

RETAIL & INDUSTRIA

Strategie retail

a cura di
Alessandra Bonaccorsi

OFFERTA E MDD

» Lo spazio dedicato varia per dimensioni dello store. Indicativamente arriva a occupare circa 5 metri lineari, esposta su ripiani orizzontali refrigerati, secondo la logica espositiva di leader, mdd, follower. Posizionamento privilegiato per la mdd



GIANFRANCO AMITRANO
UFFICIO ACQUISTI DI CEDIGROS

» Cerchiamo di mettere a disposizione un assortimento che aiuti ognuno a performare al meglio. Operiamo una **selezione sulle scelte delle referenze da proporre**, verificando accuratamente le proposte di innovazione che arrivano dal mercato, ma **senza intervenire con progetti di category management** sui layout espositivi. Al momento, l'as-

sortimento totale della IV e V gamma conta **circa 180 referenze**, dai prodotti a foglia, baby leaf o adulte tagliate, alle verdure da cuocere, per passare ai piatti pronti (insalate a foglia arricchite da ingredientistica varia), fino alle zuppe, verdure cotte al naturale, vegan burgers, primi piatti. Presente anche la mdd. Insieme ai prodotti di marca, abbiamo in proposta per la IV gamma **anche item a marchio Consilia**, facendo capo a Gruppo Selex, **con un'incidenza pari a circa il 20% del totale.**



PIETRO FIORE
RESPONSABILE ORTOFRUTTA
DI IGES (TODIS-PAC 2000A)

» Negli store a insegna **Todis** sono disponibili in assortimento **circa 60 referenze**. Ogni semestre il comparto subisce una **revisione di assortimento**, dove le referenze con basse performance vengono tolte e sostituite con nuovi prodotti oppure dando più spazio ai prodotti che hanno delle vendite e margini migliori.

Bontà dell'orto è, invece, il marchio mdd di IV gamma, a oggi sono presenti 38 referenze e queste **incidono l'80% sulle vendite dell'intero comparto**. L'innovazione è presente, soprattutto sulla marca, ma spesso i nuovi prodotti lanciati stentano nelle vendite.

I prodotti più performanti a livello di fatturato **sono le insalate miste e le insalate adulte** mono tipo, mentre la categoria che negli ultimi anni sta crescendo a doppia cifra sono le insalate ricche.



GIANFRANCESCO DI MURIA
RESPONSABILE DEL CANALE
CASH&CARRY ADHOC
DI MULTICEDI (VÉGÉ)

» Attualmente nell'assortimento Adhoc sono disponibili **circa 30 referenze di IV gamma**, la maggior parte delle quali concentrate su formati superiori a 400 grammi. Per quanto riguarda i prodotti a marchio del distributore sono presenti in assortimento prodotti come la rucola, il basilico, la valeriana, l'insalatina e misticanza più radicchio. L'andamento delle vendite di prodotti di quarta gamma ha conosciuto una crescita rilevante negli scorsi anni. Nel 2023 il segmento ha registrato **un'ulteriore crescita a doppia cifra**. Il comparto è la risposta alle esigenze di prodotto, versatilità e servizio di ristoranti e pizzerie. La IV gamma, lavorando su un'esigenza "base" del cliente horeca, inoltre, spesse volte è proprio la categoria che "porta" il cliente nel reparto ortofrutta, strategico per l'insegna. La gestione degli stock è evidentemente determinante. Alla quarta gamma è dedicato **un murale perimetrale del reparto ortofrutta**. Le referenze più altorotanti, come nel caso di rucola e basilico in vassoio di polistirolo, sono esposte in maniera massificata sul primo ripiano. Tra i prodotti con più alta rotazione c'è anche l'insalata mista da 500 grammi