

AZIENDE IN PRIMO PIANO

Largo Consumo 6/2006

Una profonda esperienza e conoscenza del mercato; un rigoroso rispetto dei più rigidi parametri di qualità; un assortimento di prodotti in grado di soddisfare le esigenze dei consumatori, valorizzati da un pack che li rende pienamente visibili; un efficiente sistema logistico: in estrema sintesi, sono questi i punti di forza di Bollicine Marotta Industria Ittica. La società viene fondata a Napoli nel 1993 da un gruppo di imprenditori forti di una consolidata esperienza nelle fonti di acquisizione delle materie prime, dei mercati di sbocco e delle tecniche di lavorazione. Un know-how davvero eccezionale, trasferito in Bollicine Marotta proprio per offrire al mercato un prodotto di alta qualità, volutamente enfatizzato da un imballo che concede poco o nulla al "packaging appeal".

Una struttura all'avanguardia

Da qui nasce l'idea di commercializzare pesce congelato e surgelato in vaschette avvolte da pellicola protettiva, sulla falsariga delle confezioni tipiche del take-away. L'assortimento è andato arricchendosi con l'inserimento delle carni avicole, dei prodotti da forno di pasticceria e di rosticceria, fino alle verdure di alta gamma (funghi, carciofi e asparagi). Attualmente, le referenze in assortimento sono più di 150: 80 di pesce, 20 di carne, 35 di prodotti da forno e 15 di verdure.

L'azienda, la cui sede produttiva e di confezionamento copre un'area di 5.000 mq, vanta un processo produttivo tecnologi-

BOLLICINE MAROTTA

Alta qualità, innovazione, forte contenuto di servizio per distinguersi nel mercato dei prodotti surgelati



camente molto avanzato e automatizzato, nel quale la manualità è ridotta al minimo. Grande attenzione è posta al controllo qualità e all'igiene dei prodotti, garantite lungo tutta la filiera produttiva. A partire dal-

l'arrivo in stabilimento delle materie prime, subito sottoposte a numerose analisi di laboratorio, stoccate, lavorate, confezionate e infine rese disponibili per la spedizione: il tutto seguendo scrupolosamen-

te quanto prevedono il Manuale di controllo qualità e le procedure Haccp.

Bollicine Marotta assicura, allo stesso tempo, anche la tracciabilità delle materie prime e dei lotti produttivi dal momento della loro creazione sino alla consegna ai cedi o direttamente ai pdv. L'azienda, certificata Uni En Iso 9001/2000 e Uni En Iso 14001, si avvale di una struttura logistica efficiente, che garantisce, nel più accurato rispetto della catena del freddo, le consegne entro 48 ore in Campania e cinque giorni in tutta Italia.

I punti di forza del confezionamento

Un grande punto di forza della società campana sta proprio nel confezionamento, teso a esaltare il prodotto e a offrire ai consumatori un elevato contenuto di servizio. Analizziamolo in dettaglio.

La vaschetta. L'azienda utilizza vassoi p.s.e. termoretratti Cryovac. Il peso e il prezzo sono stati studiati tenendo conto delle esigenze della famiglia media, sia nella quantità (500-650 grammi), sia nel prezzo/costo al pubblico della singola confezione.

La strategia. Il posizionamento del prezzo al pubblico medio-basso, in contrapposizione con la qualità dei prodotti medio-alta definiscono una strategia di marketing aggressiva, esaltando la vendita di prodotti sempre freschi, con brevi stazionamenti nei banchi frigo. In media, essi ruotano tre volte la settimana, garantendo al trade valore e marginalità.

Prodotti I.Q.F. (Individual Quick Frozen). Il particolare sistema di surgelazione



Comunicazione d'impresa: serie I PROFILI

e di confezionamento consente al consumatore di utilizzare solo le quantità realmente occorrenti al momento dell'impiego. Viceversa, nei confezionamenti "skin effect" l'intero contenuto va scongelato, a prescindere dalle necessità del consumatore.

La glassatura. I prodotti confezionati hanno una glassatura che varia dal 7% al 20%, a ulteriore garanzia di qualità.

La trasparenza. Il confezionamento, volutamente semplice, permette la massima trasparenza e visibilità del prodotto. Solo il lato superiore reca un'etichetta essenziale, con le diciture commerciali, a tutto vantaggio dell'ispezione visiva del prodotto. Sul lato inferiore, è invece riportata una "controetichetta" esplicativa.

Le etichette. Come accennato sopra, due sono quelle apposte sul prodotto, entrambe dotate di elevata leggibilità. L'etichetta frontale riporta, oltre al logo, il peso, il prezzo al kg delle confezio-

Nata nel 1993, l'azienda campana offre al mercato un'ampia gamma di surgelati: dai prodotti ittici alle carni avicole, dai prodotti da forno alle verdure di alta gamma. Punto di forza dell'assortimento è il packaging, che valorizza un prodotto proposto sempre con un ottimo rapporto qualità/prezzo.



ni e il prezzo delle singole a peso variabile. L'altra etichetta è posta sul retro della confezione e riporta tutta una serie di indicazioni im-

poste dalla legge (nome latino del prodotto, percentuale dell'eventuale glassatura, ingredienti nel caso di prodotti composti o elaborati ecc.).

Grande attenzione al canale moderno

Il successo di questo particolare confezionamento, insieme ovviamente con la qualità della produzione, hanno permesso a Bollicine Marotta di crescere anche lo scorso anno, chiuso con un fatturato pari a 15 milioni di euro, così segmentati: 65% dalla gdo, 35% dal canale specializzato/normal trade.

I clienti più importanti sono: Cedi Sisa Campania, Multicedi (Interdis), Sma Cityiper, Auchan, Cedi Sigma Campania, Alvi (Interdis), Supermercati Superò (Gruppo Sma), Supermercati Morgese (Interdis), Mida 3 (Selex), Gruppo Caramico (Interdis), Consorzio Proiezione 3 (Gruppo Briò), Cedi Sisa Sicilia, Aligrup (Despar), Sicilia Discount (Indipendenti), Distribuzione Centro (Gruppo Crai), Supermercati Ferdico

(Pam), Cavamarket (Despar), Cedis Izzi (Interdis), Colonial Sud (Coralis), Apulia Distribuzione (Gruppo Sma), Supermercati Standa in Campania. Per la distribuzione dei propri prodotti, Bollicine Marotta si avvale di una rete di agenti attivi su tutto il territorio nazionale. L'azienda è disponibile ad affrontare eventuali progetti di sviluppo di marche commerciali, affiancandosi a retailer che intendano "sposare" la propria filosofia produttiva. Un primo, concreto e positivo esempio di collaborazione con la grande distribuzione, risale all'agosto 2005, allorchè l'azienda ha realizzato, per una primaria insegna della gdo, un assortimento completo di prodotti in vaschetta da 200 grammi, riuscendo a coniugare velocità di risposta, efficienza, flessibilità e qualità produttiva. Sempre in tema di sviluppi futuri, Bollicine Marotta guarda con interesse al canale cash and carry, dove a breve sarà proposta una linea di prodotti ittici in vaschettone a peso variabile, con un contenuto massimo di prodotto pari a 1-1,5 kg. Si tratta di un assortimento votato al canale horeca, ricco di una selezione di referenze di altissima qualità finalizzato a rispondere alle esigenze di una clientela servita attualmente da una tipologia di prodotto - le buste da 1 kg - che spesso peccano proprio in qualità di prodotto.



Bollicine Marotta sas
Zona Industriale A.S.I.
81100 Gricignano di Aversa (Ce)
Tel 081.5026061
Fax 081.5029016
www.mareintavola.it
commerciale@mareintavola.net