

Maggio 2014

FOOD

SPECIALE CIBUS

Luciana Mosconi, obiettivo crescita

CON UN +21,3% RISPETTO AL FATTURATO 2012, L'AZIENDA SI CONFERMA LEADER NEL SEGMENTO PREMIUM DELLA PASTA ALL'UOVO SECCA, CON UNA QUOTA DI MERCATO VOLATA AL 10,2%

Continua a macinare ricavi il gruppo Luciana Mosconi, che ha archiviato il 2013 con 20 milioni di euro di fatturato. Un nuovo importante traguardo che ha segnato una crescita del +21,3% rispetto al 2012 per il pastificio di Matelica (Mc). Nota per l'alta qualità dei suoi prodotti e per l'impegno sul fronte dell'ecosostenibilità, l'azienda consolida la sua posizione di leader nella fascia premium della pasta

CO₂ SOTTO CONTROLLO

Il 2013 è stato un anno significativo anche per la conclusione del progetto riguardante il calcolo dell'impronta ambientale delle tagliatelle pasta all'uovo secca da 250 g e 500 g - messo in cantiere dall'azienda di Matelica con il ministero dell'Ambiente -, che ha portato alla loro compensazione per i quantitativi correlati ai processi di produzione, distribuzione, stoccaggio, utilizzo e smaltimento, tramite l'acquisto di crediti di carbonio per il progetto Kariba REDD+ di riforestazione in Zimbabwe. "L'intesa con il dicastero - continua Pennazzi di Pastificio Mosconi - ci ha dato l'opportunità di valorizzare il nostro impegno ecosostenibile: oggi il consumatore finale è più sensibile e attento alla salvaguardia dell'ambiente e all'importanza dell'alimentazione sana e di qualità; tutte le sue scelte sono accuratamente ponderate, soprattutto in campo alimentare per ricercare prodotti non solo buoni a livello di gusto, ma anche di materia prima. Luciana Mosconi garantisce ai suoi consumatori proprio questo: qualità a 360°".

98 SPECIALE CIBUS Maggio 2014

all'uovo secca. Nel totale del mercato pasta all'uovo secca (per + super + ls) Luciana Mosconi ha infatti registrato un +24,4% a valore (contro un -2,4% a valore dell'intero settore) mentre la quota di mercato è volata dall'8% al 10,2 per cento. Per il 2014, il brand Luciana Mosconi è deciso ad acquisire ulteriori quote, con la previsione di raggiungere una crescita complessiva del fatturato del 27%, così ripartita: 15% dalla presenza sul mercato italiano con linee storiche di prodotto, 5% da new entry di gamma (due versioni di pasta all'uovo secca, al farro e integrale, e la sfoglia per lasagne all'uovo) e 7% dall'attivazione di nuovi progetti all'estero. "Nel 2013 la nostra azienda - afferma **Marcello Pennazzi, amministratore delegato di Pastificio**

+21,3%

CRESCITA A VALORE DEL PASTIFICIO DI MATELICA (MC) NEL 2013

Mosconi - ha inoltre consolidato nel Centro Italia la posizione di leader assoluto nel mercato pasta all'uovo secca lunga, con un 27,1% di quota a valore e l'obiettivo per il 2014 è svilupparci ulteriormente attraverso azioni mirate di marketing strategico, guidate dai plus qualitativi di prodotto e dalle buone pratiche ambientali, che ci hanno permesso di ottenere incrementi notevoli anche in nicchie di settore. Un esempio è il mercato della pasta all'uovo secca per brodi e minestre, dove in tre anni di presidio siamo cresciuti vertiginosamente. Basti pensare che solo nell'ultimo anno abbiamo registrato un +180% a valore rispetto al 2012, a fronte di un -1,12% dell'intero settore italiano". Importanti traguardi economici ottenuti attraverso investimenti mirati a preservare l'eccellenza organolettica, la genuinità dei prodotti e lo sviluppo sostenibile. Tutti ingredienti di successo, ai quali, da inizio 2013, si è affiancata un'intensa campagna di comunicazione nazionale atta a valorizzare la qualità del prodotto.

