



DESPAR

Filippo Fabbri, direttore generale



“Il prodotto a marchio registra quote in crescita per tutti i nostri soci: il fatturato complessivo (sell-in) mostra nel 2022 un trend di crescita molto importante pari al +11,4%, fortemente influenzato dall'inflazione. Tuttavia, riscontriamo ottime performance anche per i dati a volume perché a progressivo, a settembre, siamo a + 4,7% sull'anno precedente. Per quanto riguarda quest'anno, i risultati sono stati positivi: la Mdd Despar nel progressivo a ottobre 2022 ha raggiunto il 21,4% di market share a fronte del 21,2% registrato dal mercato (Fonte: Nielsen IQ Trade*Mis - progr. 10/2022), in crescita di +0,9 punti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Abbiamo come obiettivo quello di raggiungere quota 25% entro il 2025. Despar, in particolare, presenta tassi di crescita superiori al mercato nell'80% delle categorie grocery. I comparti che hanno performato meglio nel 2022 sono stati: il fresco (+9,8% vs 6,3% del mercato), le bevande (+10 vs 3,6 del mercato) e l'ortofrutta (+13,3 vs 5,3 del mercato) (Fonte: Nielsen IQ Trade*Mis - ottobre 2022).

Lo sviluppo del prodotto a marchio Despar, nel complesso, segue tre principali driver: attenzione alla sana alimentazione, sostenibilità e valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti. Ne sono derivati numerosi progetti e iniziative, a cominciare dal benessere animale. Nel 2022, ad esempio, abbiamo completato il processo di eliminazione delle uova da galline allevate in gabbia da tutte le ricette dei nostri prodotti Mdd. Tra gli ultimi lanci, invece, possiamo citare le confetture di frutta *Light Vital* senza zuccheri aggiunti, la linea di pasta di legumi *Vital* e la Linea di Carne Bianca *Despar Premium*. Quest'ultima proviene da allevamenti senza l'uso di antibiotici e con alimentazione vegetale no Ogm. Inoltre, polli e tacchini sono allevati a terra e sono di provenienza 100% italiana. Nel 2022, poi, abbiamo avviato un progetto con i nostri fornitori per ridurre l'impatto ambientale dei prodotti Despar in termini di Co2: valorizzando i fornitori che già lavorano in questa direzione, collaborando con quelli già impegnati e sensibilizzando le aziende non ancora attive sul tema. Nel complesso, per quanto riguarda la produzione a marchio, ricerchiamo dei rapporti di partnership dove lo scambio tra noi e il co-packer sia realmente costruttivo e porti a risultati soddisfacenti per tutti. Inoltre, per noi è importante collaborare con partner che siano in grado di rispondere alle nostre esigenze di continua innovazione, per soddisfare al meglio i nostri clienti. Preferiamo lavorare con piccole e medie aziende presenti sul territorio nazionale, orientate alla qualità del prodotto, aiutandole a crescere e migliorarsi quotidianamente. Con i nostri co-packer stipuliamo dei contratti a lungo termine, al fine di rafforzare il rapporto di partnership e di reciproca fiducia. Nel 2022, con il problema dell'inflazione da affrontare, è stato fondamentale avere rapporti costruiti nel tempo. Dobbiamo aggiungere che per noi è importante che le aziende con le quali collaboriamo siano molto attente alla sostenibilità e siano disposte a fare un percorso comune di miglioramento in termini di impatto ambientale.

Guardando invece al presente, a Marca 2023 portiamo alcune novità: la Linea di pasta di legumi *Vital* (lenticchie, ceci piselli), le nuove pinte di gelato *Despar Premium* (cannolo, brownie, noci&fichi caramellati) e le uova antibiotic free in partenza a gennaio. Nel 2023, in generale, prevediamo inoltre di ampliare il nostro assortimento con oltre 200 nuovi lanci e di rinnovare dal punto di vista grafico circa 300 referenze già esistenti: lavoreremo su linee obsolete al fine di aggiornarle ed essere in linea con i nuovi trend di mercato. Abbiamo previsto, ad esempio, il lancio di alcune referenze rivolte al mondo proteico (budini, mousse, bevande a base vegetale, latte e albume della linea Despar), delle uova antibiotic free e l'ampliamento della nostra cantina Despar con nuovi vini tipici di Lombardia, Abruzzo e Piemonte”.

CONSORZIO C3

Eugenio Morlacchi, direttore commerciale



“Per quanto riguarda il valore della Mdd all'interno di Consorzio C3, il dato in nostro possesso fa riferimento al valore all'acquisto, pari a 42 milioni di euro di sell-in. La percentuale della marca privata sul totale dell'assortimento è difficile da stabilire ma, se dovessimo fare un tentativo, per quanto non preciso, potremmo parlare di un 5%. Il segmento Mdd nel 2022 ha performato positivamente: al 30 settembre 2022, il fatturato ha registrato un +6% a parità di strutture sullo stesso periodo dell'anno precedente. Tutti i settori, seppur diversamente, hanno ottenuto performance lodevoli. Sveltano, in particolare, il comparto tissue, quello degli oli, della frutta secca, lo scatolame ittico e il mondo della detergenza. Un'area di potenziale sviluppo per *Noi&Voi*, la Marca del distributore di Consorzio C3, è quella dei freschi, oggi ancora piuttosto limitata nel nostro assortimento, ma tra i primissimi punti all'ordine del giorno del nostro team. Nel 2022, poi, abbiamo celebrato un importante traguardo: il Consorzio ha festeggiato i 50 anni dalla sua fondazione e i 30 anni dalla nascita del marchio *Noi&Voi*. Nel corso dell'anno ci siamo così concentrati sull'evento e sulle iniziative per il 50esimo, nonostante sia nostra intenzione migliorare tutte le leve finalizzate alla sostenibilità, allo spreco e alla riduzione degli imballi. Abbiamo infatti iniziato a valutare possibili cambiamenti mirati, in linea con quello che chiedono oggi i nuovi target di consumatori. In questo senso, *Noi&Voi* continua a evolversi registrando una crescita rilevante con un'ampia offerta di prodotti Food e Non food, frequenti restyling e nuovi packaging sempre più green, che prediligono il riutilizzo di materiali riciclabili e la riduzione degli imballi, a favore della sostenibilità e della salvaguardia dell'ambiente. A Marca 2023 abbiamo presentato diverse linee di prodotti per la cura della casa, tra cui la nuova linea di sacchi per la pattumiera in plastica riciclata e un'intera gamma di guanti. Per gli alimentari confezionati presentiamo invece il restyling della linea aceto, composta da cinque referenze, e la linea di vaschette per frutta secca ad alto contenuto di servizio: pratiche confezioni apri e chiudi con sigillo salvafreschezza, realizzate in plastica riciclata all'80%, di cui 50% R-Pet. In merito alle caratteristiche ricercate in potenziali co-packer, infine, prestiamo grande attenzione a tutto ciò che concerne sostenibilità, ricerca dell'innovazione e flessibilità a soddisfare i diversi canali che comprendono il 'mondo' C3, composto da una variegata eterogeneità che raggiunge tutto il territorio nazionale”.

D.IT DISTRIBUZIONE ITALIANA

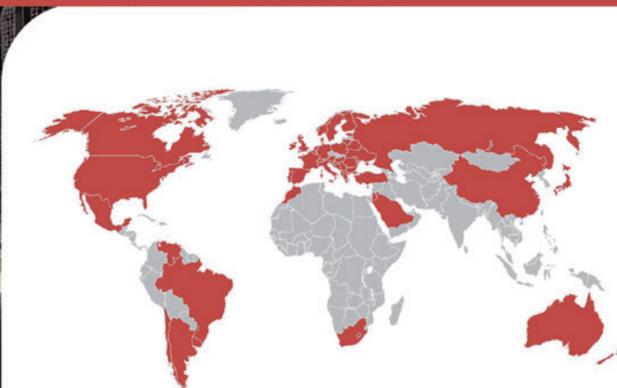
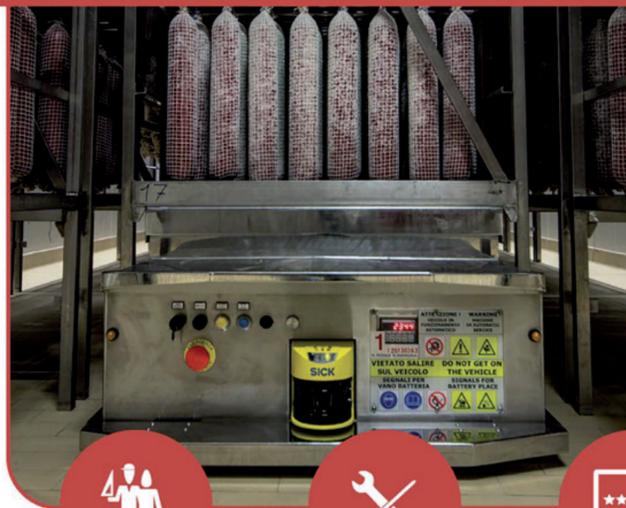
Roberto Romboli, responsabile Mdd



“La Mdd rappresenta circa l'11,5% dell'assortimento di D.It, per un valore economico di circa 150 milioni di euro. Il dato, però, è in costante crescita. Nel 2022, infatti, le referenze a marchio privato hanno performato decisamente bene: la previsione di chiusura del 2022 sul 2021 è di un aumento del +10% sui volumi e di un +22% del fatturato sul pari periodo dell'anno precedente. In maggiore dettaglio, le commodity in genere e le linee specialistiche hanno dato i risultati migliori. Nell'ordine: *Gusto&Passione* per la fascia premium dell'assortimento, *Verdemio* nell'area del biologico ed *Equilibrio&Piacere* nell'ambito dei prodotti salutistici. Mentre tutta l'area dei prodotti freschi e freschissimi, con scelte declinate alle necessità di ogni territorio, è quella con maggiore potenziale di sviluppo. I risultati positivi dell'anno appena trascorso sono legati anche ad alcuni importanti investimenti della nostra Centrale proprio nel segmento Mdd. Ad esempio, ha investito su tutta l'area che regola i processi di sviluppo e la certificazione dei prodotti a nostro marchio, ricevendo anche il riconoscimento della certificazione Iso 9001 per il lavoro svolto e la sua tracciabilità. A proposito dello sviluppo della nostra PL, sottolineo che abbiamo una procedura decisamente rigida di selezione dei nostri partner, in cui prevediamo che ogni fornitore,

già nella fase di istruttoria, sia in grado di certificare e tracciare i propri processi produttivi. La qualità del prodotto selezionato deve essere adeguata allo standard richiesto, che viene verificato attraverso panel test e analisi di laboratorio. Fondamentale anche la flessibilità produttiva, necessaria per seguire al meglio l'articolazione della nostra struttura distributiva. D.It è inoltre coinvolta in un progetto con l'Università Sant'Anna di Pisa e GS1, volto alla misurazione della circolarità dei processi produttivi, elemento fondamentale per migliorare la sostenibilità produttiva delle imprese. Non mancano, infine, novità in occasione di Marca 2023. Abbiamo infatti rinnovato la nostra collaborazione con Slow Food Italia nella selezione di fornitori ed eccellenze enogastronomiche italiane. Questa collaborazione punta a mettere in contatto due realtà che sono, per ragioni diverse, patrimonio del nostro Paese: piccoli produttori e negozi di vicinato. Questa attività ci rende particolarmente orgogliosi perché ci consente di contribuire alla salvaguardia della biodiversità presenti in ogni regione e di avere nei punti vendita di prossimità, delle nostre associate con insegna Sigma e Sisa, un'offerta unica ed esclusiva grazie all'utilizzo del brand *Gusto&Passione* Selezione Slow Food Italia, attività che consente inoltre di veicolare la bellezza dei nostri paesaggi, territori e culture”.

TRAVAGLINI NEL MONDO: SIAMO PRESENTI IN OLTRE 54 PAESI



Consulenza
nella progettazione



Assistenza
tecnica
24 ore su 24



Servizio tecnologico
altamente qualificato



MIGLIOR CONTROLLO
DELLE FERMENTAZIONI
E MINIMO RISCHIO
DI INCROSTAZIONI



UNIFORMITÀ
DI CALO PESO



CONTROLLO
COMPUTERIZZATO
DELLE VARIABILI
TERMOMETRICHE



REGOLAZIONE
DELL'ARIA
PRECISA E UNIFORME



SISTEMI AUTOMATIZZATI
DI CARICO E SCARICO
DEL PRODOTTO



SISTEMI AUTOMATIZZATI
DI MOVIMENTAZIONE
DEL PRODOTTO



SISTEMI DI
SUPERVISIONE
INTEGRATI

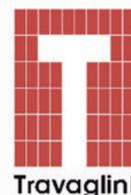
Dal 1950 ad oggi
siamo leader nella progettazione e nella costruzione di impianti per:

CORE BUSINESS

- ASCIUGAMENTO E STAGIONATURA DEI SALUMI
- SALAGIONE, RIPOSO, ASCIUGAMENTO E STAGIONATURA DEI PROSCIUTTI CRUDI
- PRODOTTI AFFUMICATI
- SALAGIONE, ASCIUGAMENTO E AFFUMICATURA DEI PRODOTTI ITTICI
- MATURAZIONE, ASCIUGAMENTO E STAGIONATURA DEL FORMAGGIO
- SNACK FOOD
- PET FOOD
- VEGAN FOOD
- CAMERE BIANCHE
- IMPIANTI DI SCONGELO
- PASTORIZZATORI, SPIRALI E TUNNEL DI RAFFREDDAMENTO

RISPARMIO ENERGETICO

- SISTEMA DI RECUPERO CALORE
- SISTEMA ENTALPICO
- ECONOMIZZATORE
- MOTORI AD ELEVATA EFFICIENZA
- INVERTER
- SISTEMA DI SBRINAMENTO AD ARIA
- ACCOPPIAMENTO DIRETTO MOTORE/VENTILATORE
- SISTEMA DI SBRINAMENTO A GAS CALDO
- MODULAZIONE DELLE VALVOLE DEL FREDDO E DEL CALDO
- IMPIANTI A BASSA CARICA DI FREON



Travaglini S.p.A.
Via dei Lavoratori, 50
Cinisello Balsamo
20092 (MI) Italy
Tel. +3902 660971
Fax +39 02 66013999
www.travaglini.it

