

VANTA UN KNOW HOW MATURATO DAL 1959 A OGGI NELLA PRODUZIONE DI SOSTITUTI DEL PANE

Bottoli intercetta i gusti degli italiani e punta sulle occasioni di consumo

Elena Giordano

Dal panificio all'industria, fino alla schiacciatina fatta a mano, simbolo prima di un territorio (il mantovano) poi snack conosciuto dal paese intero: l'azienda Bottoli Industria panificazione, alla sua terza generazione, ha saputo innovare e crescere, dal 1959 a oggi, e intercettare i gusti della cosiddetta "snack generation", ossia quel target che ama sgranocchiare sostituti del pane in diverse occasioni della giornata estraendo il prodotto dalla confezione sigillata. Una ricerca Nielsen

e Ifs-International Food Standard, Bottoli è presente sul mercato con le schiacciatine in confezione famiglia da 300 g; le confezioni singole da 37,5 g per il canale vending e per gli espositori da banco per i bar. Ci sono poi la bruschetta di pane tostato lentamente dal 150 g e 500 g (bar) ai gusti rosmarino, pizza e olive; la linea Re di Quadri, piccole schiacciatine in confezione da 25 (vending), 500 g (bar) o multipack famiglia per la Gda, ai gusti di rosmarino, pizza, olive e mais. I prodotti hanno una diffusione territoriale che predilige il nord (90%), ma è forte anche al centro (75%) e al sud (50%).

LA PRODUZIONE

L'azienda produce anche private label (schiacciatine, bruschette e crostini) per circa il 35-40% dell'ammontare totale prodotto. Le schiacciatine, all'interno dello stabilimento, hanno un impianto dedicato. Sono prodotte senza strutto e per questo hanno costanza e durabilità che va dagli 8 ai 10 mesi, oltre a vantare un limitato contributo calorico. Anche per le bruschette è prevista una lavorazione specifica. Bottoli produce, inoltre, la tipica torta di Mantova della tradizione contadina, la Sbrisolona. Preparata con farina bianca e gialla, uova, burro e mandorle, prevede un processo produttivo non automatizzabile al 100%. L'azienda ha in progetto di allargare la presenza sui diversi canali. In particolare, nel vending è previsto l'inserimento di nuove referenze, nella Gda - principale canale - una maggiore profondità nell'assortimento.



Bottoli ha in progetto di ampliare il canale vending con nuove referenze

1. *Fragranza, doratura, poche calorie sono le caratteristiche principali*
2. *Obiettivo: in Gda maggiore profondità di assortimento*

afferma che nel corso del 2010 un milione e 500.000 famiglie italiane hanno consumato almeno una volta una schiacciatina Bottoli. Dalle 30.000 schiacciatine realizzate a mano dalle donne al milione e oltre prodotte oggi nello stabilimento di Mantova, il passo è stato lungo ma ben indirizzato. L'azienda conta tre stabilimenti, per una superficie totale di 18.000 mq, e un laboratorio interno per il controllo qualità. Certificata Uni En Iso 9001:2008, Brc-Global Standard for Food Safety

NUOVE FRONTIERE DELLA SCHIACCIATINA

Bottoli ha saputo seguire nel corso dei decenni i gusti dei suoi clienti, che si sono adeguati a un mutato stile di vita, più mobile e fuori casa. Oggi la richiesta del consumatore va verso una diversificazione ancora più spinta, che risponde a esigenze nutrizionali e dietetiche, con una forte attenzione alla sicurezza alimentare. Vanno in questo senso i progetti che riguardano la produzione della schiac-

ciatina ai cereali, caratterizzata da un forte contenuto di fibra, e della schiacciatina alla farina di kamut (che verrà presentata a settembre). L'azienda ha, nei desiderata, anche la realizzazione della schiacciatina senza glutine che, per le esigenze dei potenziali consumatori, richiede particolari accorgimenti tecnologici-produttivi. Proprio per questo è in fase di test un impianto ad hoc.

LA COMUNICAZIONE

Recentemente Bottoli ha realizzato una nuova campagna stampa, abbinata al rifacimento del sito web *Bottoli.com*. Le immagini sono state affidate a fotoreporter nazionali e internazionali per raccontare momenti tipici dell'italian life style insieme a viaggi in paesi lontani (Siberia, Cina, Stati Uniti, Etiopia) dove la schiacciatina viene gustata nelle diverse occasioni (divertimento, allenamento, lavoro, sport, viaggio). Presenti su testate verticali, d'intrattenimento e cucina, le pagine pubblicitarie saranno sostenute nel punto di vendita con esposizioni preferenziali e volantini.

DIVERSIFICAZIONE

13 mio di € il fatturato 2010

50 i dipendenti



- Tecnologia applicata alla lavorazione tradizionale
- Ampliamento della gamma schiacciatine



- Portafoglio prodotti ridotto