



PASTA & RISO

MASTER, REFERENZE SEMPRE PIÙ AL TOP

L'azienda veneta continua a crescere in Italia e all'estero, grazie a una gamma ampia e differenziata

 Francesca Zecca

Sta progressivamente crescendo anno su anno, in fatturato, in quote di mercato e in spazio in Gdo, puntando su un'offerta innovativa e differenziata, in un settore, quello degli gnocchi, che si sta ritagliando un ruolo sempre più interessante nell'area del primo piatto. Master ha chiuso il 2017 con un fatturato di 16 milioni di euro (+12%). "Siamo soddisfatti dei riscontri di mercato - dichiara **Adriano Bianco Ceo di Master** -. A gennaio abbiamo registrato un +16%, a febbraio +12 per cento. E questo pur mantenendo un prezzo più alto mediamente del 30% rispetto ai principali competitor e con una pressione promozionale che non supera il 32% dei volumi".

Parallelamente, cresce l'apprezzamento anche all'estero con **una quota export dell'14% sul fatturato, raddoppiata nel giro di poco più di un anno.**

Il principale mercato è il Regno Unito, dove Master realizza vendite per 1,5 milioni di euro. Seguono Stati Uniti, Canada e Australia. Per fare fronte alle richieste di mercato l'azienda sta potenziando il sito produttivo di Vedelago (TV), con strutture all'avanguardia dal punto di vista tecnologico. "Negli ultimi tre anni - continua Bianco - abbiamo investito 6,5 milioni di euro per l'implementazione di nuove linee produttive e di un magazzino robotizzato per ottimizzare l'efficienza logistica. **L'obiettivo è aumentare del 20% la capacità produttiva entro l'anno, del 30% entro il 2019.** Oggi l'impianto è in grado di produrre 25mila kg di prodotto al giorno, con le nuove linee arriveremo al 50% in più".

Per il 2018 il portafoglio prodotti si arricchirà di varie novità, presentate in occasione di Cibus. Sono infatti in fase di lancio Gnocchi alla rapa rossa, Gnocchi di patate fresche al cavolfiore, Gnocchi di patate fresche ripieni alla ricotta e spinaci, Spätzle/gnocchetti alla tirolese con spinaci, e, novità assoluta, i **Maccheroni di patate**. "Ciò

che ci contraddistingue è una profonda cultura del prodotto, che ci porta a riproporre su scala industriale un processo tradizionale. Innanzitutto la materia prima, patate vere provenienti dalle varie aree nazionali ed europee, accuratamente selezionate e cotte a vapore. Questo è un aspetto cui teniamo molto e che ci contraddistingue dalla concorrenza. Tuttavia, oggi non esiste una chiara e uniforme regolamentazione dell'etichettatura degli gnocchi. In commercio si ritrovano referenze apparentemente simili, ma che hanno un'ingrediente differente. **Gli gnocchi realizzati da patata fresca sono diversi rispetto a quelli da patata reidratata.** E l'incidenza percentuale di patata dichiarata in etichetta diventa un'informazione fuorviante per il consumatore. Se il prodotto è realizzato da patata fresca la percentuale di materia prima non può superare il 75% per garantire la sua stessa stabilità. Auspichiamo un tavolo di lavoro a livello di associazione dei produttori di categoria per spingere una corretta informazione sulle etichette e per garantire trasparenza nei confronti dei consumatori".



PASTA ARRICCHITA



FELICIA RINNOVA LA BRAND IMAGE

Nuovo logo e un nuovo pack per **Felicia**, il marchio di **Andriani** di pasta bio e gluten free. Un restyling pensato per rafforzare l'immagine e la distintività del brand, che si sta ritagliando uno spazio importante nel segmento di riferimento. "A febbraio - commenta **Michele Andriani, Presidente dell'azienda** - abbiamo raggiunto una ponderata del 54% e una quota a valore del 12%. Abbiamo in cantiere molti progetti, dall'ampliamento della gamma nell'ambito del primo piatto, all'ingresso nella categoria bakery, trasferendo le competenze maturate nella pasta e la filosofia che ci contraddistingue e che mette in primo piano l'aspetto nutrizionale".

PASTA FRESCA

TREND % (yoy)

	Valore	Confezione
MESE DI MARZO (dal 26/02/2018 al 01/04/2018)	+16,2%	+15,6%
PROGRESSIVO MARZO (dal 01/01/2018 al 01/04/2018)	+5,8%	+5,9%
ANNO TERMINANTE (dal 03/04/2017 al 01/04/2018)	+4,5%	+5,3%

Fonte: The Nielsen Company (Italy)

PASTA SECCA

TREND % (yoy)

	Valore	Confezione
MESE DI MARZO (dal 26/02/2018 al 01/04/2018)	+0,2%	+0,3%
PROGRESSIVO MARZO (dal 01/01/2018 al 01/04/2018)	-3,5%	-3,3%
ANNO TERMINANTE (dal 03/04/2017 al 01/04/2018)	-2,3%	-1,4%

Fonte: The Nielsen Company (Italy)