



FOOD

OLIO

Olio

ANNUAL REPORT 2024

BUYER - MAIORA DESPAR CENTRO SUD



🕒 Trend contrastanti tra evo e semi

La categoria olio vale lo 0,40% del fatturato di Maiora, il cui 55% è costituito dal fatturato di olio evo. Il retailer gestisce circa 60 referenze a scaffale, il cui 60% è rappresentato da olio di oliva (evo, sansa e oliva) e la restante parte da olio di semi. “In generale, sul segmento dell’olio di oliva si è registrato, a fronte di un aumento dei prezzi, una riduzione dei volumi. Analizzando nel dettaglio l’andamento dei consumi presso le famiglie italiane, emerge che la contrazione dei volumi ha riguardato l’olio comunitario, con un contestuale spostamento delle vendite sull’olio 100% italiano e Dop. Per l’olio evo, i volumi dei prodotti premium non hanno subito una contrazione di volumi, in quanto l’inflazione ha comportato uno schiacciamento della scala prezzi. Quanto all’olio di semi, è stato registrato un trend a valore negativo, in linea con l’Italia e la TDA (ca. -13%) e un andamento a volume positivo (+1,15%). Abbiamo assistito a una fles-

sione del fatturato e contestualmente dei volumi, in particolare per i segmenti di olio di semi vari e olio di arachidi. È indiscusso, quindi, che i consumatori stiano spostando i propri acquisti verso la fascia di “primo prezzo”, osservano **Carmela Perrini, Ufficio category&plan** e **Donato Milillo Buyer grocery salato Maiora Despar Centro Sud**.

🕒 Le misure anti-inflazione

Come categoria maggiormente colpita dall’inflazione, l’olio di oliva ha visto la sospensione di ogni attività promozionale, riducendo così i rischi di erosione progressiva della marginalità e applicando prezzi medi che contenessero gli effetti della spirale inflazionistica sui consumatori. Maiora ha sempre garantito la competitività con il presidio delle fasce prezzo in riferimento ai prezzi medi delle diverse aree geografiche. Per quanto riguarda l’olio di semi, il retailer ha applicato una politica di hi-low pricing allineato al mercato sia in promozione che in normalità.



Carmela Perrini, Ufficio category&plan Maiora Despar Centro Sud



Donato Milillo, Buyer grocery salato Maiora Despar Centro Sud



🕒 Oltre un quarto dell’offerta è Mdd

Oltre un quarto dell’assortimento dell’insegna è composto da referenze a marchio, distinte nelle linee Despar, Sceltaverde e Premium. Quest’ultima ha l’obiettivo di enfatizzare le specialità territoriali delle regioni in cui Maiora opera. Sul fronte delle novità di prodotto, l’ultimo lancio è stato l’olio evo fruttato nella linea mainstream. “La categoria dell’olio è inserita generalmente nel layout del punto vendita nella zona adiacente al banco gastronomia – affermano Perrini e Milillo – e lo spazio varia a seconda del format. Il display è costruito con la logica della verticalizzazione dei segmenti e con l’obiettivo di evidenziare tutte le referenze biologiche e dotate di marchio Igp”.