



Igor lancia il Gorgonzola al cucchiaino

Il 2016 è stato un anno molto positivo per il Gorgonzola. Il consumo in Italia è aumentato dell'1% rispetto al 2015 che aveva fatto registrare un -4 per cento. **Fabio Leonardi, Ceo di Igor**, leader di settore, rivela anche come l'export abbia regalato grandi soddisfazioni: "Per il mercato estero si pensava sarebbe stato un anno di assestamento per il Gorgonzola, vista la forte crescita che si era avuta nel 2015, +12,62% a volume sul 2014, invece i dati aggiornati a dicembre 2016 dal Clal hanno evidenziato + 8,9 per cento. Per quanto ci riguarda abbiamo lanciato un nuovo prodotto: il **Blu di Capra**, formaggio erborinato fatto con latte di capra 100% italiano, studiato per il consumatore moderno, sempre più sensibile agli aspetti salutistici-nutrizionali, ma senza trascurare la bontà. Il Blu di Capra è la sintesi perfetta tra un sapore delicato, frutto di un ricercato equilibrio tra il tipico gusto di latte caprino e la

nota profumata dell'erborinatura, e caratteristiche nutrizionali importanti: alta digeribilità, basso contenuto di colesterolo, ottima fonte di proteine e calcio. Abbiamo lanciato anche un nuovo formato al cucchiaino per il nostro top di gamma: il **Gran Riserva Leonardi**. Si tratta di un Gorgonzola premium dal sapore dolce e ricco di sfumature esclusive, risultato di una lavorazione artigianale e di una raffinata selezione. Nasce nel nostro caseificio Pal, situato in Valsesia, ai piedi del Monte Rosa, dove tutto il Gorgonzola prodotto è certificato no ogm. Questo grazie all'utilizzo di latte fresco proveniente da dieci aziende agricole selezionate dell'alta provincia di Novara, due delle quali nel parco del Fiume Ticino, dove si è sempre e solo prodotto Gorgonzola e dove i foraggi da prati stabili garantiscono un latte di livello superiore particolarmente adatto per la produzione di questa eccellenza italiana".

PLAYERS	BRIMI	EXQUISA ITALIA	FATTORIE OSELLA	GRANAROLO	GRUPPO LACTALIS ITALIA
Marchi	Brimi, Sciaves	Exquisa, Alpina, Naturella, Noa, private label	Robiola Osella, Linea Osella, Primosale Osella, Alpino, Scottarella, Ricotta Osella	Granarolo, Granarolo Biologico, Granarolo Accadi, Granarolo Oggi Puoi, Pettinicchio, Ferruccio Podda, Centrali del Latte di Calabria, Amalattea	Galbani, Vallelata, Invernizzi, Locatelli
Fatturato 2016 (€)	85 mln (tot. az.)	nd	circa 57 mln (tot. az. 2015)	circa 1.200 mln (tot. az.)	1.291,8 mln € (tot. az. 2015)
Volumi (t)	nd	nd	nd	8.500 t di latte lavorato	nd
Canali di vendita	Gdo 50%, Foodservice 22%, altro 28%	Gdo, Discount	nd	nd	Gdo 62%, Normal trade 18%, Foodservice 20%
Top SKU	 nd	 Formaggio fresco spalmabile light Exquisa	 Robiola Osella	 Stracchino Cremoso Granarolo 170 g	 Certosa 165 g

IL PUNTO VENDITA AL CENTRO DI OPERAZIONI CROSS-MEDIALE

Una strategia di comunicazione multimediale sembra essere l'opzione favorita dall'industria di marca, anche se per questa categoria il punto vendita resta il teatro privilegiato per entrare in contatto con il consumatore. È quanto emerge dalle parole di **Gianni Lazzarin, Presidente e Direttore Commerciale di Latteria Montello**: "Nel 2017 festeggiamo i 70 di attività e abbiamo pensato di investire in una importante campagna stampa, tv e digital adv. L'anno è iniziato con il rilancio del sito internet www.nonnonanni.it, con struttura e contenuti rinnovati. **Tante attività in store sono previste da Nord a Sud: oltre 12mila giornate di degustazioni, che coinvolgeranno lo Stracchino, il Fresco Spalmabile, la Robiola e gli Gnocchi Nonno Nanni.** L'immagine di tutti i materiali in store è stata inoltre rinnovata per potenziare la riconoscibilità del brand Nonno Nanni. La prova assaggio, per noi, è sempre vincente perché

il nostro prodotto è semplicemente buono". Sottolinea la centralità del punto vendita anche **Angelo Davide Galeati, Amministratore Delegato di Sabelli**: "In Gdo proponiamo un ampio assortimento di formaggi freschi nei reparti gastronomia e take-away, per cui le attività in store per noi sono importanti. Rivolgendoci a un consumatore evoluto, poniamo attenzione anche alla comunicazione social, attraverso consigli d'uso sui prodotti: abbiamo appena lanciato, per esempio, un nuovo format di video-ricette, **Pizza Tu-Day, dedicato a chi ama fare pizza in casa**". Punta invece a un target più giovane, attraverso televisione generalista e digital **Igor** come illustra il **Ceo Fabio Leonardi**: "Utilizzando diversi media abbiamo comunicato con varie fasce di clientela. Una novità per il settore è stato creare degli spot televisivi dedicati ai bambini dai 10 ai 14 anni, andati in onda sulle reti da loro più viste: Super! e

Raigulp. Abbiamo investito anche sui canali televisivi, per dialogare con un pubblico più vasto e più adulto - i responsabili d'acquisto - mandando in onda uno spot di alto livello, incentrato sulla genuinità e tradizionalità del nostro Gorgonzola. **Inoltre, abbiamo sfruttato il digital marketing, avendo come testimonial la foodblogger Chiara Maci.** Con lei abbiamo fatto un concorso nel mese di novembre che ha dato importanti risultati, oltre a una serie di videoricette che continuiamo a postare sui nostri social, proponendo diverse modalità di utilizzo del nostro formaggio".



Segue da pag 130

PLAYERS	GRUPPO MONDELÈZ INTERNATIONAL IN ITALIA	IGOR	LATTERIA MONTELLO	SABELLI	TREVALLI-COOPERLAT
Marchi	Sottilette, Philadelphia, Oro Saiwa, Tuc, Oreo, Chipster, Fonzie, Ritz, Yonkers, Halls, Mikado e Vistasnella	Igor Gorgonzola, Gran Riserva Leonardi Igor, Pal, Clin, Ballarini	Nonno Nanni	Sabelli	TreValli, Abit
Fatturato 2016 (€)	circa 900 mln (tot. az. 2015)	140 mln (tot. az.)	95 mln (trend atturato previsto 2017 + 6%)	oltre 70 mln (tot. az.)	circa 215 mln (tot. az.)
Volumi (t)	nd	2 mln di forme di Gorgonzola prodotte all'anno	nd	nd	nd
Canali di vendita	nd	Gdo 37%, Discount 34%, Horeca 27%, Industria 2%	Gdo 80%, Normal trade 20%	Gdo - reparti gastronomia e libero servizio	Gdo 49,1%, Normal trade 25,2%, Export 13,4%, Catering/Ingresso 9,9%, altro 2,4%
Top SKU	 Philadelphia 250 g	 Igor Gorgonzola Dolce pack apri e chiudi 200 g	 Stracchino Nonno Nanni	 Burrata 350 g	 Ricotta 'Gentile' Valmetauro 1.500 g