L'impegno di Conserve Italia per la ripartenza del settore horeca

rosetti-yoga-b4c2552d

Un succo di frutta al bar. Non è che una delle tante abitudini che gli italiani sono stati costretti ad abbandonare in queste settimane di lockdown, con pesantissime ripercussioni per il settore Horeca (20 miliardi di euro di mancato giro d'affari in tutta la filiera è la stima delle associazioni di categoria). Ma in vista della riapertura degli esercizi pubblici, Conserve Italia (proprietaria di marchi storici e leader nel mercato come Yoga, Derby Blue, Valfrutta e Cirio) lavora ad un piano di ripartenza che coinvolga tutta la filiera dei consumi fuori casa.

"La priorità adesso è definire una strategia per la ripartenza del settore Horeca, alla luce delle nuove condizioni in cui sarà possibile operare", spiega **Pier Paolo Rosetti**, direttore generale del Consorzio cooperativo bolognese. *"La vicinanza ai nostri partner è massima: forniamo prodotti a una rete di oltre 900 aziende di distribuzione che oggi si trovano in piena crisi, con importanti perdite economiche e incapacità di assolvere i pagamenti. Non abbiamo alcuna intenzione di abbandonarle. Anzi, siamo al loro fianco e vogliamo aiutarle a ricominciare appena possibile. Confidiamo che anche le istituzioni possano dare il loro contributo a questa ripartenza, innanzitutto con misure finalizzate a favorire una gestione oculata del credito lungo tutta la filiera, senza la quale è impensabile ipotizzare una reale ripartenza. Occorre tutelare tutti gli attori del mondo Horeca, evitando che qualcuno venga penalizzato, a partire paradossalmente proprio da chi è in grado di fornire maggiori garanzie al mondo bancario".*

"Questa contingenza straordinaria – continua Rosetti - *ci ha obbligato a rivedere l'operatività delle nostre linee di produzione sia dei succhi di frutta che delle conserve di pomodoro e dei vegetali destinati a bar, ristoranti, alberghi, catering ed esercizi pubblici in generale, con momentanei fermi turno e rallentamenti produttivi che hanno generato costi aggiuntivi rispetto alle nostre produttività standard. Ma ora, in vista della riapertura dei locali, siamo pronti a ripartire seguendo le nuove esigenze del mercato, e come Total Horeca Company sentiamo la grande responsabilità di contribuire*

a rivitalizzare un settore che è parte della nostra storia e del nostro dna”.

“In questo momento è molto importante dare segnali di fiducia per il futuro, soprattutto da parte di un’azienda leader come la nostra – dichiara il direttore commerciale Horeca **Pier Franco Casadio**. *Sarà indispensabile puntare ancor più sulla leva della comunicazione, sia agli operatori nostri partner che ai consumatori, sottolineando la materia prima 100% italiana delle nostre referenze tradizionali che sono il risultato di una filiera di assoluta qualità, che va dal seme alla mescita, garanzia di prodotti sani e controllati”.*

Secondo Casadio, la ripartenza per bar e ristoranti vedrà un settore profondamente cambiato sia nella numerica degli attori che nelle tipologie dei prodotti trattati. *“Per questo motivo – aggiunge – stiamo mettendo in campo nuovi progetti e nuove strategie commerciali e di marketing che puntino sulla nostra vasta offerta di prodotti e formati. Sarà una proposta molto ampia e variegata, che vorremmo declinare anche con soluzioni dedicate al food delivery e con idee che tengano conto delle nuove esigenze di distributori e gestori”.*