



# FOOD

## CONSERVE

### Conserve

ANNUAL REPORT 2024



ti vendita dell'insegna vantano uno store concept pensato per rispondere alle moderne esigenze dei consumatori e offrire un'esperienza di acquisto sempre più smart, grazie a un assortimento compatto e completo, organizzato in modo efficace e intuitivo che permette ai clienti di riempire

il proprio carrello di valore, facendo la spesa rapidamente e con semplicità.

"Il layout degli scaffali è studiato per essere chiaro e facilmente fruibile, con una netta predominanza delle private label a fianco delle referenze dei brand industriali – dichiarano da Aldi –. Le conserve rosse, in

particolare, sono esposte in modo da riflettere l'italianità dell'assortimento, mentre le conserve vegetali rispondono a esigenze di praticità e salute. I prodotti biologici e quelli con plus regionali sono evidenziati con una cartellonistica chiara, in modo da guidare le scelte dei consumatori".

## BUYER - MAIORA DESPAR CENTRO SUD



### Focus sui localismi

Le conserve vegetali valgono lo 0,40% del fatturato complessivo di Maiora Despar Centro-Sud e, sulla scorta dei dati del primo semestre 2024, la previsione è un incremento dell'1,45% a fine anno. Dal canto loro, i derivati del pomodoro rappresentano lo 0,50% del fatturato. "L'assortimento dei vegetali conservati – spiegano Carmela Perrini Category&Plan e Donato Milillo, Buyer grocery salato di Maiora Despar Centro-Sud – è costituito da 150 referenze, di cui il 20% è rappresentato da prodotti a marchio, distinte nelle tre linee Despar, Premium, Scelta Verde Bio. All'interno della categoria dei derivati del pomodoro è molto accentuato il focus sull'esaltazione dei localismi, rappresentati da circa 130 referenze di brand leader e locali. Per i sottoli e sottacetati il trend è positivo sia a volume che a valore e il segmento trainante sono le olive. Nei vegetali, invece, il trend positivo deriva soprattutto dal

segmento dei fagioli, seguiti dai ceci. All'interno dei derivati del pomodoro spiccano per trend di crescita la passata e il concentrato".

### La Mdd si conferma protagonista

"Per quanto riguarda i legumi, il nostro assortimento è rappresentato per il 40% da prodotti a marchio delle linee Despar e Scelta Verde Bio, sia per i legumi che per le verdure e nei formati vetro e lattina e oltre il 50% del fatturato viene generato dai prodotti a marchio, nello specifico dal segmento degli altri legumi vegetali, seguiti dai fagioli – dichiarano i buyer –. Nei derivati del pomodoro, invece, l'Mdd costituisce il 25% dell'assortimento. In termini di fatturato i segmenti più venduti sono la passata di pomodoro e i pelati/pomodorini". Gli ultimi lanci della linea Mdd Premium sono la polpa e la passata di marzanino a marchio Premium, mentre

quelli della categoria vegetali sono i fagioli rossi e i funghi trifolati.

### Una razionale gestione a scaffale

"Relativamente alle referenze ldm – precisano i manager – si è rispettato il prezzo baseline medio di mercato con poche eccezioni riferibili agli items di nicchia o ai sottoli, colpiti maggiormente dall'inflazione, per esempio a causa dell'aumento dell'olio. Per quanto riguarda l'Mdd, si sono attivate misure anti-inflazione a livello nazionale, come in tutte le categorie, garantendo prezzi ribassati e bloccati".

Quanto allo scaffale, con l'obiettivo di semplificarne la lettura e rendere visibili agli occhi dei clienti i prodotti che rendono distintivo l'assortimento, le conserve vengono gestite esponendo in verticale i segmenti e in orizzontale i brand. A ciò va aggiunta una differenziazione tra i formati.

