



FOOD

L'INNOVAZIONE CHE RESISTE A SCAFFALE

PERFORMANCE E PIANO
MARKETING ALLA BASE DI
UN LANCIO DI SUCCESSO

BUYER

🕒 Via dagli scaffali le uova da allevamenti in gabbia

Quella delle uova e degli ovoprodotti è una categoria strategica per **Maiora Despar Centro-Sud**, assicura **Nicola Tarricone, Responsabile marketing**, che tiene a puntualizzare come le scelte assortimentali riflettano le evoluzioni nei consumi e nella sensibilità dei consumatori rispetto a determinate tematiche. Un esempio in tal senso è rappresentato dall'orientamento verso le uova biologiche, senza antibiotici, con la salvaguardia del pulcino maschio. "A questo proposito a partire dallo scorso gennaio, sono state eliminate dal nostro assortimento le uova prodotte da galline allevate in gabbia – afferma Tarricone –. La nostra decisione non è rimasta circoscritta solo alle uova: tutte le referenze del dolciario, salato e surgelato a marchio Despar, infatti, che implicano l'utilizzo di questi prodotti tra gli ingredienti, sono state ritirate dagli scaffali. Attualmente, quindi, le uniche referenze di uova presenti nei nostri punti vendita diretti provengono da allevamenti a terra, all'aperto o biologici, rispettosi dell'ambiente e del benessere animale. Completano e arricchiscono la nostra offerta le uova provenienti da aziende avicole locali presenti nelle nostre aree di riferimento".



Per quanto riguarda la gestione dello scaffale, generalmente Tarricone afferma che nei nuovi format viene dedicato un modulo intero alla categoria, privilegiando l'esposizione dei prodotti a marchio insieme alle uova speciali e, per ultimo, i formati più grandi.

🕒 Meno promozioni, più spazio alla private label

Sul fronte promozionale, per questo comparto non sono previste vere e proprie attività: "Evitiamo il taglio prezzo, fatta eccezione per alcuni momenti dell'anno o per approfondimenti di alcuni speciali, in volantino", fa sapere Tarricone. Lo stesso Responsabile marketing riflette anche sul ruolo della Mdd nel settore, confermato dalla sua incidenza sul totale fatturato della categoria, il 45% circa. "La private label è fondamentale per rendere lo scaffale sempre più sostenibile, soprattutto grazie alle referenze con imballi compostabili o riciclabili e alla linea biologica, senza antibiotici, vero e proprio fiore all'occhiello, a cui si aggiungono le uova a marchio Despar, allevate all'aperto".

🕒 I driver su cui scommettere per il futuro

Per sostenere le vendite, infine, Tarricone suggerisce ai competitor di continuare da una parte a innovare nella direzione del cage free, antibiotic free, filiera e incarti ecosostenibili, e dall'altra di investire nella messa a punto di gamme che rispondano a una crescente differenziazione e versatilità dei consumi, come già fatto con i pronti all'uso (albume e tuorlo già pronto) e con i preparati per ricette.



Nicola Tarricone, Responsabile marketing Maiora Despar Centro-Sud



NIENTE GABBIE

Da gennaio 2022 sono state eliminate dall'assortimento le uova prodotte da galline allevate in gabbia



MDD PROTAGONISTA

La private label è fondamentale per rendere lo scaffale più sostenibile, soprattutto grazie a imballi compostabili e alla linea biologica



FUTURO

Cage free, antibiotic free, filiera e incarti eco-sostenibili: questi i filoni su cui settare l'innovazione aziendale