

BAKERY SALATO > PLAYERS

GRUPPO LO CONTE

Il futuro profuma di grano

Il mercato delle farine continua a mostrare segni di crescita positivi a due cifre anche rispetto al 2019: è soprattutto il segmento delle specifiche – come quelle per pizza o dolci – ad aver realizzato le migliori performance a valore (+55% vs 2019, fonte: NielsenIQ). In tale contesto, **Gruppo Lo Conte cresce del 16,4 per cento. Nel comparto dei lieviti dolci e salati, con il marchio Decorì, la crescita è ancora più sostenuta (+24,1%), e ben superiore alla media del mercato (+3,8%).** “I risultati dell’ultimo anno – afferma **Rocco Modugno, Direttore Marketing Gruppo Lo Conte** – confermano il profilo di un

consumatore consapevole, informato e disposto anche a pagare un premium price. Siamo leader nel segmento delle farine speciali e siamo riusciti a mantenere il nostro posizionamento anche in un mercato decisamente più complesso. **Le farine si evolvono e noi, con Le Farine Magiche, apriamo una nuova era puntando sul profumo.** ‘Quelle che profumano di grano’ è infatti il nostro nuovo posizionamento. Al centro della campagna c’è la nuova farina Milleusi: un vero e proprio passepartout che semplifica e facilita la cucina di casa perché è perfetta per tutti i tipi di preparazione a lievitazione istantanea, a lievitazione breve (2-3 ore) o media (6 ore). Un prodotto innovativo frutto del know how e del metodo superiore Lo Conte: farina 100% italiana di tipo 00, con farina madre, 220 W di forza, confezionata



Rocco Modugno, Head of Marketing Lo Conte

Al centro della campagna di comunicazione per le Farine Magiche ci sarà la novità Milleusi

in un pack esclusivo in plastica lavabile. Le Farine Magiche è un brand premium che trova il suo successo nella continua innovazione, nella comunicazione, negli investimenti e, non da ultimo, nella gestione del punto vendita. **Con alcuni retailer abbiamo impostato un progetto di category ben strutturato che nasce dagli insight sullo shopper**, che spesso si trova disorientato e confuso davanti allo scaffale. L’obiettivo è fare chiarezza e valorizzare i vari segmenti. Abbiamo lavorato anche con NielsenIQ per risegmentare ogni singolo Ean e collocarlo nel corretto segmento. A supporto del piano di comunicazione 2021-2022, **la nuova testimonial d’eccezione per Le Farine Magiche è Orietta Berti**: la vedremo quindi raccontare il profumo delle Farine Magiche in una campagna cross mediale multi soggetto. Tutto procederebbe per il meglio, dunque, se non fosse per le difficoltà degli approvvigionamenti che si fanno sempre più evidenti. Se prendiamo per esempio il punto vendita, non sono pochi gli ostacoli che stiamo incontrando nella gestione dei nostri materiali di comunicazione, con tempi di approvvigionamento decisamente più lunghi rispetto al passato e che sfidano la migliore delle pianificazioni”. *Stefania Lepera*

PLAYERS	San Giorgio	Sarchio	Sottolestelle
Fatturato 2020 €	36,5 mln (prev. 2021)	14 mln	7 mln
Marchi	San Giorgio, Mamita, Burè, Beurmièr, Morgano Vegano, Pangiorgio, 1980	Sarchio	YukiBio
Canali	Horeca 90%, Estero 5%, Gdo 5%	Gdo 95%, Export 5%	Gdo, Dettaglio specializzato
Top sku/ Nuovi lanci	 Rustici Buffet assortiti 25 g cad.	 Grissini al Sesamo Sarchio	 Crackers Forza 3 a Pasta Madre