

RETAIL

PROMOZIONI

⊕ Meno offerte

La pressione promozionale diminuisce ancora in tutti i canali di vendita con la sola eccezione dell'ipermercato (le confezioni vendute a un prezzo ribassato aumentano appena dello 0,2%).

L'intensity index delle confezioni sullo scaffale dell'ipermercato raggiunge quota 52,3 per cento. Guardando ai segmenti, la promozionalità nel segmento del tonno sottolio diminuisce dell'1,1%, mentre rimane sostanzialmente stabile per il tonno al naturale. Aumentano invece dello 0,2% le confezioni di sgombro in offerta.

PREZZI

⊕ Nuovi rialzi a scaffale per tutti i canali

Ancora una volta l'unione di fattori come inflazione e minor disponibilità delle materie prime, olio d'oliva e tonno pinna gialla in particolare, ha portato i consumatori a vedere salire i prezzi delle conserve ittiche a scaffale.

Il canale dove gli aumenti incidono meno è il discount (+8,6% rispetto all'anno precedente). Nel libero servizio, invece, il trend è in doppia cifra: +10,4 per cento.

In totale, il prezzo medio di tonno e sgombro a confezione supera i 3,50 euro.

Per il tonno, l'aumento del prezzo medio a volume è del +9,9%, mentre lo sgombro si ferma a +6,2 per cento.

BUYER

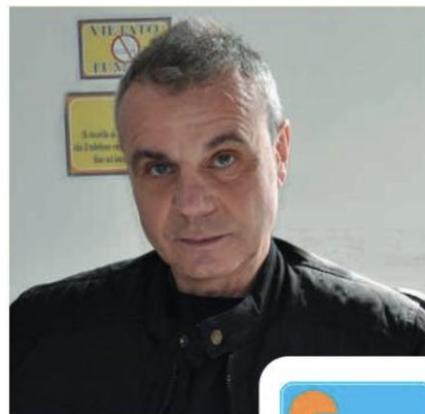
⊕ I rincari favoriscono la marca privata

Quando i rincari mettono alle strette i brand, la marca del distributore guadagna terreno, come testimonia anche **Franco Mastracca, Buyer Maiorana Maggiorino, insegna associata al Consorzio C3**: "La forte tensione che si è venuta a instaurare sul prezzo del prodotto a scaffale, soprattutto dei marchi leader, fa sì che la strategia espositiva sia particolarmente orientata a supportare il prodotto Mdd, attuando specifiche attività promozionali in store con tagli prezzo ed esposizioni massificate. L'obiettivo è quello di far crescere in termini di volumi e notorietà del marchio le referenze private label". Al momento, la private label vale circa il 20% del mercato. Sugli scaffali dei punti vendita Maiorana Maggiorino è presente la marca privata **Noi&Voi**, di proprietà del **Consorzio C3** a cui Maiorana è associato.

Il marchio Noi&Voi, che si contraddistingue per l'Edlp (every day low price, qualità e convenienza tutto l'anno) ha registrato nell'ultimo anno una crescita del 6% sul fatturato globale.

⊕ Tagliare i costi

Ciò che rileva l'insegna Maiorana Maggiorino conferma quanto emerge in maniera trasversale dalle interviste ai player del mercato realizzate da Food: "La tendenza più significativa che si registra nell'industria ittico-conserviera è di cercare di contenere



Franco Mastracca, Buyer Maiorana Maggiorino



quanto più possibile il costo del prodotto finito, aumentato indiscriminatamente negli ultimi due anni, adottando strategicamente una riduzione del liquido di governo". Una scelta che accomuna la maggioranza delle aziende del settore.

⊕ Il primato dell'olio

Nonostante l'aumento dei prezzi, legato in particolar modo alla scarsa campagna olivicola spagnola, l'olio rimane il liquido di governo preferito dalle persone che consumano tonno in conserva: "Nel segmento tonno in scatola, il formato più performante e apprezzato è senza dubbio il 3x70 g in olio, mentre per gli sgombri i prodotti grigliati sia in olio che al naturale sono quelli che risultano maggiormente graditi", conclude il buyer.

