

MAHETOIDUST LÄBI JAEKETI PILGU

BRITA SIIMON

RIMI EESTI FOOD AS

12.10.2022



Euroopa Maaelu Arengu
Põllumajandusfond:
Euroopa investeeringud
maapiirkondadesse



PIKK PERSPEKTIIV

- Viimasel kahel aastal on olnud väga hoogne kasv mahetoodete ostumahtudes
 - Puuviljades on mahepuuviljade osakaal kogumüügist kahe aastaga kahekordistunud
- Klient ei otsi vaid mahedat, vaid ka kvaliteetset
- Rimi töötab mahetoodete parema väljatoomise nimel
- Müügikasvu aluseks on esmalt sortimendi laienemine ja teisalt kliendi teadlikum valik
- Mahetoodetest ja keskkonnast hoolib keskmisest rohkem noorem põlvkond – „Z generatsioon“

LÜHIKE PERSPEKTIIV

- Kliendile on oluline toidu **hind**
- Et arved saaksid tasutud, ollakse nõus tegema toidukorvis mööndusi
- Mahetoodete ostmise kerges languses
- Tarnijate väljakutsed mahetoodete saadavusega

MAHETOOTED RIMIS

- Mahe puu- ja juurviljavalik Rimi hüpermarketites kõige laiem
- Eristuvad meie tugevad mahetoodete kampaaniad



OMAMÄRGITOOTED

- I Love Eco kaubamärgi müügitulemus +12% vs eelmine aasta
- Kliendi huvi kasvanud eelkõige köögiviljade, kuivatatud puuviljade, kohvi, mahla, tee ja juustu segmentides
- Värskete omamärgitoodete puhul muutub olulisemaks kohalikkus
- 34% Rimi klientidest on märganud mahemärgiseid
- Kliendid ei tea mahemärgise kohta ja ootavad rohkem teavet.



KUIDAS PÄÄSEDA RIMI TOOTEVALIKUSSE?

- Usu oma tootesse – ole valmis investeerima
 - Leia õige tootesegment – lõppotsus sõltub kliendi vajadusest
 - Paku eelist konkurentide ja masstoodangu eest – suur osa tooteid ei jää ellu
 - Ole valmis tellimiskogustega – jaeketid huvituvad pikaajalisest koostööst
 - Mõtle juba eos, kuidas müüki toetada ja ennetada toiduraiskamist – mahe on täna enamikes kategooriates nišš
-
- Kord aastas kategooriaülevaatused
 - Talu Toidab seksioon kui kasvulava

TÄNAN!