

mar 12/07/2016



Andriani: l'innovazione come driver di crescita



L'innovazione è la parola d'ordine per la Andriani Spa: lo chiamano "Murgia Valley", il distretto che in Puglia, nella terra del sole e del buon cibo, sperimenta nel territorio di Gravina in Puglia nuove soluzioni "hi-tech" per l'alimentazione senza glutine e per il settore Bio con Andriani capofila. Ma non solo: il recente lancio di una nuova linea di pasta di legumi (Linea Felicia Legumi) sta facendo parlare, e non poco, rivoluzionando così il mercato pastario. Della rapida e importante ascesa dell'azienda, a radici di decennale esperienza nel settore agroalimentare, ne parla con orgoglio Francesco Andriani, Direttore Commerciale di Andriani Spa.

Qual è il trend attuale nel comparto pasta nel mercato di vostro riferimento?

E' un trend di crescita positivo e offre numerose opportunità alle aziende del settore che vogliono imporsi in un mercato potenzialmente molto interessante. Lo dimostra anche il crescente numero di individui che ha cambiato le proprie abitudini alimentari (sempre più improntate su temi salutistici), optando per il consumo di prodotti a base di cereali e simili che garantiscono una dieta più leggera ed equilibrata, non dettata solo da esigenze di salute, quali intolleranze o particolari sensibilità al glutine. Anche la GDO si sta attrezzando in tal senso, introducendo delle vere e proprie aree VEG e popolando gli scaffali di numerosi prodotti per soddisfare le molteplici esigenze dei consumatori. La pasta Felicia Bio, in particolare la Linea Legumi, è già distribuita in tutt'Italia e sta riscuotendo un buon interesse soprattutto in Area Nielsen 1 e nelle zone urbane più grandi, nelle quali è maggiore la percentuale di consumatori evoluti, alla ricerca di innovazione da portare in tavola.

Cosa vi ha spinto a diversificare la vostra produzione dal glutenfree, puntando ad un tipo di prodotto ancora più specifico?

Abbiamo individuato un bisogno e ribadito la volontà di presidiare aree di consumo a maggior valore aggiunto all'interno del segmento pasta. La nostra è una proposta innovativa che mette insieme gusto, apporto nutrizionale, resa in cottura e al palato del tutto simili alla tradizionale pasta di grano. D'altronde, crescente è la curiosità, e di conseguenza, la richiesta da parte del consumatore di testare prodotti e ingredienti nuovi e innovativi. Il marchio Felicia dispone attualmente del maggior assortimento di ricette presenti sul mercato, utilizziamo ingredienti provenienti esclusivamente da agricoltura biologica e naturalmente gluten-free quali: mais, Riso Integrale, Grano Saraceno, Quinoa, Amaranto, Lenticchie, Piselli e altro.

Da dove nasce e prende forma l'idea di una pasta di legumi?

Nasce dalla spinta innovativa che da sempre contraddistingue il nostro marchio, motore trainante per lo sviluppo di nuovi prodotti e per la crescita aziendale. Innovazione che sia coerente con tradizione, che metta i bisogni del consumatore del terzo millennio al centro del suo processo di sviluppo e che non abbia alcuna valenza "punitiva" sotto il profilo del gusto, anzi possa competere ad armi pari con il prodotto "tradizionale". La pasta della nuova Linea Legumi è un prodotto strategico su cui stiamo puntando molto e rappresenta l'ultima novità lanciata sul mercato. I formati ad oggi disponibili sono: Sedanini e Fusilli 100% farina di lenticchie rosse e Mezze Penne e Fusilli 100% farina di piselli verdi, ma stiamo già lavorando al lancio di nuovi formati. Una pasta che ripropone il gusto vero e autentico dei legumi, rigorosamente senza glutine, biologica e vegan. Il nuovo prodotto si caratterizza per essere ricco di fibre e proteine e di altri apporti nutrizionali preziosi per la salute e il benessere quotidiano. Per questo è perfetta non solo per chi è intollerante o sensibile al glutine, ma anche per chi segue una dieta vegana, per gli sportivi, per i bambini che normalmente non amano consumare i legumi e anche per chi, più in generale, conduce uno stile di vita sano ed equilibrato. È una pasta leggera e digeribile, è sempre al dente e può essere preparata seguendo ricette appetitose, all'insegna della genuinità e del benessere.

Che tipo di investimenti avete sostenuto per metter su una produzione così particolare?

L'investimento più significativo ha riguardato la realizzazione di uno stabilimento interamente dedicato alla produzione di pasta senza glutine, tra i più grandi in Europa, dove non esiste alcun rischio di contaminazione, altamente tecnologico e con sistemi produttivi ecosostenibili e all'avanguardia, garantito dall'ormai consolidata collaborazione con Buhler. Ne consegue che anche il trasporto delle farine avviene rigorosamente in cisterne dedicate, con una filiera interamente controllata e certificata. Grazie a processi tecnologici avanzati e al know how acquisito negli anni, la nostra azienda riesce a sviluppare prodotti sempre più innovativi e a rispondere prontamente alle richieste di un consumatore sempre più attento ed esigente.

Il mercato come sta giudicando in Italia e all'estero la vostra idea innovativa?

Il mercato premia l'innovazione e la trasparenza nei confronti dei consumatori. A tal proposito abbiamo sposato la logica "clean label", ovvero chiarezza e massima trasparenza nelle informazioni veicolate sui nostri packaging e nella comunicazione in generale. Ad oggi siamo presenti in più di 27 nazioni in tutto il mondo. I mercati principali per il nostro marchio sono: Italia, Stati Uniti, Canada, Francia, Regno Unito, Spagna e Scandinavia. Oggi siamo il punto di riferimento di numerosi player della grande distribuzione e contiamo circa 100 marchi gestiti tra le più prestigiose catene distributive a livello mondiale. Il fatturato è importante, segno che le scelte operate vanno nella direzione giusta.

Quali sono i vostri obiettivi di mercato, espansione e fatturato nel prossimo anno

Le prospettive di crescita e sviluppo sono decisamente favorevoli, le aziende del comparto hanno numerose opportunità per affermarsi e differenziarsi sul mercato, puntando sicuramente sulla varietà di offerta e sull'innovazione. Oggi, Andriani S.p.A. (holding dell'omonimo gruppo) è considerata tra le più importanti realtà nel settore innovation food. Tra gli obiettivi, oltre alla crescita di fatturato, prevediamo la differenziazione di assortimento di prodotti a scaffale (gluten free, bio, vegan e tradizionali) che implica l'ingresso in altri mercati quali, ad esempio, quello delle farine puntando ad un target di consumatori contemporaneo e particolarmente innovativo.

Come è cambiato il rapporto alimentazione/salute nei vostri consumatori?

I consumatori sono sempre più indirizzati a stili di vita improntati al benessere e al mantenimento della salute e, in questo contesto, a giocare un ruolo chiave sono proprio i cibi salutari. Allo stesso tempo, il consumatore attuale è sempre più sensibile alle tematiche ambientali e premia le aziende che si muovono in tal senso. Nel nostro caso, ad esempio, la pasta di legumi nasce per soddisfare le esigenze nutrizionali e di gusto del consumatore tradizionale. L'obiettivo ambizioso raggiunto dal nostro marchio è stato quello di restituire al consumatore il piacere di mangiare un piatto di pasta alternativo al tradizionale senza rinunciare al gusto. I nostri prodotti sono largamente utilizzati anche dal consumatore "tradizionale" e soprattutto da chi conduce uno stile di vita sano ed equilibrato, dagli sportivi (per il ridotto apporto calorico) e da chi segue una dieta vegana. Consumare cibi salutari non significa rinunciare al gusto: anzi, è un modo per riscoprire i sapori semplici e tradizionali degli alimenti così come la natura propone.

Si parla di Andriani Spa

online