

---

# Potenzialità e richieste della distribuzione biologica

05 /02/2024

**Michele Bonato, responsabile acquisti fresco Ecor NaturaSì**



## Caratteristiche del cliente biologico

---

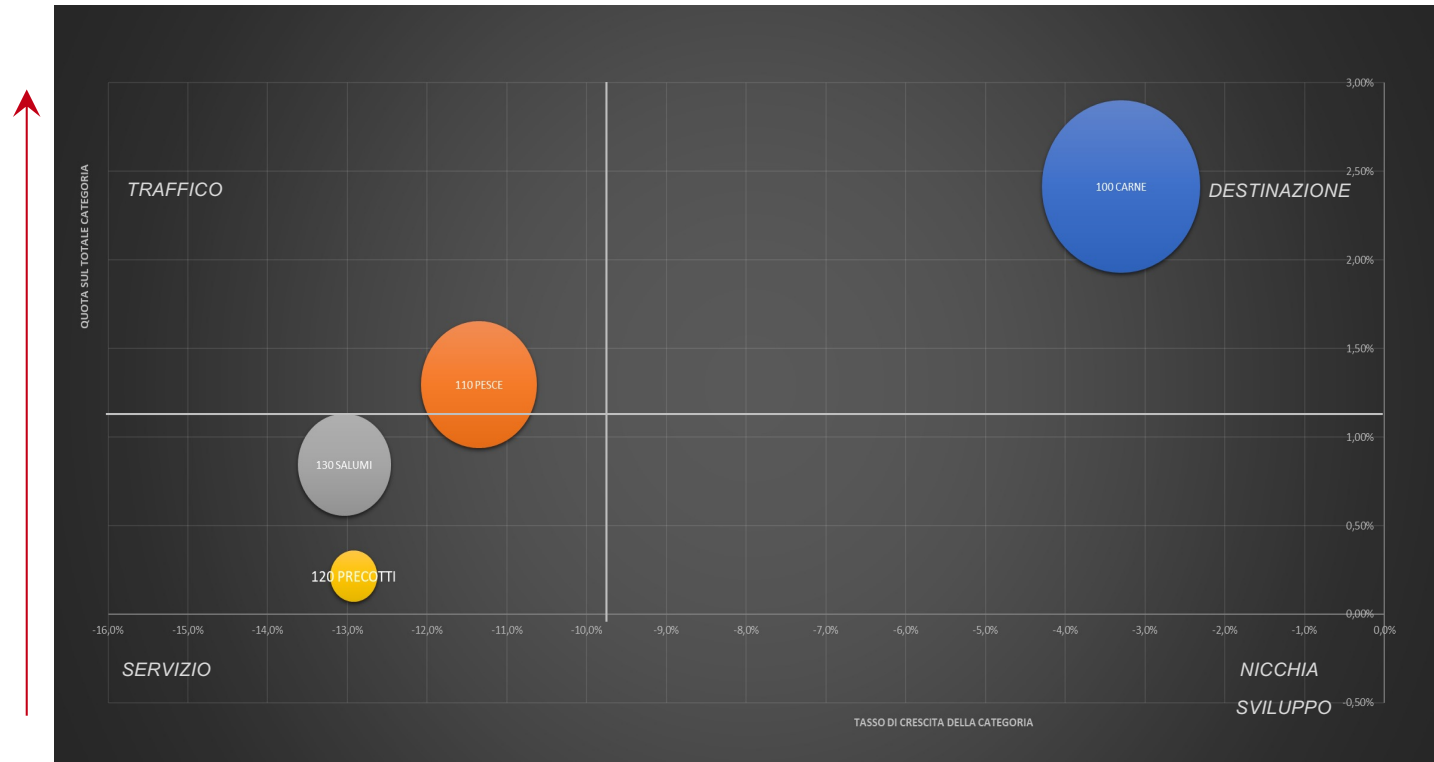
- ❑ **Principalmente età adulta sopra i 40 anni**
- ❑ **Titolo di studio medio alto**
- ❑ **Reddito medio alto**
- ❑ **Matrice vegetariana e vegana**
- ❑ **Salutisti (regime alimentare ma anche intolleranze, allergie etc)**
- ❑ **Composizione familiare (più predisposizione dove ci sono bambini piccoli)**
- ❑ **Alto profilo valoriale**

### **Nella scelta dei prodotti carnei l'attenzione è su :**

- ❑ **Benessere animale/tipo di allevamento (se intensivo, estensivo etc)**
- ❑ **Filiera, provenienza**
- ❑ **Qualità organolettica e rapporto qualità/prezzo**
- ❑ **Packaging sostenibile ed efficace**
- ❑ **Servizio efficiente (shelf life, frequenza consegne)**

## Ruolo della categoria

- Peso sul totale degli acquisti del cliente
- Frequenza di acquisto

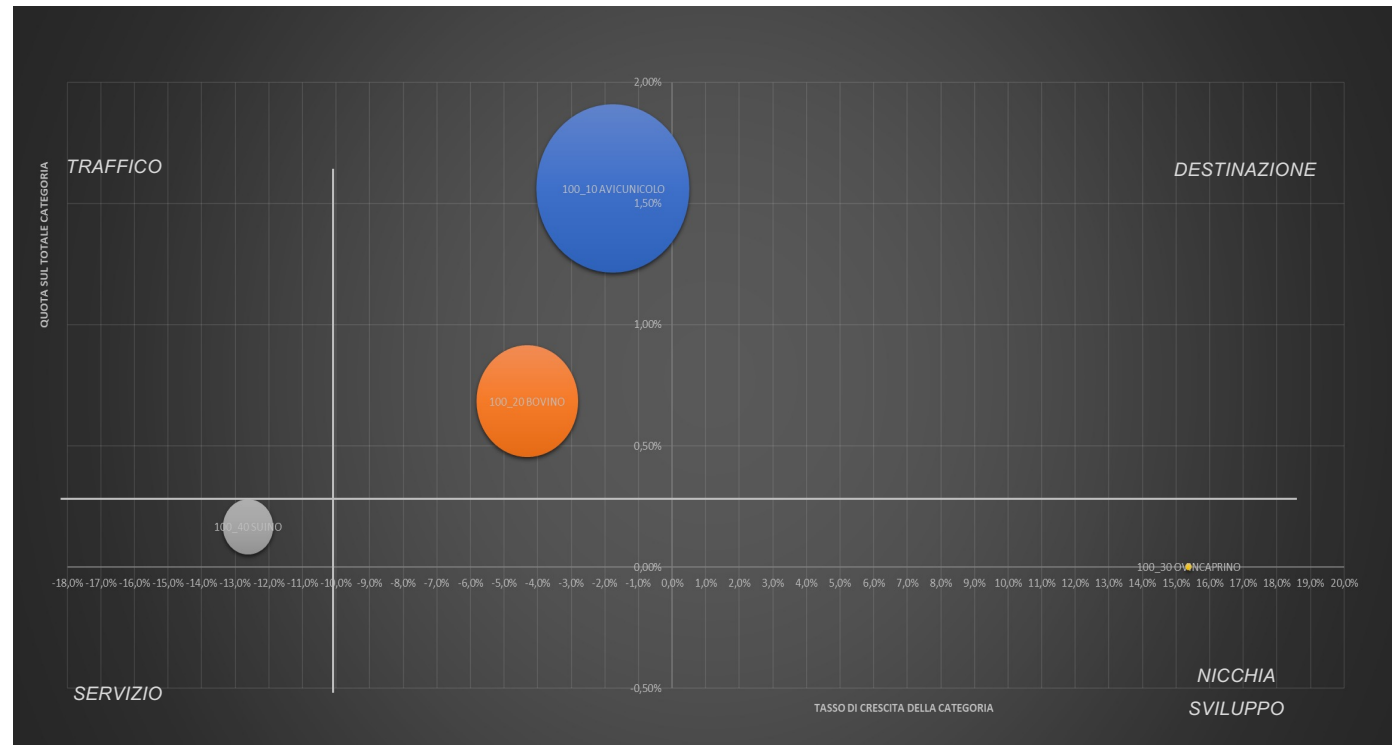


- Differenziabilità dell'offerta
- Coinvolgimento emotivo del cliente
- Tasso di crescita della categoria

La categoria si caratterizza come «destinazione» cioè vocata alla fidelizzazione del cliente, con un'offerta completa e coinvolgente per il consumatore. Si caratterizza inoltre per un'alta differenziazione rispetto ai concorrenti

## Ruolo della categoria

- Peso sul totale degli acquisti del cliente
- Frequenza di acquisto



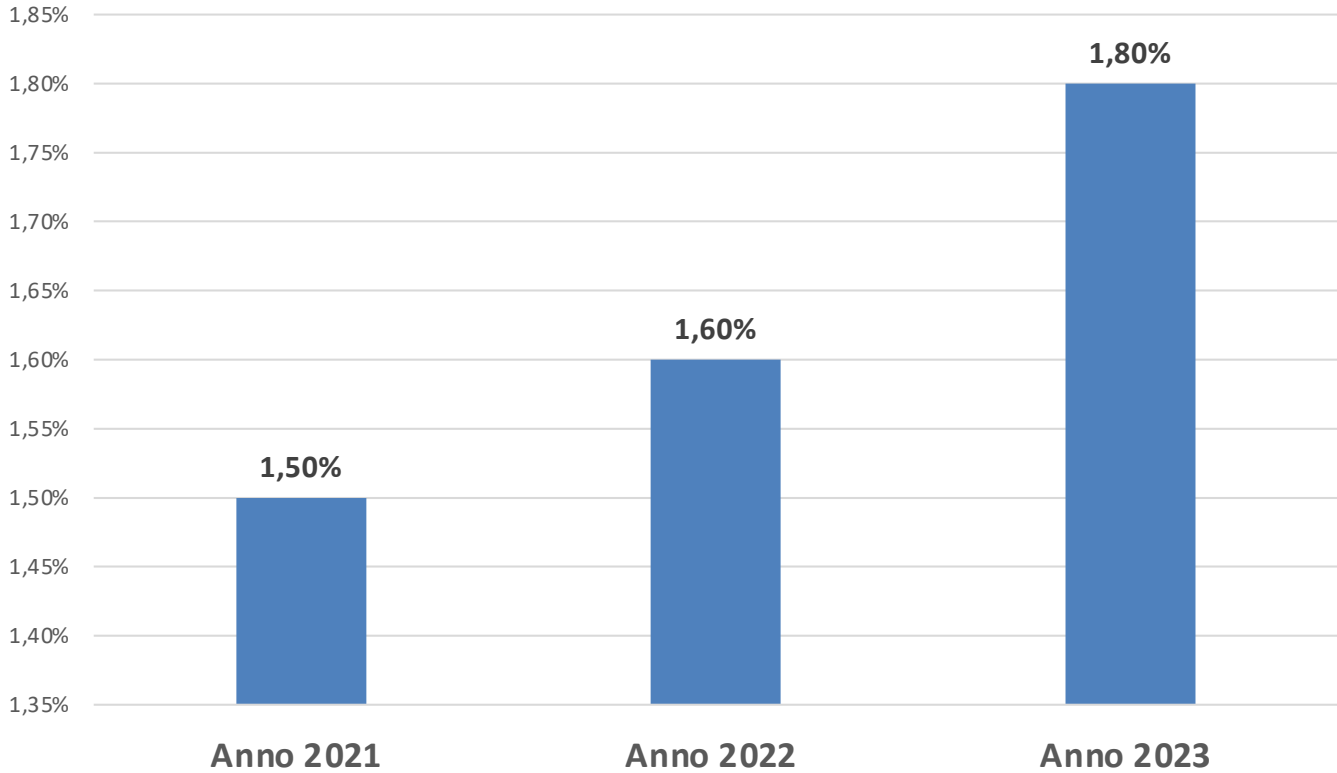
- Differenziabilità dell'offerta
- Coinvolgimento emotivo del cliente
- Tasso di crescita della categoria

Nella categoria poi è interessante vedere come si comportano le varie sottocategorie. Pollo e Bovino confermano il ruolo di destinazione mentre suino e ovino sono servizio/nicchia

# Trend incidenza gamma carne su totale fatturato

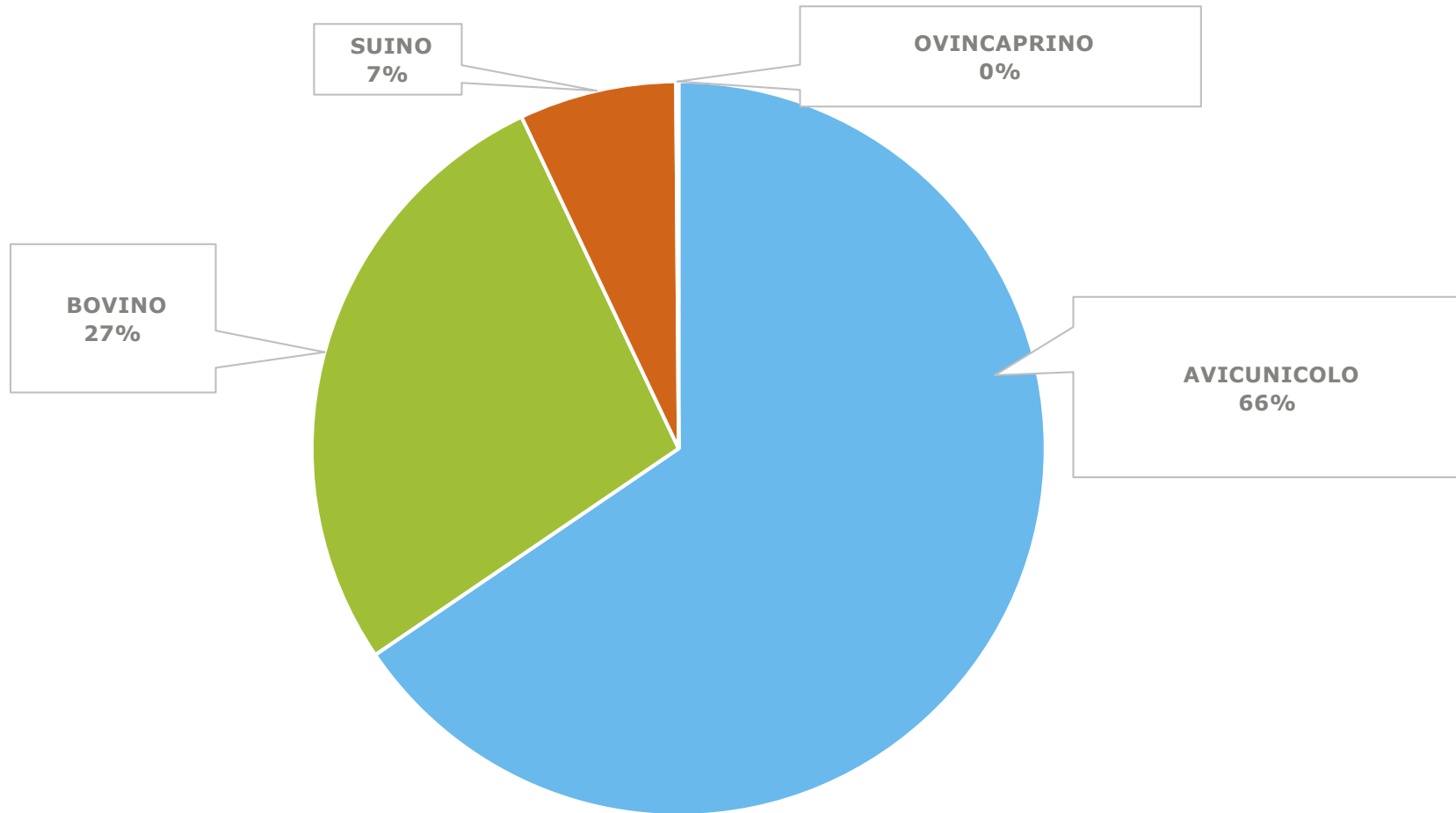


*Vendite carne su TOTALE*



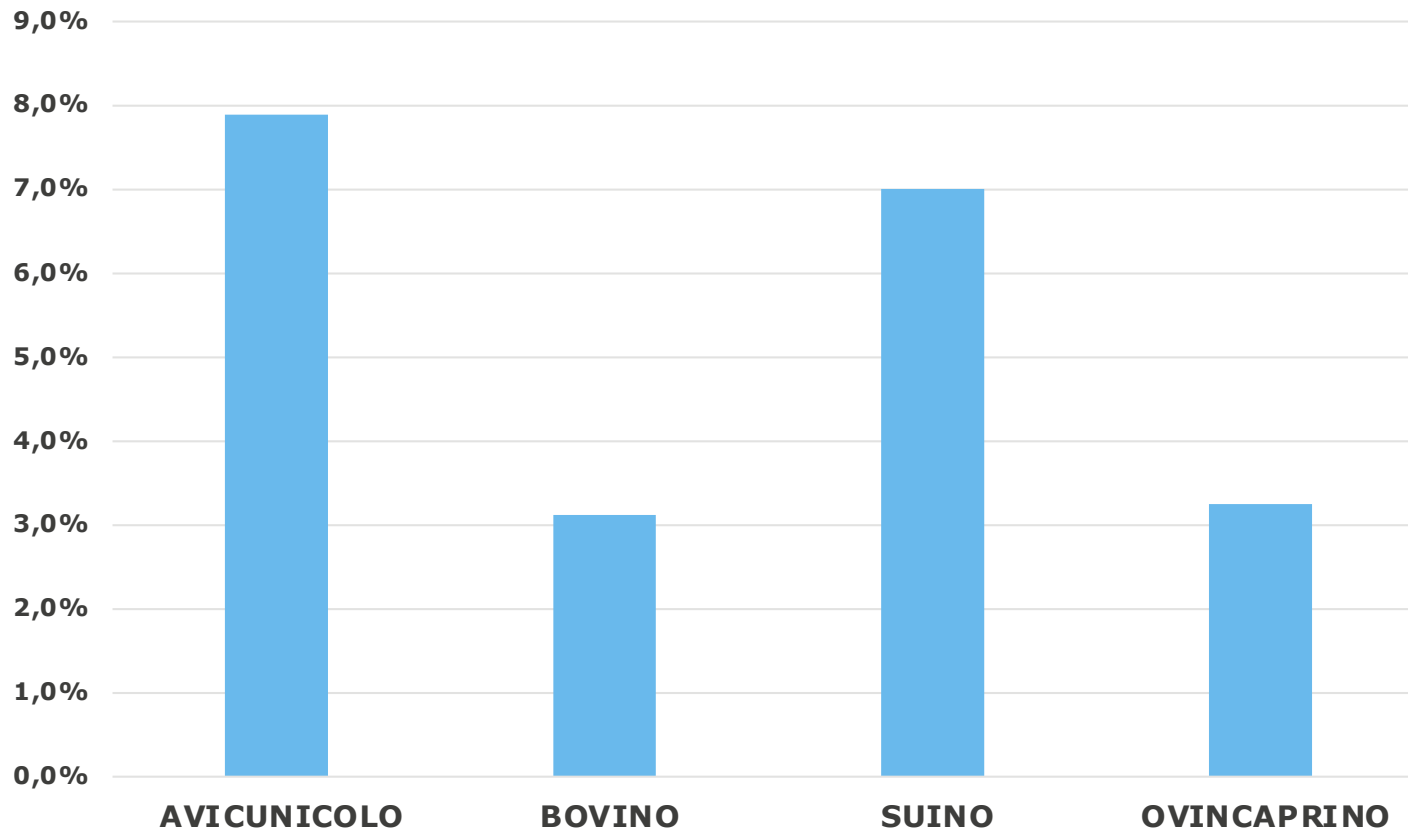
## Composizione offerta

Incidenza categorie sul totale Carni 2023



# Trend

## Andamento Categorie Carni 2023



# Tipologia di specie vendute

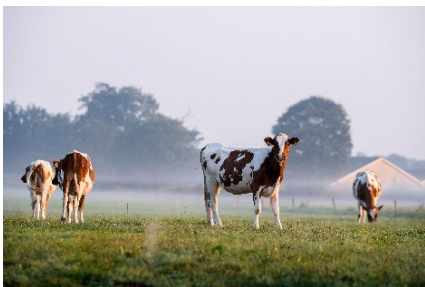
---



## **AVICOLO polli tipo :**

- **Ranger, Hubbard**
- **Collo Nudo (ruspante)**

## **BOVINO**



- **Incroci Austria**
- **Limousine + Limousine incroci con razza autoctone**
- **Charolaise**
- **Podolica**
- **Highlander (Grass Feed)**
- **Maremmana**



## **SUINO**

- **Duroc**
- **Large white**
- **Suino nero (incrocio Duroc/Cinta S.)**



## Distribuzione

LM4 SubCategoria	LM5 Segmento	# SKU	LM4 SubCategoria	LM5 Segmento	# SKU	
100_10 AVICUNICOLO	Totali	58	100_20 BOVINO	Totali	72	
	100_10_220 POLLO PETTO A FETTE	7		100_20_110 BOVINO ADULTO HAMBURGER	12	
	100_10_150 POLLO COSCIA	4		100_20_10 BOVINO ADULTO ALTRI	11	
	100_10_110 POLLO ALTRI PANATI	4		100_20_70 BOVINO ADULTO FETTINE	10	
	100_10_180 POLLO FUSI	4		100_20_60 BOVINO ADULTO COSTATA	8	
	100_10_240 POLLO SOVRACOSCIA	4		100_20_120 BOVINO ADULTO MACINATO	7	
	100_10_100 POLLO ALTRI ELABORATI CRUDI	3		100_20_140 BOVINO ADULTO POLPETTE	5	
	100_10_160 POLLO COTOLETTE	3		100_20_80 BOVINO ADULTO FILETTO	3	
	100_10_210 POLLO PETTO	3		100_20_160 BOVINO ADULTO SPEZZATINO	3	
	100_10_40 FARAONA	2		100_20_40 BOVINO ADULTO BOCCONCINI	2	
	100_10_30 CONIGLIO PARTI	2		100_20_50 BOVINO ADULTO CARPACCIO	2	
	100_10_340 TACCHINO FESA	2		100_20_90 BOVINO ADULTO FRATTAGLIE	2	
	100_10_130 POLLO BURGER	2		100_20_100 BOVINO ADULTO GIRELLO	2	
	100_10_230 POLLO PEZZI	2		100_20_150 BOVINO ADULTO SCAMONE	2	
	100_10_350 TACCHINO FESA A FETTE	2		100_20_20 BOVINO ADULTO ANTERIORE	1	
	100_10_10 CONIGLIO	1		100_20_30 BOVINO ADULTO ARROSTO	1	
	100_10_70 GALLINA PEZZI	1		100_20_130 BOVINO ADULTO OSSOBUCCO	1	
	100_10_80 POLLO ALI	1				
	100_10_120 POLLO ARROSTI	1				
	100_10_280 TACCHINO ALTRI PANATI	1		<b>LM4 SubCategoria</b>	<b>LM5 Segmento</b>	<b># SKU</b>
	100_10_370 TACCHINO INTERO	1		100_40 SUINO	Totali	26
	100_10_140 POLLO BUSTO TRADIZIONALE	1			100_40_20 SUINO ALTRI ELABORATI CRUDI	5
	100_10_200 POLLO MEZZO	1			100_40_30 SUINO BRACIOLE	5
	100_10_250 POLLO SPIEDINI	1			100_40_10 SUINO ALTRI	4
	100_10_260 TACCHINO ALTRI	1			100_40_50 SUINO COSTATO	4
	100_10_190 POLLO INTERO	1			100_40_100 SUINO SALSICCIA	4
	100_10_270 TACCHINO ALTRI ELABORATI CRUDI	1			100_40_70 SUINO FILETTO	2
	100_10_300 TACCHINO BURGER	1			100_40_90 SUINO MACINATO	2
	100_10_330 TACCHINO COTOLETTE	1		100_30 OVINCAPRINO	Totali	3
					100_30_10 AGNELLO	2
					100_30_30 CAPRETTO	1

## Distribuzione, primi 10 articoli vendenti

---

- ❖ 17334 PETTO POLLO FET. 6X300G BIOAL.> **AVICOLO**
- ❖ 17339 FESA TACCH.FETTE 6X350G BIOAL. > **AVICOLO**
- ❖ 23356 PETTO POLLO FETTE 400G NOI.> **AVICOLO**
- ❖ 39378 FESA TACCHINO FETTE 1X450G NOI.> **AVICOLO**
- ❖ 73122 MACINATO BOVINO. 1X450G FAO.> **BOVINO**
- ❖ 73126 SVIZZERE BOVINO. 2X110G FAO. > **BOVINO**
- ❖ 33231 COTOLETTA POLLO 220G BIOAL. > **AVICOLO**
- ❖ 33232 CROCCH.POLLO IMPA. 220G BIOAL.> **AVICOLO**
- ❖ 35205 POLLO RUSP.FETTE SKIN 1X300GR BIOAL.> **AVICOLO**
- ❖ 35486 MACINATO BOVINO 2X400G QUER.> **BOVINO**
- ❖ 7181 CORDON BLEU 2X125G BIOAL.> **AVICOLO**

## Risultati verso il mercato

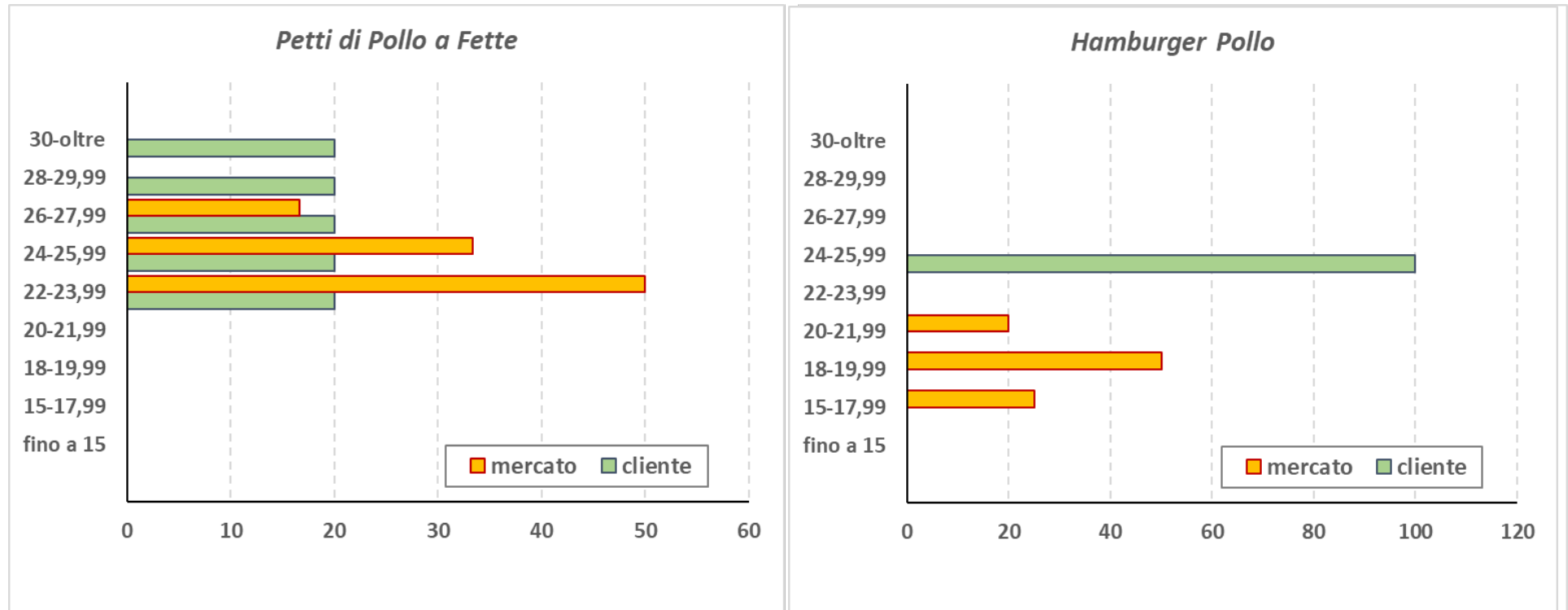
**ANNO 2022**

	Naturasi		Mercato Bio (Nielsen I + S)			
	quota di mercato sul totale Naturasi %	quota di mercato sul totale Bio del Mercato %	vendite anno mio €	vendite n-1 mio €	Δ vs n-1 %	peso su LCC %
Totale Naturasi	100,00	17,78	1.915.333.365	1.886.057.518	1,55	100,00
100_10 AVICUNICOLO	1,56	25,69	20.686.919	22.151.146	-6,61	1,08
Totale Naturasi	100,00	17,78	1.915.333.365	1.886.057.518	1,55	100,00
100_20 BOVINO	0,68	17,08	13.641.446	9.326.508	46,27	0,71
Totale Naturasi	100,00	17,78	1.915.333.365	1.886.057.518	1,55	100,00
100_40 SUINO	0,17		-	-		
Totale Naturasi	100,00	17,78	1.915.333.365	1.886.057.518	1,55	100,00
100_30 OVINCAPRINO	0,00		-	-		
<b>Totale Naturasi</b>	<b>100,00</b>	<b>17,78</b>	<b>1.915.333.365</b>	<b>1.886.057.518</b>	<b>1,55</b>	<b>100,00</b>
<b>categoria CARNI % incidenza quote</b>	<b>2,41</b>	<b>23,95</b>	<b>34.328.365</b>	<b>31.477.654</b>	<b>9,06</b>	<b>1,79</b>

Dati Nielsen analisi categorie YTD

## Struttura dell'offerta per fascia prezzo

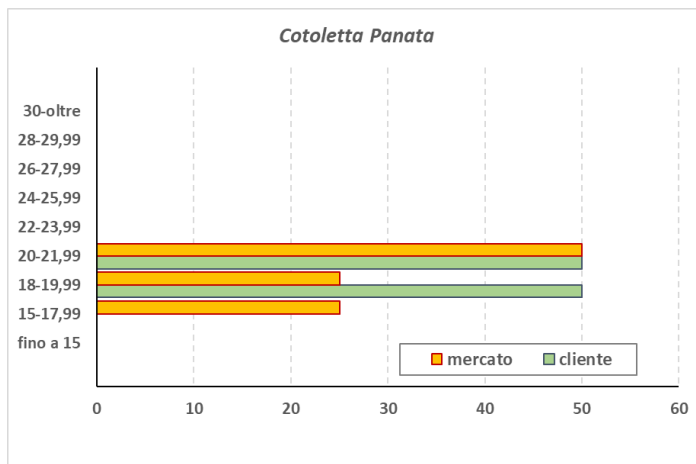
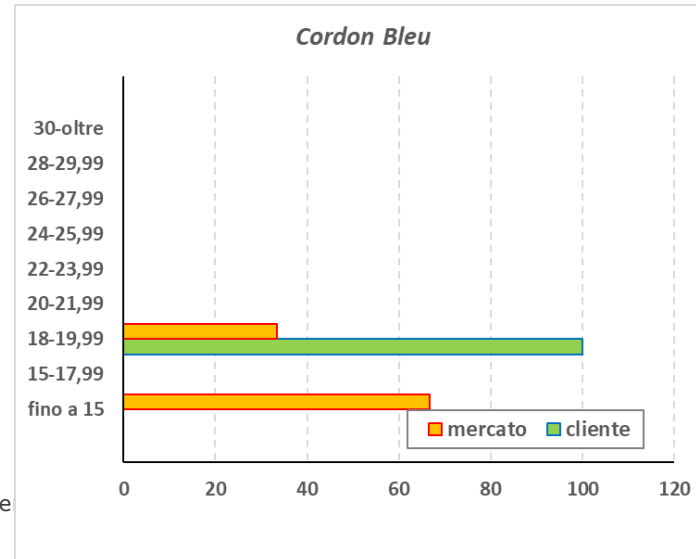
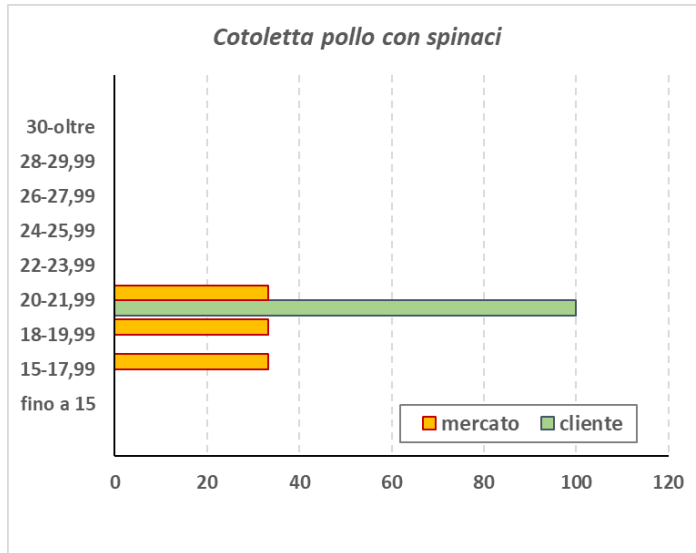
### Pollo



Elaborazione interna

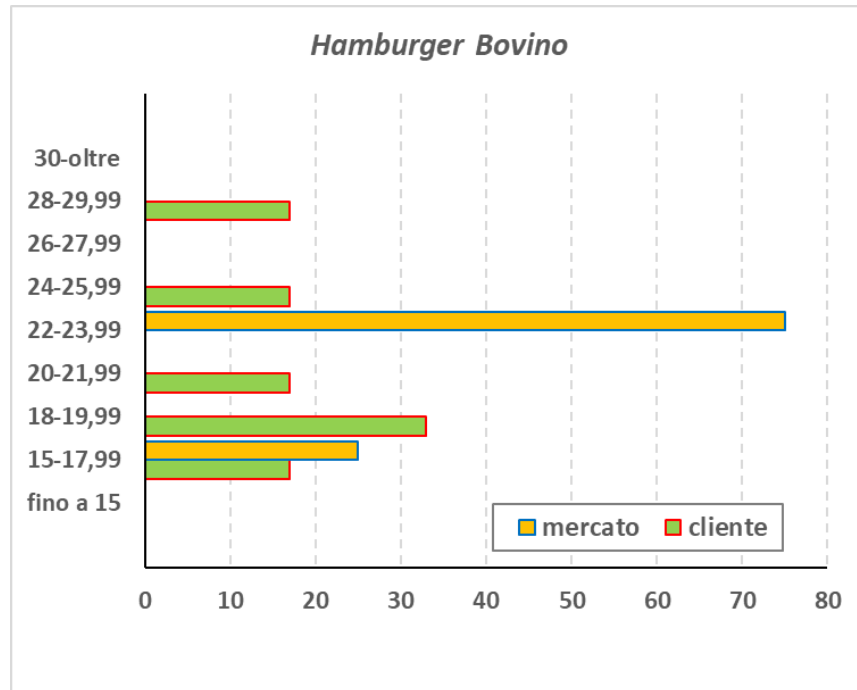
# Struttura dell'offerta per fascia prezzo

## Panati



## Struttura dell'offerta per fascia prezzo

### Hamburger



## Localismo dell'offerta verso il mercato

---

La quota dei consumi locali va sicuramente mappata per due principali motivi:

- 1) Ridurre il rischio reputazionale d'insegna
- 2) Rafforzare il ruolo di Destinazione della categoria con un assortimento che cura anche questo aspetto

## La marca del distributore

---

	<b>peso su categoria</b>
	%
100_10 AVICUNICOLO	100,00
MDD	38,74
100_20 BOVINO	100,00
MDD	37,30
100_40 SUINO	100,00
MDD	61,60
100_30 OVINCAPRINO	100,00
MDD	
<b>categoria</b>	<b>100,00</b>
<b>MDD</b>	<b>39,86</b>
MDD – Carnesi	



# Brand per fornitore

