Olitalia, la marca preferita dagli chef italiani

olitalia-la-buona-cucina-gira-intorno-a-un-grande-olio-2000px-b84ab5b2

Olitalia, azienda italiana specializzata nella produzione di oli e aceti, leader in Italia nel canale Food Service, è la marca preferita dagli chef italiani. Secondo l'ultima ricerca realizzata da Nielsen, tra marzo e settembre 2020, Olitalia è percepito dai rispondenti come un brand in grado di soddisfare le più diverse esigenze ristorative. In particolar modo vengono apprezzate la qualità dei prodotti, la chiarezza dell'assortimento e l'innovazione, specie per quanto riguarda prodotti come i Dedicati, la prima linea di olii extra vergini dal profilo organolettico pensati appositamente per rispondere alle diverse esigenze in cucina e creata per accompagnare piatti di carne, pesce, verdure, pasta e pizza.

L'azienda ha chiesto a Nielsen di replicare una ricerca, già svolta nel 2014 e nel 2017, per rilevare le marche di olio più utilizzate nelle cucine e sulle tavole degli esercizi commerciali del canale Ho.Re.Ca. Così, è stato chiesto ad un campione rappresentativo di 600 responsabili acquisti, agenti e grossisti quali marche di olio acquistassero per uso in cucina e come condimento da tavola, nei ristoranti, pizzerie e hotel con servizio cucina, riservando particolare attenzione a quelle utilizzate per friggere. Contestualmente, è stato chiesto loro quali fossero i driver che spingono alla scelta di un olio piuttosto che un altro ed il grado di soddisfazione.

L'esito della ricerca conferma che Olitalia è la marca di olio più acquistata nel settore, registrando il più alto indice di fedeltàe di stabilità alla marca; dato ancor più significativo, se si tiene conto di un contesto in cui questa risulta in calo per la maggior parte dei player di mercato. L'olio Olitalia è, infatti, quello più apprezzato e acquistato sulla base della qualità, anche per quanto riguarda l'olio per friggere, dove la scelta ricade maggiormente su Frienn, l'olio per frittura 100% italiano, completamente privo di olio di palma, prodotto con olio di semi di girasole ad alto contenuto di acido oleico (80%) e aggiunta di antiossidanti (tocoferoli ed estratto di rosmarino). Dalla ricerca di Nielsen inoltre è emerso che Olitalia, coniugando tradizione e innovazione, ha raggiunto ulteriori obiettivi legati alla chiarezza espositiva delle etichette, alla qualità del prodotto, all'ampiezza dell'assortimento e all'organizzazione del sistema logistico.

Il grado di soddisfazione per i prodotti Olitalia risulta ulteriormente cresciuto rispetto all’ultima ricerca di Nielsen, condotta nel 2017, a conferma dell’impegno dell’azienda a diventare brand di riferimento in Italia sia nel mondo della ristorazione che del consumer. Un impegno che l’azienda porta avanti da anni attraverso relazioni di valore e un dialogo costante con il mondo della ristorazione, grazie alle collaborazioni attive con i migliori professionisti e associazioni di settore italiane ed internazionali.