



DAIRY

FORMAGGI FUSI



di Chiara Cammarano

Le dimensioni e i trend del mercato dal 27.05.2018 al 26.05.2019

VENDITE A VALORE

208.654.940 €

▼ -1,9%

VENDITE A VOLUME

35.012.812 kg

▼ -2,2%

PREZZO MEDIO

5,96 €/kg

▲ +0,4%

Totale Italia - fonte: Nielsen

* I formaggi fusi a fette includono tutti i formaggi freschi a fette che utilizzano i sali di fusione, come ad esempio il brand "Sottilette". Sono esclusi: i formaggi naturali a fette, cioè i "formaggi affettati" (es. fette di Asiago, di Emmenthal, come per esempio Leerdammer special toast, il fondente, ecc.)

up

▲ I prodotti caratterizzati da un **FORMAGGIO SPECIFICO COME INGREDIENTE PRINCIPALE** di qualità sono più apprezzati

▲ Le **FETTINE SALUTISTE**, soprattutto senza lattosio, sono l'unica categoria che tiene in termini di vendite

▲ Le **MERENDE PER BAMBINI** a base di 'formaggino' sono sempre più gradite

NEI DISCOUNT LE FETTINE LIGHT/DELATTOSATE REGISTRANO LA PERFORMANCE MIGLIORE

⬆️ +3,3% A VOLUME

In cerca di freschezza

Schiacciati dall'ascesa dei formaggi naturali a fette, guardati con sospetto per la presenza di conservanti o sali di fusione, percepiti come formaggi di serie B rispetto ai 'colleghi' più prestigiosi e dalle liste ingredienti a due/tre voci, i formaggi fusi, a fettine o in porzioni, affrontano da alcuni anni una crisi che vede il trend delle loro vendite sempre preceduto dal segno meno. Eppure le soluzioni ci sarebbero, per riportare in auge una categoria che si distingue per l'alto contenuto di servizio. Occorre un'immagine più attuale: pochi ingredienti di qualità, packaging sostenibile e capacità di differenziarsi nettamente dai competitor sono solo alcune delle 'ricette vincenti' per questo mercato, che affonda le sue radici negli anni Sessanta, ma che non riesce a trasformare la sua storia in un valore e ne rimane incatenato, come a uno stigma demodé.

down

▼ Le **FETTINE CLASSICHE** sono spesso percepite come un prodotto 'vecchio' e poco adeguato ai nuovi trend di salute e genuinità

▼ Una **LUNGA LISTA DI INGREDIENTI** rappresenta un minus

▼ La **COLLOCAZIONE FUORI FRIGO** dei formaggi in porzione riduce il percepito di freschezza e rende più difficile il reperimento

LE FETTE 100% DA EMMENTHAL SONO IN NETTO CALO

⬇️ -8,4% A VALORE

GRUPPO LACTALIS ITALIA

Crema Bel Paese, un must per i più piccoli

I formaggini Crema Bel Paese, sul mercato italiano fin dagli anni '60, hanno fatto la storia dei formaggi fusi in porzione e oggi, con Galbani, il gruppo Lactalis Italia è ancora leader di marca nella categoria, con il 34,5% di quota a volume. “Negli ultimi anni siamo riusciti a mantenere una performance positiva rispetto al resto del mercato – dichiara **Elena Priori, Brand Manager Galbani Formaggi** –, ma ultimamente cominciamo anche noi a risentire della tendenza alla decrescita. Siamo quindi focalizzati sul mantenimento della leadership e lo facciamo seguendo due driver

principali: da una parte le attività di entertainment rivolte ai più piccoli e, dall'altra, la comunicazione”. L'azienda ha finora messo in atto soprattutto promozioni che prevedono la presenza di gift in pack rivolti a un target bambino 4-10 anni e sfruttano le licenze dei cartoni animati più amati del momento. I formaggini, infatti, essendo venduti a temperatura ambiente, non trovano posto insieme agli altri formaggi e questo li rende difficilmente collocabili per il retailer e poco rintracciabili per il consumatore. I supporti capaci di evidenziarli e di portarli fuori dallo scaffale sono quindi

particolarmente utili. Un altro tema importante è quello della qualità della materia prima. La gamma prevede attualmente una differenziazione nei formati, dai classici spicchi nella confezione da 175 g alle tartine rotonde da 168 g (6 pezzi) o 56 g (2 pezzi), alla quale si è aggiunta, in tempi più recenti, una referenza alla crescita, con il brand Certosa. “Questa proposta cavalca il trend dei formaggini realizzati con un formaggio specifico – illustra Priori – e in questo caso parliamo di crescita, una delle categorie in cui Galbani è leader, con il suo portato di naturalità”.

BUYER

In Maiora l'esposizione è a 'matrioska'

Il gruppo Maiora, con le sue insegne Despar, Eurospar e Interspar, opera in quell'Area 4, che rappresenta il territorio nel quale il mercato dei formaggi fusi mostra la migliore tenuta, grazie anche al sostegno dell'assortimento in crescita e alla più intensa attività promozionale. “Nei nostri negozi – spiega **Gianpiero Sette, Buyer BLS e Surgelati di Maiora** – il mercato dei formaggi fusi vale circa il 20% del fatturato dell'intero reparto dei freschi confezionati e le vendite 2019 sono in linea con quelle dello scorso anno, nonostante il settore stia attraversando un periodo

di difficoltà”. Anche in questo segmento i prodotti light e delattosati stanno crescendo e aiutano il comparto a rimanere stabile. “Per sostenere in particolare le vendite di queste referenze – chiarisce Sette – realizziamo volantini ad hoc con la denominazione Despar Natural e una durata più lunga rispetto a quelli standard”. Per assecondare questi trend, negli ultimi anni gli

assortimenti di Maiora si sono ampliati e, per i vari format di punto vendita, vengono gestiti con una logica a 'matrioska'. “Nei negozi più piccoli – illustra Sette – partiamo da un assortimento più snello, per poi approfondire le categorie in maniera proporzionale alle dimensioni del format”. Tutte le referenze dei formaggi fusi vengono esposte nei banchi a libero servizio, dai 1,5 metri lineari nei Despar fino ai 5 metri negli Interspar. “Tale scelta – aggiunge Sette – visto l'alto indice di rotazione di queste referenze, ci permette di avvicinare il cliente a prodotti con una più bassa frequenza d'acquisto, ottimizzando così le performance dell'intero scaffale”. La leva prezzo è ancora fondamentale e, nelle aree di pertinenza di Maiora, l'incidenza promozionale dei formaggi fusi supera il 40 per cento. “Siamo però sempre attenti a creare un buon mix di marginalità con il resto delle referenze in promo – conclude Sette –. Sui prodotti a marchio l'incidenza promo è dimezzata. Rispetto a questo tema vorrei anticipare che, nel corso dell'anno, proporremo delle importanti novità”.

