

## Saclà

Nata nel 1923 grazie alla pionieristica iniziativa del giovane imprenditore Secondo "Pinin" Ercole, solo nel 1939 l'azienda assume l'attuale denominazione: Società Anonima Commercio Lavorazioni Alimentari, S.A.C.L.A. Il primo stabilimento, creato nel 1942, è all'avanguardia delle tecniche di produzione e conservazione delle verdure. Dopo l'alluvione del 1948, gli anni Cinquanta sono un periodo di grande sviluppo: l'azienda lancia la confezione famiglia, un vaso in vetro da 130-140 cc, chiuso da una capsula in plastica, che consente di vedere il contenuto e di apprezzarne la qualità. Gli anni Sessanta segnano un'ulteriore evoluzione tecnologica, con l'introduzione delle capsule twist-off e della pastorizzazione per conservare le verdure sottaceto. Alla fine del decennio, ecco l'aggiunta di un accattivante accento: l'azienda diventa Saclà e si lancia - prima nel proprio settore - in memorabili campagne pubblicitarie. Basti pensare a quella per Olivoli e al jingle che l'accompagnava. Innovazione tecnologica e di prodotto, comunicazione, dinamismo commerciale hanno continuato a decretare da allora il successo dell'azienda astigiana.

“**A**nticipare e soddisfare le esigenze del consumatore e accrescere il valore del mercato, offrendo prodotti a base vegetale genuini, di alta qualità e contenuto di servizio, nel rispetto della tradizione gastronomica italiana”. Da sempre, la mission di Saclà è fortemente orientata al consumatore, alla qualità e all'innovazione. Lo conferma la storia dello sviluppo dell'azienda. Negli anni Settanta e Ottanta Saclà aggiorna la propria offerta, in linea con i rinnovati gusti dei consumatori. Nascono gli Acetelli, meno acidi e con una confezione più moderna, aumenta la varietà dei sottoli e vengono introdotti i condimenti per pasta, che si riveleranno fondamentali per lo sviluppo del mercato estero. Gli anni Novanta sono quelli del consolidamento in Italia - dove Saclà è leader nei sottaceti e olive e punta a incrementare la quota nei sottoli e ad allar-



Le capsule dei prodotti dell'azienda dal tipico color Terracopper, che deve il suo nome all'unione di due termini: terracotta e copper, rame in inglese. Questo colore è un segno distintivo dei prodotti ricettati Saclà.



Un'immagine dei Bei Tipi, ultima novità lanciata in casa Saclà.

gare il mercato - e dell'apertura ai mercati stranieri, dove il successo è tale da portare al varo di tre filiali nel Regno Unito (1991), in Francia (1996) e in Germania (1999). Neppure l'alluvione del 1994 ferma la crescita dell'azienda, che reagisce rapidamente ai gravissimi danni subiti.

L'export è effettivamente diventato un fiore all'occhiello per Saclà, che si è affermata Oltralpe soprattutto grazie ai suoi prodotti più ricettati, come pesti e sughi: in Gran Bretagna, per esempio, è leader nel comparto dei pesti, anche grazie all'opera di educazione all'utilizzo di questo tipo di prodotti. Oggi in Europa Saclà è un'icona del "made in Italy", sinonimo dell'arte culinaria italiana: ai competitivi ed esigenti mercati esteri, l'azienda assicura la capacità di rinnovarsi nella tradizione, la conformità agli standard di qualità e sicurezza e l'autenticità italiana della marca. Da circa 10 anni, Saclà sta operando per conquistare anche i nuovi mercati, grazie alla sua capillare rete di distribuzione. La sua strategia commerciale internazionale si orienta alla creazione di nicchie profittevoli e difen-

### SACLÀ IN CIFRE

Fatturato consolidato 2005	131 milioni di euro*
Dipendenti	250 circa
Filiali	3 (Gran Bretagna, Francia, Germania)
Distributori	oltre 45 nel mondo
*Il fatturato 2006 è in linea con il precedente, con un trend positivo per l'export	

dibili nell'area dei condimenti per pasta. La distribuzione avviene attraverso la "Imported Food Selection" dei Department Store, i negozi di specialità e i grandi C&C internazionali, come Metro. Nei Paesi asiatici la presenza della marca viene gestita da una rete di importatori esclusivi, che posizionano le gamme Saclà nei pdv di prestigio.

### I PUNTI DI FORZA

- vasto assortimento di alta qualità e contenuto di servizio, che coniuga innovazione tecnologica e rispetto della tradizione culinaria italiana
- leadership di mercato in Italia, con una brand awareness del marchio pari all'87%
- importante presenza sui mercati internazionali, dove Saclà è ormai icona del "made in Italy"

### IL MANAGEMENT

Presidente e Amministratore Delegato  
Lorenzo Ercole  
Amministratore Delegato  
Giuseppe Ercole  
Direttore Commerciale  
Alberto Ardizoia  
Responsabile Trade Marketing e Pubbliche Relazioni  
Alberto Borra e Lucia Ercole

### LA SEDE

Fratelli Saclà spa  
piazza Amendola, 2  
14100 Asti  
Tel. 0141.3971  
Fax 0141.397297  
www.sacla.com