

Il ritorno alla tradizione premia l'alto di gamma

Se quindi in passato l'elemento di differenziazione dei prodotti era nelle combinazioni di ingredienti inusuali, oggi i consumer sono sempre più orientati alla genuinità, preferendo ricette basic con materia prima caratterizzata territorialmente e, dove possibile, certificata da consorzi. "I nuovi consumatori hanno minor potere d'acquisto, ma aspettative maggiori sul rapporto qualità prezzo - commenta **Massimo Spinelli, responsabile commerciale di Le Bontà in Drogheria & Alimentari** -. Ecco perché in molti casi, nei cosiddetti mercati di nicchia, il segmento del premium price non risente la contrazione dei volumi che invece sta avvenendo altrove. Il nostro target di riferimento passa attraverso tutte le fasce possibili di consumatori, dato che la filosofia aziendale, oltre a seguire le tendenze, prevede la continua ricerca di prodotti tipici regionali con le certificazioni dop e igp. Una strategia che ci consente di rafforzare ulteriormente la posizione di leadership nel segmento dei sughi di selvaggina. Intanto lo scorso febbraio abbiamo presentato due novità importanti: la linea di sughi senza la presenza di pomodoro, contenente ricette tipiche regionali, e la linea di specialità chiamata La Crostineria, con referenze tradizionali e sfiziose".

Filiera certificata e italianità della materia prima sono quindi driver in grado spingere le vendite, specialmente nelle ricette classiche come basilico, olive e pomodoro semplice. "Il 2013 è stato per l'azienda un anno di consolidamento - evidenzia **Alberto Borra, responsabile marketing mercato tradizionale di Saclà** - con importanti investimenti sui prodotti e sulla diversificazione dell'offerta. L'inizio del 2014 sta portando risultati interessanti, frutto proprio del forte impegno condotto nel corso dello scorso anno. La vera opportunità per noi è quella di presentarci a un consumatore con un prodotto di elevata qualità, fatto con ingredienti italiani, a partire dal pomodoro, nel pieno rispetto della tradizione culinaria nazionale. L'utilizzo del vero soffritto per la preparazione dei sughi rossi Saclà ne è un esempio. Puntiamo molto, infatti, sul subbrand Originale che si distingue dalla concorrenza per diverse peculiarità, come l'utilizzo di solo pomodoro italiano e la preparazione con un delicato soffritto di base che ne esalta il sapore. All'interno di ogni vaso si trovano i pomodorini a ciliegia interi che completano la ricetta donando un gusto appetitoso, senza aromi né acqua".

■ Sughi pronti: sales location per aree e per canali

	Vendite a volume 000. t	Sales location %	Vendite a valore 000.€	Sales location %
Nord-Ovest	13.430	39,5	74.501	39,0
Nord-Est	8.840	26,0	49.694	26,0
Centro + Sardegna	6.318	18,6	35.470	18,6
Sud	5.390	15,9	31.136	16,3
Liberi servizi piccoli	5.459	16,1	31.587	16,6
Supermercati	22.333	65,7	124.980	65,5
Ipermercati	6.186	18,2	34.234	17,9
Totale Italia	33.979	100,0	190.802	100,0

A.t. gennaio 2014 - fonte: Iri