# Mavi Drink: un portafoglio prodotti completo e numerose novità

immaginepermixer-3f960dac

L'alta qualità raggiunta da Mavi Drink si fonda sull'accurata selezione delle materie prime utilizzate, sull’attenta gestione dei cicli produttivi fortemente automatizzati, sull’attenzione alle norme igieniche dei prodotti e sulla moderna gestione dei processi. *“Cerchiamo di operare con la massima professionalità e disponibilità, servendoci di tecnologie avanzate, servizio assistenza clienti snello e strutturato ed una gestione della logistica moderna ed efficiente* – spiega **Gianluca Avallone**, Direttore Commerciale dell’azienda partenopea - Ci consideriamo un partner affidabile per la nostra esigente clientela.

ettore-diana-e-gianluca-avallone-rg-degirolamo**Mavi Drink è diventato un punto di riferimento in Italia nella produzione di liquori e distillati. Raccontiamo come nasce l’azienda, dove è ubicata e come opera sul territorio…**
L’azienda nasce nel 2008 da una nostra intuizione, mia e di altri soci, tutti con importanti esperienze in questo settore. La nostra azienda, con sede a Napoli, produce nel moderno stabilimento di Caserta oltre 8.000 bottiglie al giorno, coniugando la qualità artigianale tipica delle migliori produzioni italiane con una moderna gestione della produzione e della logistica. Lo stabilimento che vanta un’area produttiva di 1500 mq, oltre ad aree dedicate al deposito e agli uffici, sorge nell’area industriale di Caserta, un posto atipico rispetto alle aree industriali alle quali siamo abituati, è infatti circondato dal verde e dista solo 2 km dalla Reggia di Caserta. L'alta qualità raggiunta dalla Mavi Drink si fonda sull'accurata selezione delle materie prime utilizzate, sull’attenta gestione dei cicli produttivi fortemente automatizzati, sull’attenzione alle norme igieniche dei prodotti e sulla moderna gestione dei processi. Il controllo qualità, nato dalla precisa filosofia aziendale volta alla costante soddisfazione del cliente, è svolto attraverso le più moderne metodiche analitiche presso il laboratorio interno dell’azienda e con il supporto di strutture esterne ufficiali e certificate. Cerchiamo di operare con la massima professionalità e disponibilità, servendoci di tecnologie avanzate, servizio assistenza clienti snello e strutturato ed una gestione della logistica moderna ed efficiente. Ci consideriamo un partner affidabile

per la nostra esigente clientela.

**Com’è organizzata la forza vendita?**
Ci serviamo di una rete vendita altamente specializzata nei canali Horeca e Superhoreca, costruita con un lungo lavoro di ricerca e selezione, che ancora non abbiamo portato a termine. Attualmente, infatti, ricopriamo gran parte della Penisola, ma restano ancora alcune aree da presidiare, e nelle quali siamo consapevoli, c’è la necessità di aggiungere risorse. Tuttavia spesso riceviamo in azienda richieste direttamente dai gestori di attività commerciali, che magari hanno avuto modo di provare i nostri prodotti in fiera o durante gli eventi AIBES. La rete vendita è organizzata su base regionale o provinciale, dipende dai singoli casi, così come alcune aree sono controllate da un capoarea al contrario di altre che sono direttamente seguite dal management aziendale. Nell’ultimo anno stiamo avviando una sperimentazione con risorse che svolgono attività di supporto al sell out e di affiancamento presso i nostri migliori distributori

**Avete un portafoglio prodotti davvero importante. Coprite tutte le categorie merceologiche?**
Per quanto riguarda la linea FiveSenses, dunque quella dedicata alla Mixology, al banco bar in senso stretto, ci fregiamo del vanto di riuscire a coprire quel che serve all’American Bar quasi al 99%; sono veramente pochi i prodotti che al momento non fanno parte della nostra offerta, e su alcuni stiamo già lavorando; e a completamento di questa linea, stiamo proponendo anche polpe, succhi e zuccheri, proprio per consentire al Bar di rivolgersi ad un fornitore ed un’azienda unica. Con la linea Medulla, al momento, proponiamo alcune tra le più importanti tipicità italiane, dal limoncello alle grappe, passando per il mirto o le creme liquore e per il nostro premiato amaro Roboris.

**Entriamo nel vivo dei vostri marchi…**
Si, come già accennato, stiamo operando con i Brand Five Senses e Medulla. Five Senses è la linea di prodotti pensata per il bartender moderno, ma anche per le enoteche e la GDO, dal look moderno ed impattante e spesso pensati proprio in collaborazione con gli esperti di settore, per affinarne le caratteristiche e migliorarne la resa in miscelazione. L’ampissima gamma FiveSenses spazia dai prodotti di comune uso all’american bar ad una attenta selezione di super premium d’importazione Tra i brand di questa linea, maggiormente riconosciuti, vi sono: Vodka Norvik, Gin Jodhpur, Misaki e Ron Palma Mulata. A completamento di questa linea c’è Dr.Bar, con la quale offriamo le polpe, i succhi e gli zuccheri, indispensabili per la creazione dei cocktail classici e di tendenza. La linea Medulla, invece, completamente rivista e perfezionata, durante quest’anno è la tradizione rivisitata in chiave moderna, con un look giovanile e una ricetta classica e raffinata. Nell’ampia gamma sono presenti le tipicità italiane come le grappe, il Mirto, L’oro Magico, liquore tipico beneventano e i pluripremiati Amaro Roboris, il Limoncello di Procida e il Dolce Nera.

**Five Senses rappresenta per voi la punta di diamante. Che tipologia di prodotti sono raccolti sotto questo marchio?**

Five Senses è una vera e propria collezione di prodotti nazionali ed internazionali, che riesce a soddisfare quasi integralmente le richieste dei bartender. Tutti i prodotti che nascono nel nostro stabilimento di Caserta, sono stati pensati e perfezionati in collaborazione con alcuni dei più importanti professionisti del settore, penso al Parfait Amour, sviluppato con e per Ettore Diana, e con il quale lo stesso ha poi vinto il mondiale IBA, l'ultimo vinto da un italiano. Quando parlo di sviluppo, non faccio riferimento al solo contenuto ma anche del contenitore, nel senso che i nostri vetri personalizzati, sono ideati per facilitare il lavoro del bartender, per esempio per migliorarne la presa. Allo stesso tempo abbiamo fatto delle scelte ben precise sui prodotti di importazione, valutando attentamente i nostri partner ed i loro prodotti. Siamo distributori di Ron Palma Mulata, che è sicuramente il rum più amato dai cubani, e che è di proprietà della Tecnozucar, che detiene l'80% del mercato interno dei derivati della canna da zucchero. Stesso discorso per Zignum, il mezcal da miscelazione prodotto da Casa Armando Guillermo Prieto, la più grande distilleria al mondo di Mezcal.

**Che tipo di attività di marketing sono legate a questo brand?**

Fondamentalmente le nostre attività di marketing sono tutte rivolte ai professionisti del settore, anche perché questi costituiscono la gran parte della nostra clientela. Dunque abbiamo un ufficio stampa che cura i nostri rapporti con la stampa di settore e che si occupa di organizzare per noi, in collaborazione con l'ufficio marketing interno, eventi e momenti di aggregazione e studio, dedicati sia alla stampa che ai professionisti del bar. Per i giovanissimi, inoltre, abbiamo ideato il concorso "Mix Factor – alla ricerca di nuovi talenti nell'arte della Mixology" che ci consente di coinvolgere quelli che saranno i futuri barman, e che sono meno legati ai brand storici e che con curiosità sono disposti a valutare le nostre proposte di qualità. Inoltre, partecipiamo ad alcune delle fiere più storiche del settore come il Vinitaly o il Cibus, e ci stiamo interessando sempre più a tanti altri piccoli eventi che di anno in anno stanno nascendo. Ci sono, poi, tutte le attività di trade marketing, di personalizzazione di locali, di studio e di inserimento di materiali POP e POS. Infine, c'è tutta la parte di comunicazione online e digital, attraverso i nostri canali social, molto attivi e il nostro sito internet.

**Quali sono le novità Five Senses in programma?**

Vorrei dire nessuna, ma in realtà siamo un'azienda in continua evoluzione e non ci fermiamo mai! Come detto, abbiamo da poco inserito Zignum e siamo già pronti al lancio di 3 nuovi prodotti. Da questo mese (novembre) saranno infatti disponibili i Bourbon Kentucky Jack e Kentucky Jack Honey, il primo tra l'altro era già presente nei nostri cataloghi, ma è leggermente svecchiato nell'etichetta, pur mantenendo un'impronta classica tipica di questi prodotti, mentre il Bourbon al miele è una vera e

propria chicca. Inoltre, presenteremo la nuova veste di Vodka Norvik Triple Distilled, la vodka di importazione, imbottigliata nel nostro stabilimento, con la quale abbiamo vinto la medaglia di bronzo al San Francisco WSC. Proprio per festeggiare questo importante riconoscimento, abbiamo pensato ad una nuova etichetta, più preziosa e moderna. Ci siamo riusciti dopo oltre 6 mesi di duro lavoro, ma riteniamo di aver raggiunto un ottimo risultato. Sicuramente inseriremo nel corso del 2017 almeno altre tre novità, ma preferisco non sbilanciarmi…

**Parliamo di Medulla. Che prodotti avete sotto questo marchio?**
Direi che si può pensare a Medulla come una vera e propria azienda che opera in parallelo al mondo Five Senses. Con questo brand proponiamo solo ed esclusivamente prodotti che nascono nel nostro stabilimento, tutti di altissima qualità e tutti con un look raffinato e moderno, ed un rapporto qualità-prezzo invidiabile. Medulla è una collezione di prodotti tipici della liquoristica italiana, abbiamo ben 7 liquori cremosi, tra cui il pistacchio e la nocciola, molto di moda in questo periodo, l'agrumino, un prezioso mix di agrumi ed uno dei primi prodotti dell'azienda tratta da una vera ricetta familiare dell'isola di Procida, l' Oro Magico, il tipico liquore di benevento ed il Mirto il tradizionale liquore sardo. Inoltre abbiamo i pluripremiati Amaro Roboris e il Limoncello di Procida, il nostro prodotto più performante e sicuramente maggiormente rappresentativo dell'azienda, e Dolce Nera, il delizioso liquore di liquirizia. Infine, ben 6 grappe, una bianca, una Riserva18 mesi e le quattro monovitigno nazionali, prosecco, chardonnay, moscato e pinot.

**C'è anche una selezione di prodotti superpremium?**
Si, sono tanti i prodotti Super Premium che arricchiscono l'offerta Five Senses, nel corso degli anni abbiamo valutato e inserito alcune referenze di altissima qualità. Diversi sono i parametri che valutiamo prima di sposare un nuovo progetto, innanzitutto la qualità del prodotto, distribuiamo fondamentalmente solo i prodotti premiati ai più importanti concorsi di settore, come il San Francisco WSC, il Brussels Spirits Award, o l'IWSC. Poi valutiamo il look del prodotto, che deve essere moderno e raffinato, in linea con quella che è la nostra filosofia, e infine la solidità o la storicità dei produttori. Tra questi ci sono diversi prodotti che non hanno nulla da invidiare ai più blasonati tra i competitors, per esempio Gin Jodhpur, medaglia d'oro 2011 a San Francisco, che si presenta in un'elegante bottiglia interamente serigrafata e che si distingue per le sue 13 botanicals e le 4 distillazioni, e Jodhpur Reserve, la versione invecchiata del Gin Jodhpur, premiato con medaglia d'oro per il prodotto e con doppia medaglia d'oro per il "package design" a San Francisco. Insieme a Jodhpur la Vodka Krova, l'originale vodka polacca, già medaglia d'oro 2011 a San Francisco e Vodka dell'anno nel 2014. Questi sono solo alcuni esempi, ma tanti altri prodotti meriterebbero di essere citati, mi riferisco per esempio al Ron Relicario, al Zignum Anejo o al Whisky Glen Silver's. Inoltre abbiamo delle

proposte premium anche per quanto riguarda la linea Medulla, e in particolare due verianti della grappa stravecchia 18 mesi, disponibile in formato da 70 cl in una splendida bottiglia decanter con tappo in legno e confezionata in una cassetta in legno italiano e interni in raso, e la versione magnum da un litro e mezzo con astuccio in tela ed incisioni in oro.

**Lo scorso anno vi siete cimentati in un concorso in cui avete coinvolto l'Aibes e i suoi barman. Quanto è importante per voi la mixability?**
Quest'anno proporremo la terza edizione di MixFactor, che come abbiamo già accennato è un concorso che si rivolge solo ed esclusivamente ai bartender più giovani e che si stanno affacciando al complicato, quanto affascinante, mondo della mixology. In realtà, il concorso premiava il vincitore con un corso AIBES di primo livello, proprio per valorizzare la risorsa con un corso professionalizzante. I concorrenti che sono arrivati in finale hanno dimostrato tantissime qualità, molti, nonostante la giovanissima età, avevano maturato già importanti esperienze, ma spesso apparivano agli occhi dei grandi professionisti AIBES, come Ettore Diana, ancora un po' acerbi, dunque il corso potrebbe dar loro un importante contributo per crescere sotto tutti i punti di vista. Inoltre, i vincitori continuano a collaborare con l'azienda, oltre a costituire parte integrante della giuria dell'edizione successiva, si cimentano in divertenti ed utili video tutorial che sono poi postati sui nostri canali social.

**Chi sono i vostri principali clienti?**
La nostra clientela è vasta e variegata, ci rivolgiamo ai grandi distributori, ai Cash and Carry, e in alcune regioni anche alla GDO. Inoltre, riusciamo a seguire direttamente anche attività dirette che hanno grosse potenzialità, sia in termini di consumi, ma anche e soprattutto in termini di qualità dell'offerta al cliente. Mi riferisco ad attività con posizioni strategiche o che hanno una storicità riconosciuta e che quindi in qualche modo dettano i tempi delle tendenze in determinate città.

**In quali aree avete maggiore penetrazione?**
Come già anticipato, riusciamo a coprire un po' tutta la penisola, ovviamente ci sono delle zone dove siamo più forti, e delle zone sulle quali stiamo lavorando per crescere ed incrementare la penetrazione. Siamo sicuramente ben consolidati in tutto il Sud Italia e in alcune regioni del Centro Italia, e stiamo avviando con successo la penetrazione nelle più importanti aree metropolitane del Nord Italia. Ci stiamo lavorando e l'obiettivo è quello di coinvolgere nuove risorse altamente professionalizzate che sposino il nostro progetto e che riescano a far crescere l'azienda.

**Quali sono i plus per i locali che impiegano i vostri prodotti?**
Secondo noi i plus sono tanti e strategicamente importanti per i clienti che hanno apprezzato il nostro progetto e la nostra offerta. Partendo dalla qualità dei prodotti che non hanno nulla da invidiare a quelli

dei competitors più blasonati, e che, allo stesso tempo sono proposti a dei prezzi, quasi sempre, più competitivi. Inoltre, si tratta di prodotti spesso pensati proprio dai bartender, e non so quante aziende collaborino così attivamente con la categoria. La nostra azienda è giovane, e dunque sono giovani anche i prodotti che nascono con l'unico obiettivo di essere funzionali per il bartender moderno. Riteniamo poi, che sia apprezzabile lo studio del design e delle grafiche, mi riferisco proprio alla ricerca del particolare, dalla bottiglia personalizzata, alla capsula e all'etichetta, mai banali e sempre all'avanguardia. Infine, aggiungo che i locali che sposano la nostra proposta possono usufruire della nostra consulenza a 360°, dalla creazione e realizzazione di materiali POP, alla promozione dei loro eventi. Ascoltiamo sempre il cliente, e correggiamo i (pochi!!) errori che ci segnalano.

**Cosa avete in serbo per il 2017?**
Per il 2017 abbiamo già tante idee e progetti, sicuramente inserire delle nuove referenze, perché ce lo chiedono i nostri clienti. In particolare, stiamo lavorando su tre nuove proposte, ma non posso anticipare nulla. Stiamo inoltre valutando la partecipazione alle "mini-fiere" di prodotto, cioè tutti quegli eventi che sono dedicati ad un singolo spirit, Gin, Rum, Tequila. Crediamo possa essere importante dimostrare la superiorità delle nostre proposte in un confronto diretto con i competitors. E poi l'e-shop dei prodotti Medulla, dovrebbe in realtà essere operativo già da questo mese, ma sarà operativo al 100% dal gennaio 2017. Infine, stiamo lavorando ad alcune novità legate al concorso MixFactor, non lo stravolgeremo, ma vogliamo migliorarlo ulteriormente.

*Maria Elena Dipace*

www.mavidrink.it