PETTI: "PIÙ VALORE ALLA FILIERA, GRAZIE AL POMODORO TOSCANO"

PETTI: "PIÙ VALORE ALLA FILIERA, GRAZIE AL **POMODORO TOSCANO**"

In due anni, il Gruppo ha rivoluzionato il mercato delle conserve rosse premium, puntando su esclusività, certificazione della materia prima e lavorazione a bassa temperatura

Pasquale Petti, 34 anni, amministratore delegato del Gruppo Petti, quarta generazione alla guida del Gruppo e direttore dello stabilimento di Venturina Terme (LI), dove viene prodotta la linea 'Petti – Il pomodoro al centro'

Ha scommesso sul pomodoro made in Tuscany e i numeri gli stanno dando ragione. **Pasquale Petti, amministratore delegato del Gruppo Petti**, da quattro generazioni attivo nel mercato delle conserve rosse, commenta con soddisfazione le performance ottenute: "Nata nel 2013, già nel 2015 la linea 'Petti – Il pomodoro al centro' a base di pomodoro 100% toscano, ha sviluppato in Italia un fatturato di 12 milioni di euro e oggi ha raggiunto quasi il 5% di quota di mercato, superando i 50 punti di distribuzione ponderata".

▸ **Come mai avete scelto di produrre in Toscana?**

Innanzitutto ritengo che la dicitura 100% italiano sia ormai generica. Possedendo lo stabilimento di Venturina Terme (LI) dal 1975, che ha sempre lavorato il pomodoro toscano senza però renderlo noto in etichetta, abbiamo deciso di stabilire in Toscana tutto il confezionamento dei prodotti a marchio 'Petti – Il pomodoro al centro'. Pertanto abbiamo deciso di produrre a Venturina Terme in provincia di Livorno conserve rosse di alta qualità perché in questo territorio possiamo contare su una materia prima con caratteristiche superiori rispetto ai prodotti di altre regioni, non per sminuire le altre produzioni in Italia, ma proprio perché è risaputo che il pomodoro toscano ha delle caratteristiche organolettiche e un sapore molto particolari, grazie alle modalità di coltivazione e al terreno ricco di sali minerali. La lavorazione effettuata esclusivamente a bassa temperatura è più costosa e richiede un maggiore utilizzo di materia prima, ma consente di rispettare e preservare al meglio la qualità del pomodoro.

▸ **Ci può spiegare le caratteristiche del processo produttivo?**

È utilizzata la tecnica di lavorazione nota come "Cold Break", che consiste nello scottare il pomodoro fresco a una temperatura tra i 70 e gli 80 gradi dopo il lavaggio e la selezione ottica, in modo da consentire poi alle passatrici di raffinare al meglio il prodotto eliminando bucce e semi

GRUPPO PETTI
La storia

1923

Antonio Petti, possidente terriero dell'Agro Nocerino Sarnese, fonda la ditta individuale Antonio Petti.

1950

Pasquale, figlio di Antonio, sposa Maria Gambardella. Anche lei entra in azienda diventando un punto di riferimento per la produzione, tanto è vero che ancora oggi segue l'azienda di Nocera con la sua grande esperienza.

1973

La Ditta Antonio Petti e Figlio diviene Antonio Petti fu Pasquale S.p.A. Negli anni il gruppo si è affermato soprattutto a livello internazionale come copacker dei principali gruppi distributivi (Lidl, Aldi, Coles, Waitrose, Tesco, Sainsbury's, Asda, Casino, Leclerc ecc.) e industriali distinguendosi per le tecniche di lavorazione e di confezionamento.

GRUPPO PETTI, i numeri

Fatturato totale **205 milioni** di euro

Volumi di pomodoro lavorato **300mila tonnellate**

Volume di pomodoro fresco toscano lavorato **70mila tonnellate**

Dipendenti **520**

Numero dei prodotti Petti in vendita **50 referenze** di cui circa **12 biologiche**

Stabilimenti **4**

Due referenze della linea 'Le prelibatezze Petti – Il pomodoro al centro' ovvero, Il sublime passata di datterini biologici 350 g e Gli speciali datterini pelati biologici 350 g

per poi procedere alla sgrondatura del prodotto e ottenere la massima viscosità già prima dell'evaporazione, e infine arrivare alla pastorizzazione e al riempimento nei contenitori finali.

▸ **Come ha risposto il consumatore a questa innovazione?**

Molto positivamente perché oggi i consumatori italiani sono sempre più attenti alla qualità di ciò che comprano soprattutto in ambito alimentare, ecco perché abbiamo impostato i valori del marchio e la politica aziendale sulla trasparenza, con un packaging distintivo e sulla chiara origine del pomodoro che verrà presto certificato Igp, un'ulteriore qualificazione dell'offerta.

▸ **E la Gdo come ha accolto una gamma premium in un settore maturo e vissuto come una commodity?**

Qualcosa sta cambiando rispetto a un atteggiamento troppo sbilanciato sul prezzo. Mi auguro che il trade italiano, come quello nord europeo, sviluppi sempre maggiore sensibilità nei confronti della qualità, a beneficio di tutti.

▸ **La flessione delle promozioni è un segnale positivo in questo senso...**

Indubbiamente. Sono favorevole alle promozioni, intese come forma di comunicazione, perché sono un ottimo strumento per far conoscere ai consumatori i prodotti premium solitamente posizionati a scaffale con un prezzo elevato. In una prima

Il territorio toscano in cui è coltivata la materia prima e l'ubicazione dello stabilimento di Petti

fase, grazie alle attività promozionali, il consumatore è stato incentivato alla prova della linea Petti, ma successivamente ha continuato ad acquistarla anche a prezzo pieno, pur avendo un posizionamento più elevato rispetto alla media perché ne ha ben compreso il valore aggiunto. Anche se nel settore delle conserve i margini sono sempre minimi, le nostre vendite crescono di mese in mese. Comunque l'aspetto fondamentale è che le promozioni non dovranno più essere considerate solo un mezzo per abbassare il prezzo, ma uno strumento di comunicazione.

▸ **Quali sono le aspettative di crescita per i prossimi mesi?**

Durante la campagna del pomodoro 2015 solo lo stabilimento di Venturina Terme ha lavorato 700mila quintali di pomodoro fresco e per il 2016 abbiamo pianificato la lavorazione di

2000

Il Gruppo apre un nuovo stabilimento produttivo a Poggio Imperiale in provincia di Foggia, per poter lavorare la materia prima pugliese direttamente sul territorio.

2005

Viene aperto uno stabilimento produttivo anche in Nigeria per servire direttamente tutto il mercato nigeriano, che risulta essere il primo consumatore di concentrato di pomodoro al mondo.

2013-2016

Attraverso la società Italian Food S.p.A. con sede a Venturina Terme (LI) il Gruppo Petti decide di lanciare un progetto di marca premium, con una linea dedicata al mercato italiano 'Petti – Il pomodoro al centro'.

oltre 1 milione. Pertanto per i prodotti a marchio 'Petti – Il pomodoro al centro' prevediamo di continuare a crescere a doppia cifra sia a valore sia a volume, grazie al progetto di valorizzazione della filiera del pomodoro toscano da industria e la certificazione Igp, ma anche presentando sul mercato nuove ricette con ingredienti sofisticati e salutari.

▶ **Su quali prodotti punterete in particolare?**

In questi mesi stiamo introducendo una grande novità: a seguito degli studi condotti dalla nostra divisione R&S abbiamo introdotto il sale iodato protetto Presal® nelle ricettazioni dei prodotti a marchio 'Petti – Il pomodoro al centro' in esclusiva merceologica per la categoria conserve di pomodoro, in ottemperanza con le disposizioni del Ministero della Salute per prevenire le patologie da carenza iodica.

▶ **Che ruolo ha la comunicazione nella vostra strategia?**

Fondamentale per spingere la brand awareness e raggiungere sia i consumatori sia il trade. Abbiamo realizzato importanti campagne televisive, fino alla sponsorizzazione del Festival di Sanremo e una massiccia campagna stampa. È iniziato da poche settimane un piano di comunicazione che include anche la radio, una scelta coraggiosa, considerando che un prodotto come il nostro si presta molto di più a essere visto e assaggiato, piuttosto che 'ascoltato' o 'immaginato'. Il tutto senza trascurare il web, attraverso i social network e i nostri siti **www.ilpomodoropetti.com** e **www.pettirossoblog.com** con le ricette firmate dal nostro chef brand ambassador Max Mariola.

▶ **Quanto aumenterà l'investimento in comunicazione per il 2016 del brand 'Petti – Il pomodoro al centro'?**

Prevediamo un aumento di oltre il 40% rispetto al budget investito nel 2015. L'obiettivo è di diffondere ulteriormente la riconoscibilità del marchio e la conoscenza della nostra gamma completa con i suoi plus tra i consumatori, al contempo

L'obiettivo è continuare a crescere a doppia cifra a valore e a volume

ci proponiamo di conquistare tutte le insegne che ancora non trattano i nostri prodotti con il nostro progetto di marca che valorizza l'intera categoria. Questo perché i primi consumatori da conquistare sono proprio i buyer.

▶ **Quali sono gli obiettivi di crescita per i prossimi anni?**

Il nostro progetto più importante sarà la costruzione di un nuovo stabilimento in Toscana, vicino all'attuale che ci consentirà di incrementare notevolmente le produzioni e darà lavoro a gran parte dei lavoratori cassaintegrati delle ex Acciaierie Lucchini. Contiamo così di creare il più grande complesso dell'industria alimentare in Toscana entro i prossimi cinque anni e per questo avremo bisogno anche del sostegno delle istituzioni.

PETTI, focus sulla gamma

Per la sua linea 'Il pomodoro al centro' Petti seleziona e lavora solo pomodoro toscano proveniente dalle coltivazioni in Val di Cornia, Val di Chiana, Grosseto, bassa Maremma, campagne senesi e pisane, dove il pomodoro è particolarmente dolce, succoso e ricco di sali minerali per la vicinanza del terreno al mare. La lavorazione avviene entro sei ore dalla raccolta nello stabilimento di Venturina Terme (LI) con l'esclusivo processo a bassa temperatura che consente di conservare al meglio la fragranza, la consistenza e il colore rosso vivo del pomodoro fresco appena raccolto. L'intera filiera è certificata BIO, VeganOK, Kosher e inoltre, in esclusiva per la categoria delle conserve rosse, i prodotti contengono solo sale iodato protetto Presal®, brevettato per non perdere le sue proprietà benefiche e la quantità di iodio durante la cottura, accogliendo così le disposizioni del Ministero della Salute sulla prevenzione delle patologie dovute a carenza iodica. Il prossimo traguardo atteso è l'ottenimento della certificazione Igp per il pomodoro toscano.