

I PRODOTTI A MARCHIO DESPAR CRESCONO TRAINATI DAL MADE IN ITALY

5 Maggio 2020



BOLOGNA – Il fatturato in acquisto per i prodotti a marchio Despar nel 2019 è stato di 353,8 milioni di euro, con una crescita del 5,7% rispetto all'anno precedente, e la quota MDD sul totale venduto grocery ha raggiunto il 19,8%. L'incremento della quota è di +0,6% rispetto al 2018 e conferma i trend positivi degli ultimi anni.

Aspetto caratterizzante della MDD Despar è l'origine italiana dei prodotti, elemento che risponde ad una sempre più sostenuta domanda dei consumatori di referenze made in Italy. Oggi oltre il 98% dei prodotti a marchio dell'Insegna proviene infatti da produttori italiani.

Il risultato è stato ottenuto anche grazie al lancio di 219 nuovi prodotti a marchio, lancio che è stato guidato da tre temi fondamentali a cui Despar riserva particolare enfasi: benessere, ambiente e territorio.

Per quanto riguarda il primo aspetto l'Insegna sta lavorando con attenzione allo sviluppo di prodotti biologici e salutistici. È in atto, inoltre, una collaborazione con l'Università di Parma per migliorare la formulazione delle ricette dei prodotti mainstream a marchio Despar.

Dal punto di vista della sostenibilità ambientale, il Consorzio opera per ridurre l'impatto degli imballaggi dei prodotti, riducendo l'uso di plastica complessivo. Per esempio, è stata recentemente lanciata una linea di insalate di IV gamma in busta di materiale compostabile.

La valorizzazione delle eccellenze del territorio si traduce in un assortimento di oltre 200 prodotti IGP e DOP a marchio Despar e nel progetto, in continua espansione, che riguarda la linea di vini di filiera composta da prodotti di eccellenza provenienti da quasi tutte le regioni d'Italia.

Ed è ancora in questa direzione che si deve interpretare la creazione e il successo delle Limited Edition, proposte limitate nel tempo che valorizzano produzioni di altissima qualità che meritano di essere conosciute da un vasto numero di consumatori.

Sul fronte sociale, dalla partnership con la Comunità di San Patrignano sono state lanciate sul mercato due nuove referenze: un Pecorino alle Fave di Cacao e una Caciotta realizzate all'interno della comunità.

Nella strategia sui prodotti a marchio di Despar è molto rilevante l'aspetto relazionale con i produttori con i quali Despar si impegna ad instaurare rapporti di continuità fondati sulla fiducia reciproca e sulla creazione di valore per il cliente. Il fatto che il 98% dei fornitori sia italiano è un fattore concreto che Despar mette in campo per sostenere l'agroalimentare nazionale, sostegno che diventerà ancora più importante nella situazione particolarmente complicata che il mercato si troverà a vivere nei prossimi mesi.

“La crescita registrata dai prodotti a marchio Despar nel 2019 è frutto del costante impegno dell'Insegna nell'instaurare partnership di lungo periodo con produttori italiani che rappresentano l'eccellenza del nostro patrimonio enogastronomico”, afferma in una nota **Lucio Fochesato**, direttore generale di Despar Italia.

“Il risultato conseguito è decisamente positivo poiché ci consente di consolidare ulteriormente l'alta reputazione che godiamo presso i clienti che vedono nella qualità e territorialità della MDD Despar un elemento distintivo di valore. Per quanto riguarda il 2020, vista l'attuale situazione di emergenza, è difficile fare previsioni precise. Le disposizioni di sicurezza influenzeranno sicuramente i comportamenti di acquisto, modificando le abitudini dei consumatori. I trend correnti sono influenzati dalla chiusura di molti esercizi tra cui bar e

ristoranti. Alla riapertura si tornerà gradualmente alla normalità, ma alcuni effetti rimarranno e i punti vendita dovranno adeguare gli assortimenti ai nuovi bisogni mentre i nostri prodotti a marchio continueranno a svilupparsi all'insegna dei valori della salute, della sostenibilità ambientale, con la progressiva riduzione della plastica nei pack, e della valorizzazione della tradizione e dei prodotti del territorio".