Prodotti C.I.C., un marchio per le eccellenze

cic-1b9d8162

Quello che dice Edoardo Raspelli in questa intervista ci porta dritti al perché di una scelta che cade su un marchio e sulla sua specializzazione Mentre le imprese forniscono all'acquirente uno strumento utile per riconoscere ciò che vogliono acquistare, il marchio permette al titolare di evitare che il proprio prodotto diventi un bene generico. Alzando la qualità di questo si viene a creare poi una gamma di eccellenze. Proprio quelle evidenziate da Edoardo Raspelli, scoperte nel suo infinito giro sul territorio italiano. Ce ne parla **Vito Galati**, referente commerciale del settore salumi e formaggi di C.I.C., i cui marchi oggi sono 7. Quando arrivò in Cooperativa, nel 2006, erano solamente due: Qualitaly e Tavola Viva. Le referenze non erano tantissime: sotto la soglia dei 200 prodotti. Oggi C.I.C. ne ha più di 560 e abbracciano tutti i settori. "Successivamente abbiamo inventato la Q per i prodotti IGP e DOP. Su alcune referenze infatti non si trova la scritta per esteso Qualitaly bensì solamente la lettera Q: non è un errore di stampa, ma solo un modo per indicare i prodotti legati ai consorzi IGP. Poi è arrivato Gold per la fascia dell'offerta innovativa".

Oggi i vostri prodotti sono adeguati per una ristorazione completa ed esigente?
Sì e si differenziano in modo attento. I soci ci danno molti suggerimenti e noi valutiamo questi con estrema attenzione. Verifichiamo i consumi con diligenza. Abbiamo almeno due fornitori a marchio per ogni referenza, in modo da garantire un certo flusso nella produzione. Tutti i marchi sono declinati in fasce di prezzo. Ma non trattiamo il primo prezzo.

Come scegliete i fornitori?
Lavoriamo assieme e li testiamo per almeno un anno: in questo periodo pertanto possiamo fare le nostre valutazioni. Il plus per i ristoratori è ovviamente un portfolio di offerta realmente ampia e di qualità indiscutibile. Una curiosità che mi sento di condividere è che i clienti finali alle volte hanno addirittura chiesto di acquistare dal ristoratore il nostro prodotto a marchio. E questa è una bella soddisfazione per noi.

Dove stanno 'andando' i marchi C.I.C.?
Con la collaborazione dei soci, con i rappresentanti e i distributori, siamo sulle tavole di tanti ristoranti

e pizzerie su tutto il territorio.

Quali sono i plus di utilizzare i brand di C.I.C.?
Spesso il commerciante per stare sul mercato è costretto a ridurre il suo margine. Il valore aggiunto dei marchi C.I.C. è poter avere materie prime di grande qualità a prezzi molto vantaggiosi permettendo così al ristoratore di fare cassetto.

La parola a chef e ristoratori
Quali prodotti C.I.C. sono utilizzati da chi sta dietro ai fornelli? Su che marchi sono maggiormente orientati chef e ristoratori? L'abbiamo chiesto ad alcuni clienti segnalati dai nostri soci. Mirko La Porta, chef del Lapo's di Monterosso al Mare, in provincia di La Spezia, spiega che "tonno e olio extravergine Qualitaly sono davvero ottimi, soprattutto quelli della linea pizzeria. I prodotti sono ben distribuiti. Ma la vera forza dei prodotti a marchio C.I.C. è il servizio, senza dubbio. E poi sono tutti prodotti italiani e questa è una bella garanzia". La Porta aggiunge: "Usiamo diversi prodotti della Cooperativa, come anche usiamo con orgoglio le giacche da chef a marchio Qualitaly. Una buona offerta e una qualità medio alta sono i punti fermi dei brand. Lancio una provocazione: sarebbe utile avere una linea di contenitori, di accessori vari sempre a marchio Qualitaly!. Fiorenzo PerreMuto, chef presso Al Faro di Pergine Valsugana, in provincia di Trento, precisa: "Io uso tutti i prodotti a marchio Qualitaly e altre linee C.I.C. Li suggerisco anche durante le mie consulenze esterne. Collaboro con Morelli Catering, partner di C.I.C. Un punteggio alto lo assegno poi all'ottima farina Qualitaly che uso per tutta la lievitazione. Trovo ottimi anche i pelati. La gamma è molto assortita e la Gold è di grande spessore. Faccio alta cucina e prediligo materie prime fresche, ma posso comunque dire che anche certi surgelati C.I.C. sono di elevata qualità. Elia Bellingeri, del Torre Aurora a Monterosso Al Mare, usa tutti i prodotti C.I.C., che acquista dal distributore di zona GF1 di Levanto. "Il marchio Qualitaly è quello che preferisco maggiormente perché è di fatto un prodotto totalmente italiano al 100 per cento. I nostri clienti sono per il 90% stranieri e offrire loro articoli certificati è per noi una garanzia. La qualità C.I.C. è inderogabile e avere un domani una linea di prodotti di fascia altissima ordinandoli da un unico rivenditore di zona ci faciliterebbe molto il lavoro. Oltre a una ulteriore linea Prestige, con articoli ricercati ed esclusivi, ci piacerebbe che C.I.C. offrisse anche una vera consulenza, magari con corsi dedicati, con chef stellati, e presso strutture professionali, dove potersi confrontare con colleghi di tutt'Italia. Ci piacerebbe anche trovare attrezzature come elettrodomestici professionali, che oggi acquistiamo da fornitori specializzati. Conclude Alessandro Masala del ristorante Milano Centro che non rinuncia alla "polpa e passata di pomodoro e alle salse come maionese, ketchup e senape" segnalando nel contempo l'alta qualità della linea Gold.