

Nota: Questo documento è parte di *Mercato&Imprese* 2006, Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo, allegato alla rivista *Largo Consumo* n. 02/06. Poiché si tratta di un documento per valutarne l'acquisto, non sono riportati le risposte al manager intervistato, e i dati numerici di tabelle e grafici. Il fascicolo ha un costo extracopertina, per i non abbonati di 18 euro. Per maggiori info: www.mercatoeimpreses.info

► Latte per la prima infanzia

Comunicazione mirata

È un mercato del tutto particolare quello del latte per l'infanzia. Perché coinvolge il "futuro" del Paese, perché mamme e bambini sono consumatori del tutto speciali, che vanno tutelati e protetti al massimo. Su un comparto così delicato, spesso al centro dell'attenzione dell'opinione pubblica, *Mercato & Imprese* ha voluto sentire il parere di Gherardo Merli, direttore commerciale di Humana Italia, una delle aziende leader del settore.

L'economia italiana, in generale, nel 2005 non ha presentato dati positivi. Specialmente a livello consumi. Come sono andate le cose nel vostro comparto e soprattutto quali sono le prospettive per il 2006?

Il settore latte per la prima infanzia in Italia è al centro dell'attenzione generale, sia per i prezzi al pubblico elevati, comparati con quelli praticati in altri Paesi europei, sia per il recente caso di inquinamento da confezione. Qual è una sua riflessione in proposito?



Gherardo Merli

Occorre ristabilire il reale valore dei prodotti di qualità presenti sul mercato perché la marca torni a essere un punto di riferimento per il consumatore.

altre innovazioni il consumatore si può attendere?

Il settore utilizza un tipo di comunicazione del tutto particolare (gli informatori scientifici, l'attività congressuale, le riviste specializzate ecc.), ma è piuttosto assente sui mass media. Ci si può aspettare in futuro una svolta in questa strategia di comunicazione?

Dopo anni di staticità il comparto sta uscendo con alcune interessanti innovazioni come il latte unito ai biscotti. Che

Latte per la prima infanzia ◀

SCHEDA MERCATO

La natalità: nati degli ultimi 10 anni per ripartizione geografica - Anni 1995-2004

(valori assoluti e numeri indice su base 1992)

	Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole		totale	
	nati vivi	num. indice	nati vivi	num. indice	nati vivi	num. indice	nati vivi	num. indice	nati vivi	num. indice	nati vivi	num. indice
1995												
1996												
1997												
1998												
1999												
2000												
2001												
2002												
2003												
2004												
Su totale Italia (2004)												

Fonte: Istat

La formazione sembra essere il driver più importante per la ripresa. A che punto siamo nel comparto di sua competenza?

I consumi

I consumi totali di latte per l'infanzia sono stati rilevati nell'anno terminante ad aprile 2005 in 7.654 tonnellate con un valore di 243,8 milioni di euro. A questi volumi vanno aggiunti 2.440 tonnellate di latti "crescita" con un valore di 38,2 milioni di euro.

Nei primi nove mesi del 2005 i consumi (nel solo canale farmacie) sono aumentati del 6% in volumi e diminuiti del 7% in valore (Fonte: AcNielsen).

importanza dei segmenti

	% in volume	% in valore
Latti partenza		
Latti proseguimento		
Latti speciali		
Totale		

Allocazione per tipologia di negozio (% sulle vendite in quantità)

farmacie: sanitari: dettaglio-gdo:

Fonte: AcNielsen

Ci piacerebbe che lei lanciaesse un messaggio alle istituzioni e al mercato su come reagire alla crisi economica da troppi anni presente nel nostro Paese. A lei la parola.

Le imprese