



FOOD

DAIRY

Formaggi

ANNUAL REPORT 2022

BUYER - MAIORA DESPAR CENTRO SUD



Un 2021 più che roseo, con +15% a valore

In tutti i punti vendita di Despar Centro Sud l'offerta dairy parte dall'area dei freschissimi. Il banco dai salumi e formaggi si pone al centro o in fondo a quest'area. Di fronte all'assistito, invece, vengono installate le vasche per il take-away. "La profondità di gamma è senza dubbio l'elemento che accomuna l'assortimento di formaggi dei nostri banchi – esordisce **Francesco Losappio, Buyer salumi e formaggi Maiora Despar Centro-Sud** -. Gestiamo oltre 250 referenze nel banco a libero servizio e 200 nel banco assistito e take away. L'intento è mantenere un nucleo di assortimenti di alta qualità, valido per tutte le insegne, che si estende nei formati più grandi. Più in specifico: Despar ha un assortimento pari a 200 referenze, Eurospar ne ospita 260 e Interspar presenta tra le 350 e le 450 referenze". Gli item delle private label nel mondo dei formaggi sono 100, suddivisi tra la linea Despar, Despar Premium (dedicata alle eccellenze italiane) e la gamma Free From, che



propone referenze senza lattosio. Grazie anche all'offerta assortita, i numeri sorridono: la crescita, nel 2021, è stata del +15% a valore, rispetto all'anno precedente, mentre nei primi due mesi del 2022 i dati mostrano ancora un trend positivo del +6 per cento.

Alla ricerca costante di fornitori locali e regionali

Nuovi stili di consumo impattano sull'offerta dei formaggi – già strutturalmente variegata –, frammentando la crescita delle singole categorie, in base a tendenze e mode alimentari. "La strategia di Despar Centro Sud – spiega Losappio – è ricercare fornitori nazionali, regionali o locali, con prodotti di eccellenza 100% italiani a basso impatto ambientale e benessere animale, ancora meglio se certificati Dop, Igp, o parte del presidio Slow Food". Per incentivare le vendite, tutti i formaggi necessitano di attività promozionali, che negli store Despar Centro Sud sono spesso supportate anche da storytelling per valorizzare al meglio le caratteristiche della proposta, comunicandone il gusto, la lavorazione, la provenienza ed eventuali abbinamenti di vini.

Banco taglio e take away al centro della qualità

Dopo l'anno di pandemia, che ha fatto registrare numeri in termini di fatturato importanti, il take away nel 2021 ha mostrato un trend di crescita, che si attesta intorno al 40% a valore. "Il banco taglio – illustra Losappio –, con il relativo take-away dei formaggi, è l'ultimo reparto fresco e freschissimo assistito che il cliente incontra nel percorso di acquisto all'interno dei nostri store. Questa disposizione è dovuta alla rilevanza attribuita a questo reparto in termini di qualità e profondità assortimentale, che riteniamo un nostro punto di forza. Per il banco taglio vengono riservati, in genere, tre moduli espositivi. Si cerca di dare maggiore visibilità ai prodotti premium



Francesco Losappio, Buyer salumi e formaggi Maiora Despar Centro-Sud

e a quelli che permettono di realizzare margini a valore più elevati. Nel banco take-away, sono sempre presenti nelle grandi strutture otto moduli in media. L'esposizione presenta sui ripiani superiori i formaggi porzionati e a fette, mentre su quelli inferiori e sulla base sono presenti i formaggi interi o in tranci. Per il libero servizio nelle grandi strutture, vengono di solito utilizzate quattro vetrine da 1,25 metri, una delle quali è dedicata ai prodotti free from e delattosati".



PRIVATE LABEL

Gli item Mdd dei formaggi sono 100, suddivisi tra la linea Despar, Despar Premium e la gamma Free From



DISPLAY

Nel 2021 il take away ha mostrato ancora un trend di crescita, che si attesta intorno al +40% a valore.