

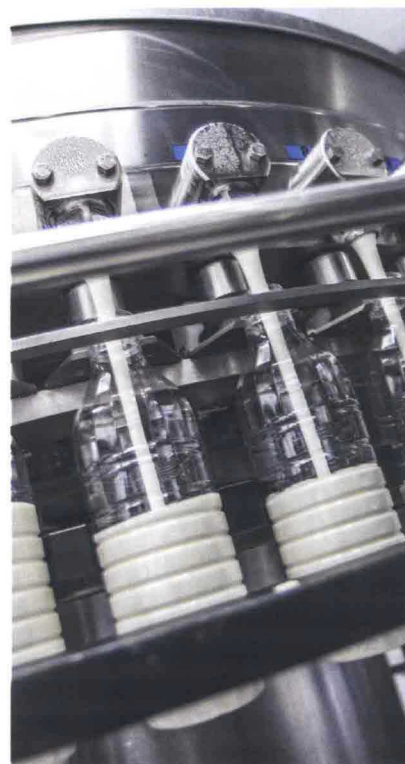
Trend



FORMAGGI
Trend % (yoy)

	Valore	Confezione
Mese di Novembre (dal 29 ott 2018 al 25 nov 2018)	▲ +1,3%	▲ +1,5%
Progressivo Novembre (dal 01 gen 2018 al 25 nov 2018)	▲ +1,6%	▲ +0,2%
Anno terminante (dal 27 Nov 2017 al 25 nov 2018)	▲ +1,9%	▲ +0,5%

Fonte: The Nielsen Company (Italy)



di **Francesca Zecca**

Granarolo rilancia sul latte fresco

Con un investimento di 5 milioni di euro il Gruppo punta a rivitalizzare il mercato dove detiene la leadership e su cui ha costruito storia e reputazione

È partita a fine 2018 la massiccia operazione di rilancio del latte fresco da parte di Granarolo, con l'obiettivo da un lato di far risalire le vendite di un mercato penalizzato da perdite di consumo anno su anno e dall'altro di riappropriarsi di un'identità storica. Il gruppo, che oggi fattura 1,28 miliardi di euro e ha un portafoglio diversificato che dal dairy si è esteso ad altre categorie, ha proprio nel latte fresco il

suo prodotto più rappresentativo, forte della **prima filiera italiana del settore, con 700 soci allevatori in 12 regioni**. "Il pillar fondamentale è la focalizzazione sul latte fresco, per noi un'icona perché è sul latte fresco che abbiamo costruito la nostra reputazione – dichiara a **Food Filippo Marchi, Direttore Generale di Granarolo** –. Da leader del latte fresco con una quota del 21% a volume, intendiamo ridare vigore

al mercato arricchendolo di nuovi contenuti, comunicando al consumatore il valore dell'italianità della filiera, la responsabilità di Granarolo sul tema del benessere animale, certificata da **Csqa**, e la garanzia degli alti standard qualitativi". Gli stessi allevatori diventano protagonisti della campagna, raccontando le loro esperienze. Già nell'etichetta che caratterizzerà la nuova veste grafica di tutte le referenze



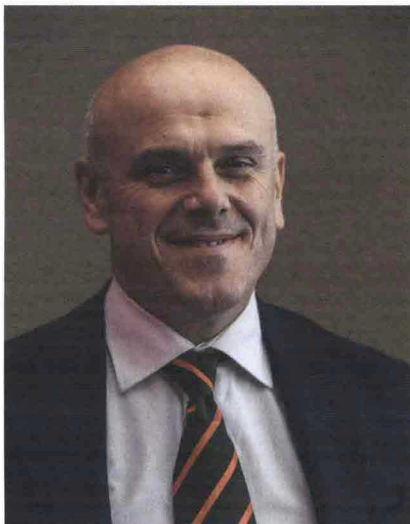
Allevatori protagonisti

La campagna di Granarolo è più istituzionale che di prodotto e ha l'obiettivo di affermare il ruolo della marca per antonomasia del latte fresco. **Sul nuovo sito Granarolo Fresco (www.granarolofresco.it)**, la piattaforma di raccordo di tutti i contenuti della campagna, il consumatore potrà trovare tutte le informazioni relative all'impegno quotidiano della filiera in una produzione responsabile, sostenibile e garantita, interviste ai soci-allevatori, curiosità e contenuti educativi, la mappa degli allevamenti del Gruppo e una sezione dedicata alle fattorie didattiche. Per approfondire aspetti chiave quali la sostenibilità, la qualità e il benessere animale, è prevista anche Fresco – Storie di qualità, **web serie in tre episodi** ideata per guidare i consumatori alla scoperta di alcuni degli allevamenti italiani di qualità della filiera Granarolo. A condurre questo approfondimento, **Gianumberto Accinelli, divulgatore scientifico, econarratore**, autore di numerosi libri e conduttore radiofonico.

Trend



DAIRY



Filippo Marchi, Direttore Generale di Granarolo

di latte fresco e alto pastorizzato a marchio Granarolo (Latte Fresco Alta Qualità, Latte Fresco Piacere Leggero, Latte Più Giorni Intero, Latte Più Giorni Parzialmente Scremato, Latte Più Giorni Scremato) comparirà un'Italia agricola composta dagli allevatori della filiera Granarolo. Inoltre, con l'obiettivo di comunicare la presenza del Gruppo sul territorio, **sul pack sarà presente un QR Code che inviterà a scoprire l'allevamento Granarolo più vicino**. "Dal 2015 anno dell'abolizione del sistema delle quote – prosegue Marchi – in Italia si produce più latte,

Vola l'export di formaggi in Canada

Il 2018 ha riservato ottimi risultati ai formaggi italiani in Canada: Assolatte stima che l'export verso il paese nordamericano sfiorerà a fine anno le 1.000 tonnellate, con flussi di vendita cresciuti del 20 per cento. Una performance eccellente che mette in evidenza le opportunità offerte dal Ceta, il trattato di libero scambio tra Canada e Unione europea entrato in vigore, seppure in forma provvisoria, lo scorso 21 settembre 2017. Il Ceta mette a disposizione dei paesi comunitari un contingente tariffario a dazio zero di oltre 5.000 tonnellate, che diventeranno 8.000 nel 2019. "Il Canada è un mercato molto promettente – afferma il Presidente di Assolatte Giuseppe Ambrosi, sottolineando che da anni gli imprenditori italiani investono in quel paese per far conoscere il made in Italy caseario – e i dati lo confermano. Stiamo usando meglio degli altri le nuove regole comuni: siamo i primi fornitori europei di formaggi (670 tonnellate nei primi otto mesi dell'anno, pari al 37% dell'export europeo) e il vantaggio sui concorrenti europei è in costante aumento". Tanto che entro si stima che non bisognerà aspettare il 2023 per veder raddoppiato l'export di formaggi tricolori e raggiunto un fatturato di 100 milioni di euro.

Con il Ceta è stato raggiunto un buon risultato anche per le Indicazioni Geografiche. L'accordo prevede la protezione di 11 formaggi Dop, che prima venivano evocati e contraffatti nel mercato canadese senza alcuna restrizione. Un primo passo fondamentale per dare più forza alla lotta all'italian sounding.

L.R.

pur con una riduzione degli allevamenti passati in tre anni da 36mila a 27mila. E se nel frattempo il mercato ha continuato a perdere, il settore si è riqualificato investendo in tecnologie innovative, sul biologico, l'alta qualità, l'animal welfare. È pur vero che il mercato è calato da quando i principali player hanno smesso di investire in comunicazione, per questo intendiamo riprendere, trasmettendo al consumatore i

contenuti che oggi richiede, legati alla conoscenza del prodotto e della filiera e riappropriandoci di un ruolo di leader nel settore". **Granarolo ha investito nell'operazione 5 milioni di euro lordi, ripartiti per il 70% nella campagna televisiva, il 20% nei social e il resto in attività in store**. Il tutto è accompagnato da un nuovo posizionamento di prezzo per il Latte Fresco Alta Qualità e il Latte Fresco Piacere Leggero nel formato da 1 litro.

Per tre mesi saranno disponibili a 1,39 euro, contro i consueti 1,60-1,65 euro circa. "La rifocalizzazione sul settore chiave del gruppo – conclude Marchi – contribuirà a valorizzare il ruolo della filiera Granarolo anche all'estero, dove ci poniamo con tutti gli elementi per rassicurare rispetto a qualità e sicurezza, attraverso i **400mila controlli effettuati ogni anno per verificare ogni fase di produzione e trasformazione, spesso con parametri superiore a quelli imposti per legge**".

