Scaricato da Largo Consumo
www.largoconsumo.info

RADEBERGER

Dab Cruda, Clausthaler, Estrella Damm: tre successi merito di un'efficace strategia di marketing

In questi anni, il mercato della birra è andato arricchendosi e diversificandosi anche in Italia: qualità e gamma sono aumentate per soddisfare fasce di consumatori sempre più attenti ed esigenti. Con la celebre Dab Cruda e altri brand che stanno affermando le loro peculiarità, Radeberger è tra i protagonisti di questo trend: ne parliamo con Rolando Bossi, amministratore delegato della filiale italiana.

D. Cominciamo con i bilanci: come si chiude, per Radeberger Italia, questo difficile 2009?

R. Abbiamo attraversato anche noi il trend generale: fortunatamente, nella gamma trade siamo collocati tra premium e super premium, il che ci ha permesso di risentire meno della crisi e di crescere comunque. In più, vorrei sottolineare che anche quest'anno non abbiamo aumentato la nostra pressione promozionale: una politica che abbiamo intrapreso sin dal 2004, ricavandone ottimi risultati in termini di fatturato e di maggiore fidelizzazione della clientela. In effetti, la peculiarità della nostra birra cruda ci viene ormai riconosciuto: il 50% dei consumatori di Dab Cruda ci beve almeno 4-5 volte alla settimana, il che significa che ci ha scelto, a prescindere dalle promozioni.

D. Quali sono quindi le qualità che premiano la birra Dab?

R. Dab è un nome storico nel mercato della birra: basti pensare che è il primo produttore e leader di mercato in Germania. Un traguardo centrato puntando innanzitutto sull'alta qualità, sul rispetto della genuinità, dell'origine del prodotto (Dortmund vanta un'acqua unica, molto digeribile), di processi di conservazione naturali, che esaltano il prodotto in sede di degustazione. Non dimentichiamo che in questi anni abbiamo vinto innumerevoli riconoscimenti: l'ultimo in ordine di tempo è il World Beer Award di Londra nella categoria Lager, che Dab Cruda si è aggiudicata per il terzo anno consecutivo. Ecco perché abbiamo potuto permetterci di ridurre le promozioni e di aumentare il nostro valore e la nostra distribuzione, oggi pari a 63 punti in ponderata: Dab piace ai consumatori e permette al retail di marginare in misura interessante. Un caso eclatante è rappresentato dai market degli Autogrill, dove siamo presenti con il cluster da sei lattine da 0,50 cl., che si conferma il più venduto nell'arco dell'anno.

Rolando Bossi è direttore generale della filiale italiana di Radeberger Gruppe, che si colloca nel panorama nazionale tra i più importanti operatori del mercato birrario. In Germania, Radeberger Gruppe detiene la leadership nella produzione di birra. Con quasi 16 milioni di ettolitri di produzione annua, la società rappresenta da sola circa il 15% della quota di mercato.

Dab Cruda conferma la sua politica vincente di scarso ricorso alla leva promozionale, che le ha consentito di aumentare il proprio valore e la propria distribuzione.

Il concorso appena concluso su www.dabcruda.it ha coinvolto oltre 100.000 navigatori, trasmettendo loro i valori della birra cruda leader di mercato.

La birra analcolica Clausthaler e la birra Estrella Damm, ideale per i celiaci, sono altri due brand leader dell'azienda.

D. Quali riscontri vi ha fornito il concorso sul sito www.dabcruda.it?

R. Direi che ci ha aiutato moltissimo per fare informazione e cultura, favorendo un consumo consapevole della birra. Nei cento giorni del concorso, concluso a fine ottobre, siamo riusciti a portare oltre 100.000 persone – contatti unici – a navigare in media per 3,5 minuti sul nostro sito, rispondendo a domande che hanno consentito loro di percepire le caratteristiche e i plus del prodotto. In palio c'erano T-shirt e altri gadget, ma l'obiettivo vero era trasmettere i nostri valori. Sempre in tema di comunicazione, dopo il successo della campagna 2009, posso anticipare che il prossimo anno saremo ancora più aggressivi, con una pianificazione sulla carta stampata e su Sky.

D. A parte Dab Cruda, quali sono i brand più significativi dell'offerta di Radeberger sul mercato italiano?

R. Innanzitutto, va citata Clausthaler, la nostra birra analcolica: numero uno in assoluto in Germania, vincitrice di numerosi premi, forte di rotazioni elevate anche nei mesi invernali, è l'unica disponibile anche alla spina nella propria categoria. In particolare, quest'anno Clausthaler ha fatto registrare performance molto buone, dopo il rallentamento dovuto alla concorrenza dei marchi non marchi. Un altro nostro fiore all'occhiello è, senza dubbio, la birra Estrella Damm.

D. Quali sono i plus di questa birra?

R. Si tratta della prima vera birra fatta con acqua, malto d'orzo e luppolo che può essere consumata anche dai celiaci. Si pensava che l'orzo non fosse adatto a quel particolare target di consumatori e, invece, siamo riusciti a mettere a punto un prodotto con sei parti di orzo per milione, molto meno delle venti parti indicate come tetto massimo dalla legge. Ci onora essere stati certificati, per esempio, dal Ministero della Salute spagnolo e dall'Associazione Italiana Celiaci: un'altra conferma della vocazione di Radeberger per la qualità.

RADEBERGER GRUPPE ITALIA
LA CULTURA TEDESCA DELLA BIRRA

Radeberger Gruppe Italia spa
Via Renata Bianchi, 40
16152 Genova
Tel. 010.6509459
Fax 010.6509473
www.radeberger.it
info@radeberger.it

Comunicazione d'impresa: serie LE INTERVISTE © Editoriale Largo Consumo srl