



A colloquio con Daniele Arbore, buyer ortofrutta Maiora Despar Centro-Sud

"Aumento dei costi, non penalizzeremo i nostri fornitori"

Oggi più che mai, vista l'attuale situazione con costi alle stelle in ogni anello della filiera e bassa capacità di spesa di un'ampia fascia di consumatori, serve sempre di più un "patto" fra produttori, distributori e Gdo. Alla luce di ciò, continuiamo il nostro "viaggio" nelle principali catene della Grande distribuzione italiana. Questa volta abbiamo interpellato Daniele Arbore (*foto sotto*), buyer ortofrutta *Maiora Despar Centro-Sud*.



FreshPlaza (FP): Il comparto ortofrutta che segnali vi ha dato, lo scorso anno?

Daniele Arbore (DA): In generale, il comparto ha chiuso positivamente il 2021 sia in termini di valore che di volume. Restando solo sui numeri, per spiegare come si è arrivati a questa crescita bisogna guardare le dinamiche interne delle singole categorie: alcune sono cresciute in modo sensibile (in particolare i prodotti

stagionali, come anguria e fragole), altre, invece, hanno registrato dei trend negativi (come agrumi e mele). Tendenza positiva anche per la frutta esotica, alla quale stiamo dando sempre più spazio in termini di esposizione in pdv. Stesso discorso per pomodori e IV gamma.

FP: Come ha influito la pandemia?

DA: Dopo l'anno di pandemia che ha fatto registrare importanti numeri in relazione al fatturato, il reparto ortofrutta ha riscontrato sicuramente un calo della domanda, che si contrappone all'aumento del giro d'affari dovuto all'incremento dei prezzi di molti prodotti, principalmente degli ortaggi. Nonostante la riduzione dei fatturati registrata rispetto al periodo Covid, le abitudini di consumo continuano a rimanere costanti, con un'attenzione del cliente focalizzata sull'origine italiana dei prodotti, ma anche sulla ricerca della stagionalità e della freschezza degli stessi.

FP: Problema costi: come sarà possibile conciliare le esigenze di tutta la filiera?

DA: L'aumento dei costi inizia a pesare, ma la scelta finora attuata è quella di non riversare tali aumenti né sui nostri clienti né tantomeno sui nostri fornitori, con i quali si tende a cercare di stabilire accordi più duraturi per garantire freschezza e qualità dei prodotti. Contemporaneamente, l'analisi attenta a livello di category anche nel reparto ortofrutta ci sta aiutando a tamponare e sostenere i vari aumenti.



FP: In che modo gestite le offerte volantino in ortofrutta?

DA: La proposta commerciale presentata a volantino cerca di rappresentare le varie stagionalità. Lavoriamo sempre per offrire ai nostri clienti prodotti di facile reperibilità, presentando un assortimento ampio e profondo, in grado di fidelizzarli.

FP: Quali strategie metterete in campo nei prossimi mesi?

DA: La qualità oggettiva dei prodotti è un fattore determinante. Questa deriva dal lavoro costante di tutti gli operatori della supply chain (dagli acquisti alla certificazione dei fornitori, dal controllo di qualità alla consegna nel punto vendita) che ha il fine di garantire quotidianamente un prodotto fresco ed eccellente nel punto vendita. Consiste in un lavoro di organizzazione, di formazione, di scelta assortimentale. Lavorare nella direzione dell'eccellenza, per noi significa essere al servizio del cliente (proponendogli prodotti più confezionati e pratici), mettere su progetti di filiera (ne è la dimostrazione il nostro brand "Passo dopo Passo"), offrire prodotti biologici e locali. Infine, avere una comunicazione chiara e diretta con i nostri clienti. Nel 2022 è stato predisposto un piano di one to one marketing con l'obiettivo di informare i clienti sulle eccellenze, le novità e tutte le iniziative promozionali.

**FP: Reparto ortofrutta: avete novità in vista, per quanto riguarda il format?**

DA: E' il nostro biglietto da visita, la nostra living room, dove accogliamo i clienti e diamo loro il nostro benvenuto. Negli ultimi anni abbiamo innovato questo comparto su tutti i fronti: dal layout merceologico alle attrezzature e materiali, dalle luci alla comunicazione pop. Oggi è sufficiente visitare uno degli ultimi format realizzati per comprendere il "punto di partenza" da cui vogliamo ripartire.

Data di pubblicazione: gio 10 feb 2022

Author: Cristiano Riciputi

© FreshPlaza.it
