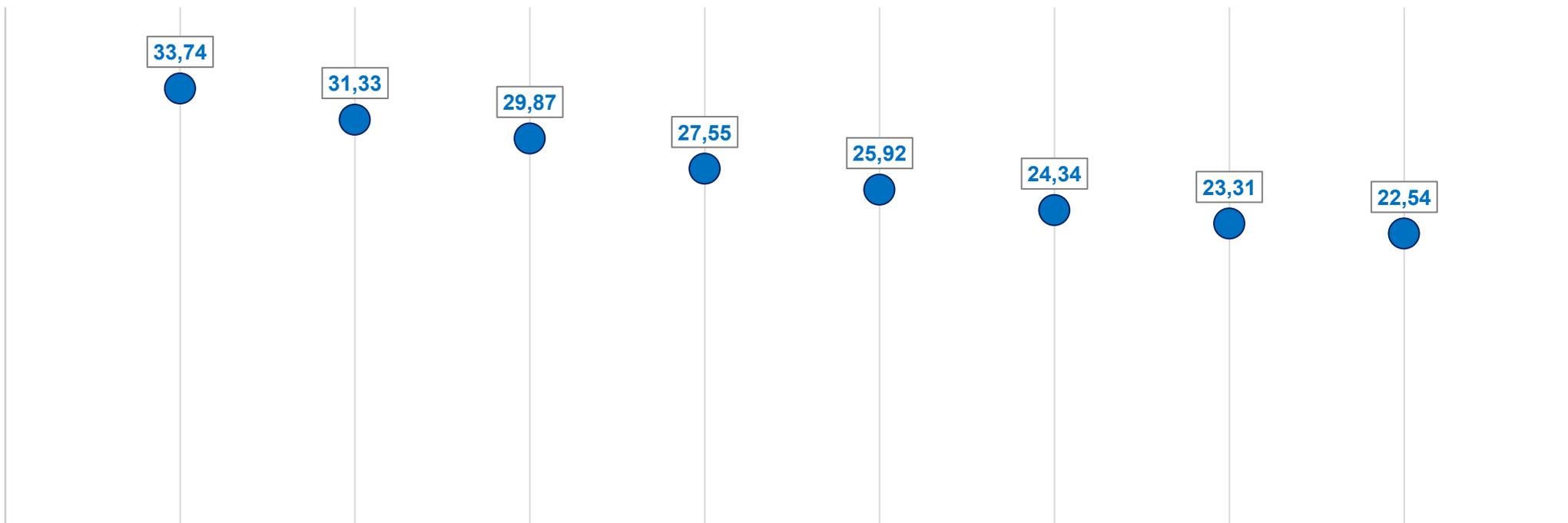
Esterno bambini



*l'indice è calcolato sul prezzo medio dei prodotti poi ponderati

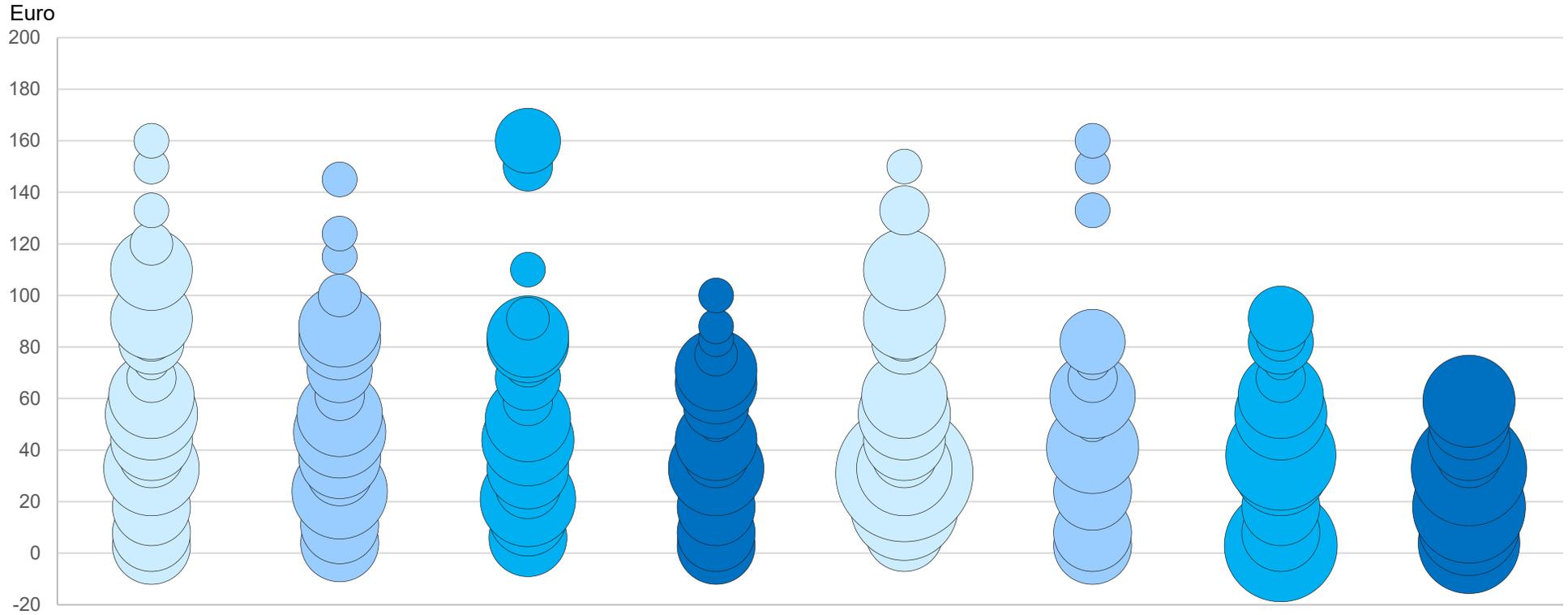


Prezzo Medio €



N° Opzioni

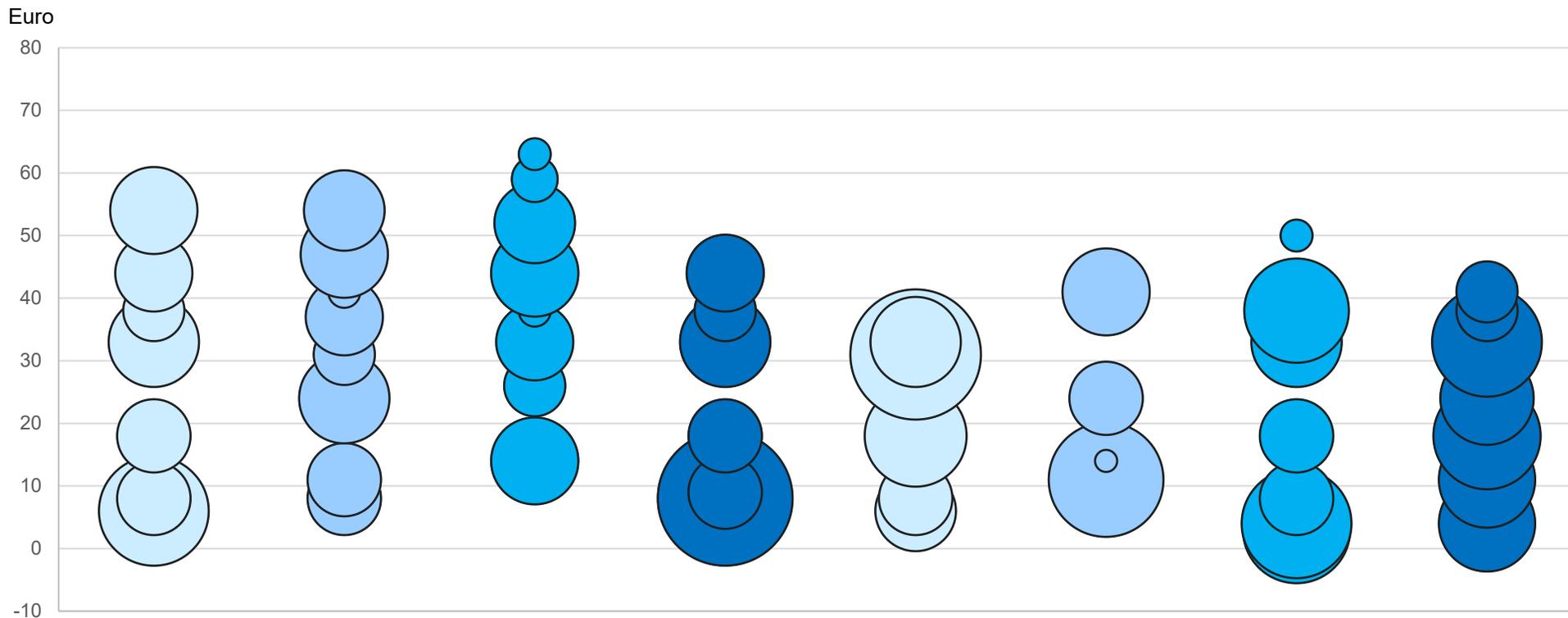
Insegna 1	Insegna 2	Insegna 3	Insegna 4	Insegna 5	Insegna 6	Insegna 7	Insegna 8
xxx							



N° Opzioni
Prezzo Min.
Prezzo Medio
Prezzo Max.

	Insegna 1	Insegna 2	Insegna 3	Insegna 4	Insegna 5	Insegna 6	Insegna 7	Insegna 8
N° Opzioni	XXX							
Prezzo Min.	XXX							
Prezzo Medio	XXX							
Prezzo Max.	XXX							

TOP							
Canotta	Insegna 1	Insegna 2	Insegna 3	Insegna 4	Media	Insegna 5	Insegna 6
	XX €						
T-Shirt MC	Insegna 1	Insegna 3	Insegna 2	Media	Insegna 4	Insegna 6	Insegna 5
	XX €						
T-Shirt ML	Insegna 3	Insegna 2	Insegna 1	Insegna 4	Media	Insegna 5	Insegna 6
	XX €						
Polo	Insegna 2	Insegna 1	Insegna 3	Media	Insegna 4	Insegna 6	Insegna 5
	XX €						
Cardigan	Insegna 2	Insegna 1	Media	Insegna 3	Insegna 4	Insegna 5	Insegna 6
	XX €						
Pullover	Insegna 2	Insegna 1	Insegna 4	Media	Insegna 3	Insegna 6	Insegna 5
	XX €						
Altro Tricot	Insegna 1	Insegna 2	Insegna 4	Media	Insegna 5	Insegna 3	Insegna 6
	XX €						
Felpe	Insegna 2	Insegna 4	Insegna 1	Media	Insegna 3	Insegna 5	Insegna 6
	XX €						
Camicia MC	Insegna 1	Insegna 4	Insegna 2	Insegna 3	Media	Insegna 6	Insegna 5
	XX €						
Camicia ML	Insegna 4	Insegna 1	Insegna 2	Insegna 3	Media	Insegna 5	Insegna 6
	XX €						
Blusa MC	Insegna 2	Insegna 1	Insegna 3	Media	Insegna 4	Insegna 6	Insegna 5
	XX €						
Blusa ML	Insegna 2	Insegna 4	Insegna 1	Media	Insegna 3	Insegna 5	Insegna 6
	XX €						
Top SM	Insegna 2	Insegna 1	Insegna 4	Media	Insegna 5	Insegna 3	Insegna 6
	XX €						



	Insegna 1	Insegna 2	Insegna 3	Insegna 4	Insegna 5	Insegna 6	Insegna 7	Insegna 8
N° Opzioni	XXX							
Prezzo Min.	XXX							
Prezzo Medio	XXX							
Prezzo Max.	XXX							

ALCOTT	PIAZZA ITALIA
BERSHKA	PRIMARK
DAN JOHN	PULL BEAR
DOPPELGANGER	RESERVED
GOLDEN POINT	STRADIVARIUS
GUTTERIDGE	SUBDUED
H&M	SUITE BENEDICT
INTIMISSIMI	TERRANOVA
KIABI	TEZENIS
MANGO	UNIQLO
OKAIDI	UPIM
ORIGINAL MARINES	YAMAMAY
OVS	ZARA
PEPCO	

La rilevazione in store PE 2025 sarà disponibile a partire da fine aprile 2025.

I dati sono accessibili come semplice database, in tavole statistiche in formato excel o in una sintesi in power point.

Lo studio è personalizzabile in termini di insegne, periodo di rilevazione e settori di interesse. Nel caso non ci sia un insegna di interesse, è possibile metterla in rilevazione.

Nel caso di interesse per una quotazione contattare daniele.spelta@sitaricerca.com.

I siti: www.sitaricerca.com

Le sedi: **MILANO: MILANO:** C.so Matteotti 11 - Tel. +39 02.76.38.86.42
ROMA: Via Flaminia Nuova, 260 - Tel. +39 06.35.40.49.80

Contatti: comunicazione@sitaricerca.com

