



DAIRY

# MOZZARELLA



di Chiara Cammarano

**Le dimensioni e i trend del mercato** dal 25.11.2018 al 24.11.2019

**VENDITE A VALORE**

**1.030.466.644 €**

▲ **+1,7%**

**VENDITE A VOLUME**

**151.266.957 kg**

▲ **+3,5%**

**PREZZO MEDIO**

**6,81 €/kg**

▼ **-1,8%**

Totale Italia - fonte: Nielsen

## up

▲ **CILIEGINE E FORMATI INNOVATIVI** moltiplicano le occasioni d'uso

▲ Le specialità che **VALORIZZANO IL TERRITORIO** sono sempre più apprezzate

▲ La Mozzarella di **BUFALA CAMPANA DOP** conquista un numero crescente di consumatori

▲ Il **BIOLOGICO** continua la sua avanzata

**MOZZARELLE DI BUFALA AUMENTANO A VOLUME**

↑ **+9,8%**

## Aria nuova per la più amata

Un terzo delle vendite totali di formaggi nel nostro paese riguarda la mozzarella, consumata dall'86% degli italiani. Un andamento positivo che sembra destinato a proseguire, grazie alla capacità delle aziende di rinnovarsi senza perdere di vista le proprie radici e la qualità. La mozzarella vaccina continua a dominare, ma crescono i prodotti da latte di bufala, con la Mozzarella di Bufala Campana Dop a farla da padrona. Tra le tendenze più interessanti, spicca la differenziazione. In ascesa anche le proposte che interpretano i trend più attuali, dai formati 'speciali' ai prodotti salutistici, senza dimenticare le filiere 'particolari' (bio o latte fieno). I driver del futuro? Capacità di valorizzare il prodotto e di evolversi senza rinunciare alla qualità. Proprio sulla capacità di innovare ed efficientare i processi produttivi puntano le principali aziende italiane.

## down

▼ La **MOZZARELLA PER PIZZA** subisce la concorrenza delle più economiche produzioni d'oltreconfine

▼ I prodotti **MAINSTREAM**, mancano spesso dell'appeal sufficiente per richiamare l'attenzione del consumatore

**MOZZARELLA DI CAPRA IN CADUTA LIBERA**

↓ **-36,3%**

## Maiora, tra localismi e tendenze nazionali

Secondo la suddivisione effettuata da Nielsen, l'Area 4 del territorio italiano comprende al suo interno l'areale di produzione della Mozzarella di Bufala Campana Dop. Valutare il mercato della mozzarella per un retailer che, come Maiora, opera proprio in quell'area, si può rivelare quindi particolarmente interessante.

“A livello nazionale – dichiara **Francesco Losappio, Buyer Salumi e Formaggi di Maiora, Despar Centro-Sud** – la mozzarella rappresenta la maggior produzione casearia italiana e rimane il formaggio più consumato nel Paese. Nell'Area 4 in particolare, questo prodotto genera un giro d'affari di 83 milioni di euro, di cui Maiora esprime una quota pari al 12%”.

In tale contesto l'azienda ha scelto di puntare su alcune prerogative di base, tra cui spiccano, naturalmente, la freschezza, la qualità e il servizio, ma, soprattutto, Maiora si impegna a presidiare le nuove tendenze di mercato, come l'offerta di prodotti provenienti da filiere certificate



Francesco Losappio, Buyer Salumi e Formaggi di Maiora, Despar Centro-Sud

e controllate, l'impiego di latte 100% italiano, la presenza di referenze biologiche e senza lattosio. “Fermo restando il presidio di ogni bisogno di consumo – prosegue Losappio –, l'assortimento è condizionato dalla dimensione degli spazi espositivi, in base ai nostri format. Esponiamo nel banco gastronomia tutti i prodotti che richiedono assistenza alla vendita, mentre utilizziamo le isole espositive per il take away e le referenze confezionate. Chiaramente, la maggior espressione dei localismi, da noi molto importanti per questo mercato, è evidenziata nei banchi gastronomia. Siamo molto attivi anche sul fronte della Mdd. E, in quest'ambito, abbiamo recentemente deciso di ampliare e completare il nostro assortimento, già presidiato con vari formati nei marchi Premium, Despar, Vital e Free From. In tale logica, abbiamo quindi previsto, in tempi brevi, il lancio di tre nuove referenze: il nodino di mozzarella in confezione da 200 g, la stracciatella da 200 g e la Mozzarella di Bufala Dop da 500 g”.

Infine, la riflessione di Maiora interessa anche il fronte dei prezzi. Per un prodotto come la mozzarella, una tipologia di formaggio generatrice di traffico e particolarmente sensibile alle promozioni, è evidente il ricorso a una dinamica promozionale continua e costante.

