



Luciano Martini (al centro) affiancato da Maurizio Raggi (direttore business unit gelateria Unigrà) e Graziano Graziani (direttore vendite Italia)

## Martini Linea Gelato

L'obiettivo era chiaro sin dall'inizio: diventare punto di riferimento del settore. E nonostante le insidie di un mercato sempre più competitivo e selettivo non c'è da stupirsi degli importanti risultati raggiunti nell'arco di appena un paio di stagioni da Martini Linea Gelato, il nuovo brand che contraddistingue la gamma di prodotti per gelateria di Unigrà. Alla regia del progetto c'è infatti una delle

aziende leader dell'industria alimentare italiana, nata nel 1972 dall'ingegno di Luciano Martini, imprenditore che ha sempre fatto dell'innovazione il segreto del suo successo. Tra le sue principali intuizioni la scelta pionieristica di iniziare a lavorare gli oli vegetali, entrando poi nel mercato delle margarine facendo dell'enorme quartier generale di Conselice, in provincia di Ravenna, la prima

raffineria di olii e grassi vegetali del bacino del Mediterraneo. Poi un ulteriore passo in avanti con la nascita, ad inizio degli anni Ottanta, del marchio Master Martini, che diventa in breve tempo riferimento in pasticceria, grazie a creme spalmabili e creme vegetali, che vanno ad arricchire l'offerta dei prodotti. Unigrà continua la sua crescita e si rafforza, arrivando anche nella Gdo e sulle tavole dei

consumatori di tutto il mondo: prima con private label per i marchi leader del settore, e poi direttamente con il suo marchio OraSi, legato a prodotti di origine vegetale e con un portfolio prodotti in continuo ampliamento. Oggi il gruppo Unigrà è un colosso da 640 milioni di fatturato annuo e oltre 850 dipendenti in grado di raggiungere 100 Paesi, con 17 filiali sparse per il mondo e con una presenza

ormai capillare: una realtà multiprodotto e multicanale, con il marchio Martini Linea Gelato che si è recentemente aggiunto a Master Martini, Gif, Martini Food Service e OraSi. Ma dove nasce l'idea di puntare sul gelato artigianale? E' lo stesso Luciano Martini a raccontarcelo: "E' stato mio figlio Pierluigi (ex pilota di Formula 1, ndr) a pensarci per primo, spinto dalla ricerca di ulteriori spazi di innovazione.

Abbiamo deciso quindi di attrezzarci per andare incontro all'artigiano, mettendogli a disposizione prodotti di qualità non solo per la pasticceria, ma anche per la gelateria. Sono sempre di più, infatti, le pasticcerie che fanno anche gelato, e viceversa. Le conoscenze e la forza produttiva le abbiamo, si tratta di applicarle anche a questo ampliamento di business".

## Martini Linea Gelato



La decisione di entrare con decisione nel comparto della gelateria artigianale ha spinto Unigrà a dare vita a nuove linee di produzione: prima è stata la volta di un reparto per la lavorazione di pistacchi, nocciole e mandorle dove prendono forma le relative paste, poi di un reparto per la produzione di basi in polvere, e poi ancora un impianto dedicato alla produzione di paste aromatizzanti e variegati.

“Tra i nostri plus c’è quello di essere un’azienda completa, che produce direttamente ciò che vende - spiega Graziano Graziani, direttore vendite Italia e parte dell’esperto gruppo manageriale scelto dalla famiglia Martini per guidare la nuova linea -. Siamo giovani, ma possiamo contare su

un assortimento davvero completo: nell’arco di un anno ci siamo messi in pari con l’offerta dei nostri maggiori competitor. Possiamo contare su tre impianti dedicati esclusivamente alla gelateria, e quello per le basi in polvere conta tre linee in grado di realizzare basi latte, cioccolato e frutta, quest’ultime due totalmente milk free”.

Tanta innovazione, quindi, per una realtà che punta a garantire qualità al miglior prezzo, aiutando il gelatiere nel suo lavoro ma lasciando spazio al suo estro artigiano: “Le nostre basi liquide, per esempio, permettono di bypassare la fase di pastorizzazione e omogeneizzazione, ma per completare l’opera il gelatiere deve intervenire con la propria ma-

estria in laboratorio - continua Graziani -. E non vogliamo di certo fermarci qui: l’obiettivo è quello di puntare a breve su nuovi prodotti e materie prime, creando brand che possano essere ben riconoscibili dal mercato”. Un obiettivo, questo, già raggiunto in pieno dalle quattro macro categorie di prodotti che ad oggi compongono il cuore dell’offerta di Martini Linea Gelato:

“Stiamo lavorando e investendo anche per rafforzare e comunicare il marchio Martini Linea Gelato a livello di marketing, attraverso molteplici iniziative: packaging, fiere ed eventi, iniziative promozionali, senza dimenticare il web e i social media. Abbiamo inoltre identificato i nostri cavalli di battaglia, cre-

ando brand ad hoc per queste linee di prodotto: Le Brunelle, Diamante e Aymara”, illustra il responsabile marketing Mario Solinas. “Con le loro 17 versioni le Brunelle rappresentano una delle gamme più ampie di creme spalmabili per gelateria: ora sono disponibili anche con inclusioni croccanti di biscotti o cereali nelle vesti di Brunelle “Crock” e presto saranno ancora di più - precisa Gianluca Frassoldati, product manager -. Diamante rappresenta la nostra gamma di paste di nocciole e di pistacchio, realizzate in un impianto dalla tecnologia avanzata: sono disponibili in tante varianti di gusto e colore, anche in versione “Pesti”. Con questa linea puntiamo a diventare un vero riferimento del mercato, forti della risposta già più che positiva da parte dei nostri clienti. Lo stesso obiettivo è fissato per Aymara, la gamma del cioccolato che ci permette di qualificare ulteriormente il nostro mercato: parliamo di cacao, basi in polvere in diverse varianti di gusto, e kit che prevedono l’utilizzo di dischi di cioccolato

fondente monorigine, un plus importantissimo che può essere offerto solo da chi, come noi, può contare su un impianto ad hoc per produrlo”. Unigrà, del resto, ha il cioccolato nel suo Dna, e non poteva che trasferire la sua decennale esperienza anche nel campo della gelateria artigianale, con l’obiettivo di diventare punto di riferimento internazionale. Tra le oltre 350 referenze a catalogo ci sono poi le nuove basi in polvere per i gusti frutta, senza emulsionanti e in linea con i nuovi trend salutisti verso un’etichetta pulita, in grado di soddisfare anche chi soffre di intolleranze alimentari. Tutte le potenzialità di Martini Linea Gelato sono rappresentate sul territorio italiano da una rete di vendita capillare, con oltre 60 agenti, 5 capi area e 5 tecnici esperti che garantiscono un puntuale servizio di assistenza alla clientela: “Cliente, Qualità e Persone sono le tre parole d’ordine della nostra attività. Puntiamo a instaurare rapporti di fiducia tra uomini, prima che di vendita - il pensiero di Maurizio Raggi, direttore business unit gelateria di Unigrà -.

Possiamo affermare con convinzione che la nostra qualità è già riconosciuta ai massimi livelli e che abbiamo tutte le armi necessarie per affrontare questa sfida: anche all’estero, dove le strutture commerciali del gruppo ci garantiscono solide e qualificate basi”.

Germania, Grecia, Spagna, Francia, Polonia sono solo alcuni dei primi mercati raggiunti dai sempre più apprezzati prodotti di Martini Linea Gelato:

“Il nostro focus principale è quello di instaurare rapporti non solo commerciali, ma anche umani, con i nostri nuovi clienti, distributori e partner, garantendo loro soluzioni e servizi - conclude Raggi -. Questo grazie alla qualità dei prodotti, ma soprattutto a tutte le donne e gli uomini che lavorano quotidianamente in azienda con impegno ed entusiasmo, per raggiungere i migliori risultati. Risultati che ci stanno premiando, visto che abbiamo già raggiunto i numeri di aziende già affermate da anni sul mercato. Risultati tanto ambiziosi, quanto - siamo convinti - alla nostra portata”.

