

Vanzarile brandului Monini au crescut cu 45% in primele cinci luni ale anului

02 Jun 2010 | de Administrator Site



[1]

Compania Cyrom Romania a inregistrat o crestere de 45% a vanzarilor de ulei Monini in primele cinci luni ale anului comparativ cu aceeași perioadă a lui 2009, in timp ce ponderea cea mai mare in vanzarile companiei, după tipul de ulei, este detinuta de uleiul de masline extravirgin, cu 64%, urmat de cel sansa, sau pomace, cu 34%.

Reprezentantii companiei vorbesc despre colaborarea cu producatorul italian de ulei de masline, inceputa inca din 2006, in termeni pozitivi. „Cyrom Romania a avut o cifra de afaceri in 2009 de 12,3 milioane euro, din care circa 30% este reprezentata de business-ul cu ulei de masline”, spune si Catalin Tapi, Director General, Cyrom Romania.

Piata autohtona de ulei de masline este estimata la 2.200.000 litri/an in 2009, ceea ce inseamna un consum anual per capita de doar 0,1 l, mult in urma unor tari precum Grecia, cu 18 l per capita anual, sau Spania si Italia, unde se ajunge la 12 l per capita anual. “Romania este cu 40 de ani in spatele Italiei in ceea ce priveste consumul”, afirma si Fabio Fabris, Export Manager Europe de Est, in cadrul companiei Monini.

In ceea ce priveste situatia economica dificila si impactul acesteia asupra dezvoltarii categoriei, acesta spune ca “nu am fost asa afectati de criza pentru ca consumatorii nostri sunt cei cu venituri medii spre

mari, preocupati de un stil de viata sanatos si care pun calitatea produselor pe primul loc”.

Pentru anul 2010, principalele obiective sunt fidelizarea consumatorilor, dar si educarea consumatorilor. “Lucram din greu sa crestem cunoasterea uleiului de masline extravirgin”, explica Fabio Fabrice, care considera ca in termeni de doi ani Monini are sanse sa devina liderul categoriei in Romania. Cat despre previziuni, „piata va fi stabila in 2010, insa din 2011 cred ca vom asista la o relansare. Nu stim cu exactitate ce inseamna asta in cifre pentru ca exista o serie de necunoscute care nu depind de noi, cum ar fi evolutia cursului valutar, al pretului materiei prime sau al pretului altor tipuri de ulei”, mai adauga reprezentantul Monini.

La momentul 2009, potrivit MEMRB, primele cinci branduri – Costa D’Oro, Pietro Coricelli, Monini, Mazza si Rivano – detineau o cota cumulata de piata de doar 34,0% in volum vanzari si de 44,4% in valoare vanzari, in timp ce marca privata avea o valoare estimata de importatorii de profil, in jur la 25% din valoare vanzari.

Infiintata inca din 1920, Monini este unul dintre cei mai importanti producatori de ulei italieni, cu o cifra de afaceri de 127 milioane euro in 2009, 25% reprezentand vanzarile de pe pietele externe. In Romania, brandul Monini este importat si distribuit de catre compania Cyrom Romania, o societate mixta romano-austriaca, infiintata in 2002, si in al carei portofoliu se mai gasesc branduri precum Pfanner si Vöslauer.

Știri asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/news/vanzarile-brandului-monini-au-crescut-cu-45-primele-cinci-luni-ale-anului>

Legături

[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/images//logo_monini_site.JPG