

ALESSANDRO LAZZARIN

1

Nonostante il contenimento della spesa, il consumatore continua a considerare come principali criteri d'acquisto la qualità, il gusto e il servizio: tutti aspetti su cui la nostra azienda ha sempre investito e che rimangono prioritari anche per il futuro. Nei prossimi mesi, se da un lato non si può prevedere una rivoluzione del trend attuale, dall'altro ci sono comunque opportunità di rivitalizzare i consumi offrendo innovazioni di prodotto in linea con i nuovi trend di consumo e formati che possano offrire un livello di servizio maggiore, andando incontro alle esigenze di target specifici, ma anche delle famiglie che vogliono ridurre gli sprechi.

2

Ci stiamo concentrando maggiormente su Il Fresco Spalmabile, sulle Fettine e sui Formaggini Nonno Nanni, prodotti che, grazie alla shelf-life più lunga rispetto a quella delle altre referenze, si prestano meglio per l'export. Attualmente esportiamo soprattutto in Europa e precisamente in Austria, Svizzera e Belgio. Siamo presenti anche in Inghilterra, mentre in Usa e Cina stiamo muovendo i primi passi.

Latteria
Montello Spa



3

In un'epoca di relazioni virtuali le fiere continuano a rappresentare opportunità di incontro e di contatto diretto e personale, molto apprezzate dai clienti attuali e potenziali per dialogare con i rappresentanti dell'azienda, per confrontarsi tra colleghi di settore, per condividere punti di vista e rafforzare relazioni commerciali. Sono, inoltre, un luogo privilegiato per l'osservazione delle nuove tendenze di mercato e strumenti strategici per l'internazionalizzazione.

4

I tempi del food sono stati e saranno diversi perché la verifica "in presa diretta" del cibo e della sua qualità ancora influiscono molto sulla fase di acquisto. Per i freschi c'è un'ulteriore complessità rappresentata dalla catena del freddo, ma al di là di questi fattori, l'e-commerce è uno strumento in crescita e riteniamo che anche nel settore del food troverà nuove opportunità di utilizzo e di sviluppo.

5

A Cibus presenteremo un ampliamento di gamma significativo del Fresco Spalmabile. Poi la gamma Senza Lattosio che ha di recente vinto il premio Prodotto dell'Anno 2016. Composta da Robiola, Caprino, Il Fresco Spalmabile e Mascarpone, risponde alle richieste dei consumatori intolleranti al lattosio e di chi cerca alimenti più digeribili, con formaggi freschi che mantengono tutta la bontà e la cremosità delle versioni classiche.