

DS

DOLCISALATI
& CONSUMI

ANNO 7 - NUMERO 6/7 - GIUGNO/LUGLIO 2018
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO



SUMMERRY CHRISTMAS

Nel calore dell'estate nasce il calore del vostro Natale.

Da noi, il gusto della festa nasce ora, e nasce così:
da una **qualità** che è controllo in ogni fase, da
una **flessibilità** che è capacità di dare forma e



sostanza a ogni idea di business, da una **gamma**
che diventa ampia scelta per tutti i palati, da un
servizio che è frutto di logistica all'avanguardia.



il buon cioccolato
 *the good chocolate*

www.socado.com

Insegna: Carrefour Italia Gruppo: Carrefour

Stefano Motta, direttore category management prodotti di largo consumo

“Le vendite totali del comparto dolciario, durante il periodo natalizio a cavallo tra il 2017 e il 2018, sono state in linea alla performance del Natale 2016, con un risultato molto positivo sulla ricorrenza torroni ed Epifania. I meglio performanti, infatti, sono stati i prodotti da forno del comparto premium e i vari segmenti d'impulso premium (cioccolato e torroni), oltre alle strenne regalo (sempre nel comparto premium) e al segmento funzionale: farine speciali, vegano, biologico. Questi sono tutti trend rilevati durante la scorsa campagna, che sembrerebbero essere con-

solidati anche per il 2018 e saranno dunque ulteriormente approfonditi, con eventuali altre particolarità che il mercato e l'industria presenteranno. A questa proposta si affianca, come consuetudine, anche il nostro assortimento di forno, tradizionale e arricchito, a marchio del distributore. Per quanto riguarda la gestione del layout espositivo, è un fattore che varia in funzione delle superfici di riferimento. L'obiettivo è quello di garantire ai clienti un'offerta d'impatto visivo che stimoli l'impulso e con una diversificazione e differenziazione nei vari periodi della campagna”.



Insegna: Despar Gruppo: Maiora

**Sergio Redda,
buyer drogheria dolce**

“Con la chiusura del periodo natalizio a cavallo tra il 2017 e il 2018, il comparto delle ricorrenze ha registrato un +6% di incassi rispetto al precedente anno. Ma, analizzando le vendite, le ricorrenze hanno subito una flessione in calo sulla fascia di prodotti medio bassa, a differenza dell'interessante crescita dei prodotti da forno di alta gamma. Il trend delle vendite ha messo in risalto le ottime performance della cioccolateria artigianale e di alta gamma, nonché dei prodotti di qualità utilizzati come idee regalo e presentati con i cesti natalizi. I prodotti da forno con una caratterizzazione artigianale hanno registrato maggiore interesse rispetto ai prodotti mainstream. L'andamento dei consumi delle referenze di ricorrenza è lo specchio di quello che i consumatori richiedono, e proprio per questo il prossimo Natale crediamo che il nostro cliente, sempre più attento all'etichetta e alla qualità, possa richiedere un'offerta più qualificata per la tavola natalizia. Come per quasi ogni comparto, anche per il Natale proponiamo referenze in private label, quali panettoni, pandori e torroni a marchio Premium, Free From e Scelta Verde Bio. L'incidenza però è ancora piuttosto bassa, pari a poco più dell'1% dell'intero fatturato totalizzato dalle ricorrenze. Il nostro obiettivo è quello di presentare sempre più ai clienti i nostri prodotti, comunicando la freschezza e la qualità delle materie prime utilizzate. Normalmente le referenze di ricorrenza vengono gestite in aree promozionali fuori banco, in prossimità dell'area freschi, evitando così di modificare i vari display del comparto dolciario. Questo permette una migliore gestione degli articoli più performanti e ad alta rotazione, oltre a un'ottima esposizione dei prodotti di alta gamma”.

Coop Italia

**Alessandro Neri,
direzione commerciale
food, responsabile marche
dolciario-ricorrenze-snack salati**

“Il Natale 2017 è stato in generale segnato da tre fattori. L'aumento dei listini causato dall'incremento dei prezzi di alcune materie prime, in primis il burro. La quasi assenza di un player storico del comparto come Melegatti, al quale Coop ha comunque offerto la massima disponibilità nonostante le vicende note alla cronaca. La proposta a scaffale di referenze esclusive realizzate dalla nostra insegna in collaborazione con importanti aziende italiane, quali Maina, Balocco, Ferrero, Bauli, Paluani e Galup. Un progetto, quest'ultimo, che ha permesso di concentrare l'offerta nella fascia 'mainstream', presidiata efficacemente anche dalla nostra PI e di incrementare l'offerta nel segmento premium, soprattutto nell'ambito delle confezioni regalo, permettendoci al tempo stesso di differenziarci rispetto ai competitors. Una scelta che perseguiremo anche per la prossima campagna natalizia. Nel complesso, lo scorso anno Coop Italia ha registrato, per il segmento ricorrenza, una crescita a valore di circa il 3%, grazie in particolare al contributo dei brand della fascia 'premium', stabile invece il trend a volume. Buone le performance sia dei prodotti da forno (con panettoni e pandori a marchio Coop a rappresentare i leader nelle vendite), sia dei prodotti tradizionali quali i torroncini. Anche il comparto del cioccolato è stato molto positivo, soprattutto nell'ultima settimana a ridosso della festività natalizia. Gli andamenti sono il risultato di un mix di strategie declinate e perfezionate dalle singole Cooperative a livello locale, sia in termini di assortimento sia in tema di promozioni. Si va dallo 'scegli tu' su tutti i prodotti da forno, a impattanti attività per i soci sul brand 'Fior Fiore'. Altra scelta premiante, che riproporremo sicuramente nel 2018, sarà quella di anticipare l'esposizione dei prodotti natalizi rispetto al consolidato”.

Insegna: Selex Gruppo: Selex Gruppo Commerciale

Referenti Gruppo Selex

“L'andamento delle vendite delle ricorrenze natalizie, durante la scorsa campagna, ha fatto registrare interessanti tassi di crescita (+10% circa sull'anno precedente), tracciate prevalentemente dalle confezioni regalo e dai cesti natalizi. Si sono confermate in forte sviluppo tutte le referenze che seguono le tendenze salutistiche e di benessere, biologico e senza glutine in testa. E proprio per questi due ultimi mercati si attende anche per il prossimo Natale un importante sviluppo, oltre a una conferma per i prodotti 'premium price' (confezioni regalo e prodotti da forno) per un ritorno dei consumi nell'area regalo. Nel comparto dolciario, siamo presenti con 'Le Bontà del Pasticciere', marchio del distributore dedicato ai prodotti da ricorrenza, sia nel periodo natalizio sia nel periodo pasquale. In particolare, per il Natale la nostra offerta prevede i panettoni classici e senza canditi, sia in astuccio sia incartati a mano; il panettone farcito al cacao in astuccio e il pandoro classico e con gocce di cioccolato in astuccio”.

Insegna: Lidl Gruppo: Lidl Italia

**Alessia Bonifazi,
responsabile comunicazione e Csr (Responsabilità sociale imprese)**

“Per Lidl Italia il cardine del comparto dedicato ai prodotti dolciari natalizi sono le private label 'Deluxe' e 'Favorina'. Il primo marchio è legato alle eccellenze regionali e alle specialità gastronomiche gourmet, mentre il secondo racchiude il meglio della tradizione dolciaria italiana e dei paesi del nord Europa. L'azienda rivolge grande attenzione alla sostenibilità e si è impegnata negli anni a offrire ai propri clienti prodotti sempre più sostenibili. Già da tempo, infatti, tutto il cacao utilizzato negli articoli 'Favorina' è certificato Fairtrade o Utz, un valore aggiunto che rende unica l'offerta Lidl. Ma non solo: tutti i pandori e panettoni dell'insegna sono interamente realizzati con uova allevate a terra e anch'essi contengono, laddove presente, cioccolato certificato. Una strada, quella intrapresa dall'azienda, che contraddistinguerà anche le proposte natalizie del 2018. Il Natale 2017 si è chiuso con ottime performance da parte dei due brand 'Deluxe' e 'Favorina', seguendo un trend di vendite conforme all'andamento del mercato. Tra le referenze più richieste si confermano il panettone (con e senza canditi) e il pandoro, grandi classici della pasticceria natalizia italiana. Se da un lato i prodotti tradizionali rimangono i preferiti dalla clientela, dall'altro il consumatore si rivela anche molto attratto da articoli ricercati nel gusto e negli ingredienti. Alcuni esempi del marchio 'Deluxe' sono il panettone pere e cioccolato, il panettone con scorza d'arancia e gocce di cioccolato e il panettone con uvetta imbevuta nel vino Moscato Docg. E la tendenza a ricercare un prodotto più originale e ricco all'interno del comparto dolciario si riconferma anche per il prossimo Natale, che vedrà l'inserimento di sfiziose novità. All'offerta natalizia, Lidl Italia riserva un'area dedicata all'interno del punto vendita, evidenziata con grafiche e cartellonistica ad hoc, al fine di renderla immediatamente riconoscibile alla clientela. Inoltre, per facilitare l'esperienza d'acquisto dei consumatori, alcune delle referenze vengono esposte anche in prossimità delle casse, rendendo così l'individuazione dei prodotti preferiti dai clienti ancor più semplice e intuitiva”.

