

STRATEGIE

Verso una politica di valore

Lasciata alle spalle una fase di calo dei consumi, il mercato mostra nel complesso ampi margini di sviluppo, soprattutto per quanto riguarda il reparto pronti a cuocere e gelo, nell'ambito dei preparati. "Ma fortunatamente – sottolinea **Paolo Ambrosini, Amministratore Delegato di Famiglia Ambrosini** – il consumo di carne bovina è tornato a salire, segno che è finito il tempo di stigmatizzare l'uso di questa materia prima tanto pregiata. Gli hamburger sono il nostro focus, essendo prodotti che riescono a coniugare praticità e convivialità. Questo segmento, infatti, ci sta dando tante soddisfazioni. Le referenze disponibili sono più di 15, sia italiane che estere, e siamo sempre alla ricerca di novità da proporre al mercato. Dal punto di vista del packaging abbiamo lavorato affinché già dalla fine del 2019 gli involucri fossero completamente riciclabili. Si è operata anche una sgrammatura, in modo da evitare inutili sprechi, senza per questo inficiare le performance di conservazione. Sul fronte innovazione di prodotto studiamo nuove porzioni e nuovi target da avvicinare nei prossimi mesi". Con il lancio della referenza Wagyu l'azienda ha posto l'accento sulla qualità. "Nei prossimi mesi – aggiunge Ambrosini – ci aspettiamo di affrontare seriamente i canali digitali, in modo da rilanciare la nostra presenza online. Una delle sfide per il prossimo futuro potrà essere quella di promuovere l'esportazione su mercati dove siamo meno presenti, vissuti come risorse soprattutto in momenti difficili come quello che il Paese sta affrontando e con il quale continuerà a misurarsi. La filiera dovrebbe imparare a collaborare di più, anche dal punto di vista di promozioni e prezzi. Salvaguardare

la qualità è fondamentale e questo non può avvenire se i diversi player affrontano una lotta sterile basata esclusivamente sul prezzo, perdendo marginalità e qualità. Una maggiore interazione positiva valorizzerebbe il lavoro di tutti".

Da pochi mesi, intanto, Mec Carni ha lanciato una nuova linea di prodotti cotti premium, con un focus sulla selezione degli ingredienti e il contenuto di servizio. "Il pack – illustra **Gabriele Pizzorni, Responsabile Marketing e Trade Marketing di Mec Industria Alimentare Carni** – è pensato per consentire il riscaldamento in microonde, forno normale e bagnomaria. La gamma comprende i fagottini al sugo di pomodoro, i fagottini al sugo di arrosto e lo stracotto di arrosto. Intanto, nell'ultimo triennio i nostri reparti produttivi si sono dotati di nuovi macchinari all'avanguardia, mettendo a punto un importante piano di investimenti per diversificare le attività di business". In particolare, le strategie del player spaziano dallo sviluppo di prodotti con un elevato contenuto di servizio fino al focus su una componente valoriale dettata anche dalla territorialità delle proposte, senza prescindere da packaging sempre più sostenibili. "Tutto questo – sottolinea Pizzorni – avviene attraverso una forte sinergia con il dipartimento R&S per lanciare prodotti che costituiscano un benchmark di riferimento per l'intero settore. Contemporaneamente siamo sempre concentrati sulla definizione di piani di trade marketing con i nostri partner commerciali. Nel contempo, rimane in costante implementazione una filiera interamente dedicata alla razza Piemontese, in grado anche di rispondere ai più severi



Jeff Martin, Responsabile Italia di Hcc

requisiti di benessere animale". Nel corso di quest'anno Hcc, l'ente che promuove le carni rosse gallesi nel mondo, conta di presentare la sua offerta in Gdo. "I supermercati italiani – dichiara **Jeff Martin, Responsabile Italia di Hcc** – conoscono molto bene la nostra carne di agnello gallese Igp, mentre la carne bovina rappresenta una novità, che attualmente esportiamo in piccole quantità nel canale ristorazione. Il Welsh Beef Igp è un'ottima carne, tenera, gustosa, di prima qualità che può arrivare sul mercato italiano in confezioni sottovuoto o skin pack. I tagli più prelibati sono il cube roll, il filetto e il cinque coste. Quello italiano è un mercato difficile, dove i consumatori non sono disposti a spendere molto e il prezzo gioca sempre un ruolo importante. D'altra parte si registra un interesse nei confronti di alcuni aspetti ormai diventati leve d'acquisto, come per esempio l'origine garantita del prodotto e i metodi di allevamento sostenibili. In questo senso la carne bovina gallese può vantare notevoli plus, a cominciare dalla provenienza certificata. La verità è che gli allevamenti ovini e

bovini estensivi in Galles hanno una storia molto diversa da raccontare rispetto ad altre produzioni di carne, giustamente criticate per il loro impatto ambientale”.






Nel mondo del surgelato, Alcass registra ottime performance soprattutto per gli hamburger, grazie sempre al mix di praticità e gusto. “I nostri hamburger – sottolinea **Maurizio Vacchi, Responsabile Commerciale di Alcass** – sono a base di carne bovina, lavorati senza aggiunta di conservanti e per questo molto apprezzati dalle famiglie. Anche le polpettine stanno riscuotendo sempre maggior successo tra i consumatori per il sapore e la semplicità della loro ricetta. Molto apprezzato, inoltre, risulta l’hamburger Beef, Pork and Cheese, novità di prodotto per l’anno 2019. Si tratta di una ricetta esclusiva a marchio Amica Natura, con carne bovina, suina e aggiunta di formaggio



Maurizio Vacchi, Responsabile Commerciale di Alcass

Grana Padano Dop. Il gusto deciso, unito alla semplicità di cottura, lo ha reso una valida alternativa al classico hamburger di carne bovina. Per il futuro siamo al lavoro con l’obiettivo di ampliare l’offerta e creare un range di prodotti il più vasto possibile,

soddisfacendo così le più differenti esigenze di mercato. Intanto, le nostre iniziative di marketing e comunicazione si differenziano a seconda del target BtoB oppure BtoC. Negli anni abbiamo costruito una rete di food blogger che testano le proposte, creando ricette esclusive che poi vengono condivise con il nostro personale dedicato, e infine promosse tramite la condivisione sul sito web e sui social, in particolar modo Facebook e Instagram, il cui pubblico è molto ricettivo. Nel contempo, Alcass guarda al mercato estero con particolare interesse. Abbiamo intrapreso importanti collaborazioni con consolidate realtà che cercano nel made in Italy un prodotto di qualità. Anche grazie all’importante progetto strategico che ci ha visto coinvolti nella creazione di Italian Frozen Food Holding, abbiamo oggi nuove leve per presidiare e sviluppare il business oltreconfine”

	Alcass	Ambrosini	Centro Carni Company	Fiorani & C. (Gruppo Cremonini)	Mec Industria Alimentare Carni
Fatturato 2019 (€)	13,2 mln (tot. az.)	39 mln (tot. az.)	107 mln (tot. az.)	nd	100 mln (tot. az.)
Marchi	Amica Natura	Famiglia Ambrosini	You&Meat, Unika (Foodservice)	Fiorani	Formento Linea Piemontese, Linea Semplici Bontà (hamburger e prodotti cotti)
Canali	Gdo e Normal trade 70%, Industria e Foodservice 30%	Gdo 48%, altro 52%	Gdo 60%, Ristorazione commerciale e collettiva 25%, Industria 15%	Gdo 97%, altro 3%	Gdo 60%, Horeca 40%
Top SKU	 10 Hamburger	 Hamburger (varie grammature)	 You&Meat Burger di Scottona	 Tartare	 Battuta di Fassone