



LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO (2.01.2022 – 1.01.2023)

VENDITE A VALORE (€)	VENDITE A VOLUME (Kg)	PREZZO MEDIO (€/Kg)	INTENSITY INDEX VOL.
290.026.312	45.024.045	6,44	52,5%
▲ +16,9%	▼ -9,0%	▲ +28,5%	▼ -1,2 p.p.

Totale Italia, a esclusione dei discount – fonte: NIQ

EXECUTIVE SUMMARY



▲ **PRODOTTI TRADIZIONALI**

Pandoro e panettone segnano le vendite maggiori e avanzano a doppia cifra a valore



▲ **PRODOTTI FARCITI E PREMIUM**

Dall'alto tasso d'innovazione, rendono dinamico un mercato tradizionalista



▲ **PICCOLE RICORRENZE**

Sebbene un segmento contenuto, è l'unico che mette a segno una crescita a volume



▲ **ASSORTIMENTI**

Cresce il numero medio di referenze del mercato, soprattutto in iper e super



▼ **VENDITE A VOLUME**

Le flessioni sono l'effetto degli aumenti double digit dei prezzi a confezione



▼ **ABBINATI**

Si tratta dell'unico segmento che mostra flessioni anche per quanto riguarda le vendite a valore



▼ **PRESSIONE PROMOZIONALE**

Flette sul totale mercato, ma circa la metà dei volumi è venduta sotto promo



▼ **LIBERI SERVIZI**

È il canale che realizza la crescita minore a valore e, al tempo stesso, la performance peggiore a volume

BUYER



🕒 Un'offerta tradizionale e di tendenza

Nei punti vendita di Maiora Despar Centro-Sud i dolci dominano la classifica delle referenze più vendute durante le festività natalizie, e in particolare il pandoro e il tradizionale panettone, sia nel formato classico che arricchito. E oltre ai due trend contrapposti, ma indiscussi, del salutistico e dei prodotti arricchiti, a spopolare lo scorso Natale sono state le versioni alcoliche delle ricette più tradizionali.

“Il nostro assortimento per il Natale – illustra **Sergio Redda, Buyer dolciario Maiora Despar Centro-Sud** – è composto da un'offerta standard di pandori e panettoni, torroni, torroncini, cioccolato e da tutte quelle referenze in linea con i food trend del momento. Inoltre, tenendo conto che aumentano le intolleranze alimentari e l'attenzione alla salute, abbiamo completato il nostro assortimento con prodotti free from e vegani specifici per soddisfare i bisogni di alcune nicchie di mercato. Oltre ai prodotti dell'Idm che ci consentono di creare traffico all'interno dei punti vendita, selezioniamo alcuni prodotti tipici regionali, a seconda delle aree geografiche”.



🕒 Spazio alla Mdd

L'assortimento natalizio è presidiato anche dalla Mdd: la linea mainstream Despar, la linea Premium, Sceltaverde (per i prodotti biologici) e Free From. Gli ultimi lanci hanno riguardato il segmento dei panettoni, in linea con i trend di mercato: è stato presentato per esempio un panettone (linea Despar Premium) ricoperto di cioccolato e farcito con crema al pistacchio.

“I prodotti che performano meglio all'interno dell'offerta a marca privata – spiega **Carmela Perrini, Ufficio category & plan Maiora Despar Centro-Sud** – sono quelli delle linee Free From e Premium, poiché rispecchiano meglio le esigenze dei nostri consumatori”.

🕒 Una categoria da presidiare

Le ricorrenze natalizie incidono per il 0,38% sul totale fatturato dell'azienda e rappresentano una categoria interessante da presidiare in tutte le fasce prezzo, data l'importanza che il Natale riveste per il nostro Paese. “I nostri consumatori infatti – spiega Perrini –, in queste circostanze sono disposti ad aumentare il valore dello scontrino medio, pertanto cerchiamo di costruire un assortimento che sia in grado di soddisfare le



Le referenze natalizie esposte nei punti vendita Maiora Despar Centro-Sud



Sergio Redda, Buyer dolciario e Carmela Perrini, Ufficio category & plan Maiora Despar Centro-Sud



differenti esigenze: proponiamo una vasta gamma di prodotti in linea con le tendenze alimentari che variano da un anno all'altro”. Essenziale è anche l'esposizione strategica delle ricorrenze all'interno del punto vendita, sia con l'aggregazione delle medesime categorie merceologiche sia attraverso strategie di cross selling. “Per poter accompagnare i nostri clienti nel processo di acquisto – fa sapere Perrini – lavoriamo molto sulle offerte in volantino e sulla comunicazione tradizionale. Proprio riguardo quest'ultimo aspetto, il Natale per noi diventa un pretesto per comunicare l'offerta delle eccellenze a marchio premium mediante il catalogo Despar Gourmet”.