Salvatore Mascaro prende le redini del Trade Marketing di Ferrarelle

20240509092520fotomascaro-1-db1f01cc

Salvatore Mascaro è diventato Head of Trade Marketing di **Ferrarelle**, società benefit dal 2021 e quarto player nel settore delle acque minerali in Italia.

La sua carriera lo ha visto lavorare nell'area commerciale in diverse multinazionali come Barilla, Birra Peroni e Coca-Cola HBC Italia, in contesti di vendita come la gestione di clienti nazionali GDO e Wholesalers, e a progetti di Route to Market nel **canale Horeca**. Ora porta con sé la sua esperienza per contribuire al raggiungimento dei traguardi aziendali di Ferrarelle. "*Sarà stimolante attivare al loro massimo potenziale brand premium con un heritage importante in un mercato fra i più grandi del mondo, caratterizzato da alta competitività e da consumatori informati ed esigenti",* ha commentato Mascaro in una nota stampa.

GLI OBIETTIVI: BAR, RISTORAZIONE PREMIUM E SOSTENIBILITA'

Tra gli obiettivi del suo incarico, la creazione di iniziative di valore aggiunto per i clienti nei canali retail ed away from home, oltre a **migliorare la visibilità di Ferrarelle nei punti di consumo**. "*I bar sono sempre più segmentati e nella ricerca di un proprio posizionamento* - ha spiegato a *Mixerplanet* il manager -*. Ferrarelle vuole essere loro partner in questa nuova posizione di valore per i consumatori. È proprio in questa direzione che si colloca il lancio di Maxima, l'acqua decisamente frizzante, e delle bibite premium – Aranciata, Limone e Gassosa".*

Inoltre, Mascaro spiega **il valore che la sostenibilità ha per l'azienda**: "Per *far fronte a consumatori sempre più informati ed esigenti rispetto alle caratteristiche dei prodotti, soprattutto in ambito di sostenibilità, Ferrarelle è tra le aziende leader nell'uso del pet riciclato, raggiungendo il 100% nei formati on the go".*

Il manager sottolinea anche **l’importanza dei distributori:** “*Il mercato dell’away from home è in continua evoluzione e la sfida principale è intercettare i nuovi trend e anticiparli. Tra le politiche commerciali e di marketing che metteremo in atto, rientra il* ***potenziamento del sell out per garantire una maggiore copertura sul mercato presidiando la ristorazione premium***. *Vogliamo lavorare in modo più sinergico con i nostri grossisti partner per co-creare valore*. E*, la distribuzione delle bibite Ferrarelle rappresenta la nostra sfida più importante per la stagione estiva insieme alla creazione di eventi nelle località turistiche e città italiane”.*