

NUOVA DISTRIBUZIONE

"Gabriele Webber Responsabile Centro Operativo Trentingrana"

DATA PUBBLICAZIONE

12

2009

pag.1

Gabriele Webber

Responsabile Centro Operativo Trentingrana

Il 2009 è ormai giunto alla fine: come avete vissuto ed attraversato questa fase storica particolarmente critica?

"È stato un anno particolarmente difficile per la crisi internazionale che ha fatto sentire il suo effetto a livello trasversale, in tutti i settori. Una politica commerciale accorta, il costante investimento in comunicazione e una produzione ridotta, hanno



aiutato a mantenere il posizionamento raggiunto anche in questo difficile contesto e ci permettono oggi di guardare al futuro con una certa fiducia".

Il 2010 si addensano molte aspettative: dal vostro particolare osservatorio, intravedete già segnali di ripresa, o pensate che la crisi sia destinata a durare ancora?

"Il 2008 per noi è stato un anno complessivamente positivo e abbiamo previsioni che il 2009 registrerà un prevedibile calo ma in-

feriore rispetto alla media generale del mercato e ad alcune allarmistiche previsioni. Questo è un momento delicato in cui molte cose si stanno definendo e in cui è possibile vedere i primi spiragli di una imminente ripresa. Per questo e anche per i buoni riscontri che stiamo ricevendo, ultimi quelli in fiera ad Aruga dove abbiamo avuto importanti conferme e buoni contatti, abbiamo fiducia che il 2010 sia un anno positivo per Trentingrana".

Con'è cambiata, o come cambierà, la strategia della vostra azienda a seguito dei cambiamenti impressi al mercato dalla crisi?

"Come detto il nostro atteggiamento è e sarà di sostanziale conferma delle attività e delle scelte che abbiamo fatto in questi anni perché si sono dimostrate premianti e ci hanno permesso di raggiungere un preciso posizionamento. Anzitutto la partecipazione alle più importanti fiere di settore - Cibus ed Aruga su tutte -, e poi l'investimento pubblicitario sul mezzo televisivo che anche per il 2010 sarà intorno al 2/2,5% del fatturato. Da anni siamo 'partner' di Livea Verde, trasmissione scelta non solo per il grande ascolto che inmancabilmente registra, ma anche per la grande affinità a livello di contenuti. Infine continueremo, come sempre, il prodotto con azioni dirette di promozione sulla Cdo. Il nostro modo di affrontare la crisi e di emergere da queste difficoltà è, in sostanza, quello di rimanere fedeli a noi stessi, al nostro core-business e alle nostre scelte di marketing, atteggiamento che per ora ci sta dando ottimi risultati".