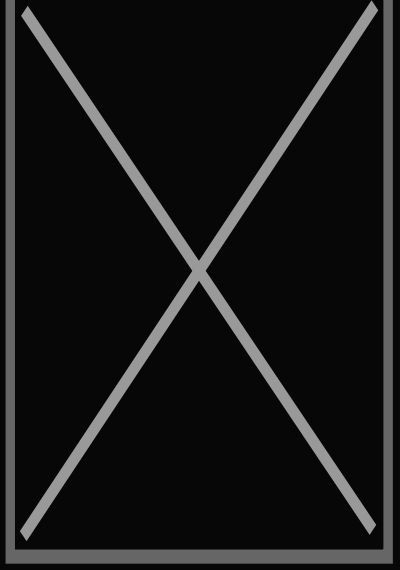
Il Gruppo Caffo si conferma leader di mercato

distilleria-museo-light-4-d2d10f36

Il Gruppo Caffo si conferma player di primo piano e azienda leader in Italia e all’estero. A dimostrarlo, riconoscimenti internazionali e dati di mercato positivi. L’Amaro Santa Maria al Monte è il vincitore della Gran Medaglia d’oro alla Spirits Selection 2018 del Concours Mondial de Bruxelles, a Plovdiv in Bulgaria, l’iniziativa che si attesta come riconosciuto indicatore delle ultime tendenze del mondo dei superalcolici provenienti da tutto il mondo. Nella stessa cornice, Elisir San Marzano Borsci si è aggiudicato Medaglia d’oro e la Vecchia Grappa Caffo ha ricevuto, invece, la Silver Medal. Si tratta di riconoscimenti già vinti nelle prece-denti edizioni con Amaro del Capo che quest’anno non ha partecipato al concorso.

Nata ufficialmente nel 1915 e presente sul mercato con una gamma davvero molto ampia di liquori e distillati di alta qualità e che rappresentano l’italianità, l’azienda di origine calabrese raggiunge nel mercato degli amari una quota in GDO che supera il 30%. Alla guida del Gruppo, Sebastiano Caffo, Ceo della Distilleria F.lli Caffo Srl, un “artigiano industrializzato”, come ama definirsi, capace di far evolvere l’esperienza di un’azienda che nasce come artigianale nel know how di un moderno gruppo industriale rimasto fedele, però, alla qualità originale dei prodotti, delle materie prime e delle ricette.



La proposta del Gruppo Caffo si articola in diverse linee di prodotto: le specialità; i liquori tipici calabresi e a base di liquerizia; i classici; il Mixability; gli sciroppi; le birre artigianali e i prodotti della storica azienda Borsci, società recentemente acquisita dal Gruppo calabrese. Fil rouge che lega indissolubilmente e contraddistingue sul mercato tutta l'offerta dell'azienda è l'alta qualità dei prodotti e delle loro proprietà organolettiche capaci di trasformare in esperienze sensoriali uniche e memorabili le prelibatezze con cui si uniscono. Il Gruppo Caffo, infatti, ha raccolto ed elaborato in un secolo di storia oltre duemila ricette che oggi sono alla base della propria offerta di referenze che si presentano come ideali in molteplici occasioni, perché sanno soddisfare i gusti più diversi se degustate da sole, lisce o con ghiaccio, o impiegate come elegante guarnizione per dolci, torte, semifreddi e gelati, o in abbinamento a dessert. Esempio perfetto di questa straordinaria versatilità è l'Elisir San Marzano Borsci, liquore storico e iconico della tradizione italiana, entrato ufficialmente nel 2017 nel perimetro del Gruppo Caffo Srl grazie all'acquisizione da parte dell'azienda calabrese dello stabilimento Borsci San Marzano di Taranto e del relativo brand commerciale. Sull'Elisir San Marzano Borsci, che grazie al rilancio in corso ha raggiunto in soli 6 mesi il 44% di distribuzione ponderata con ottime rotazioni, il Gruppo Caffo punta fortemente sia in Italia sia oltre confine e, a sostegno del prodotto, ha destinato in questi mesi un significativo investimento in comunicazione multicanale su TV, radio e stampa. Nato nel 1840, è, a tutt'oggi, il liquore in commercio più antico del Sud Italia ed è ancora preparato seguendo una segretissima e antica ricetta sapientemente conservata fino ai nostri giorni grazie alle premure di generazioni di artigiani che ne hanno preservato gusto e unicità: da rare spezie ed erbe nasce questo liquore che viene prodotto oggi esattamente come un tempo, con attenzione e cura e scegliendo solo ingredienti naturali.

Caffo negli anni ha costruito una vera e propria filiera produttiva, controllata in ogni passaggio, dalla terra allo stabilimento al prodotto finito, basata sulla naturalezza delle materie prime: dalla coltivazione

diretta delle erbe officinali e dei frutti che caratterizzano i liquori tipici calabresi (finocchietto selvatico, chinotto, arancio amaro, zafferano etc) alla selezione delle aziende agricole calabresi, in prevalenza biologiche, che forniscono parte degli ingredienti.



"I risultati che stiamo raggiungendo – spiega **Sebastiano Caffo** – *sono il frutto di una gestione aziendale permeata di quella cultura dell'innovazione che è un elemento distintivo della nostra realtà. Abbiamo sempre puntato a reinvestire i risultati, costantemente positivi, in tutte le attività di sviluppo, legate non solo all'espansione commerciale e all'innovazione tecnologica nell'ambito produttivo, ma, anche, alla Ricerca e Sviluppo: da qui è nato, per esempio, il Caffo Research, il nostro laboratorio interno e all'avanguardia creato per il controllo qualitativo delle materie prime e dei prodotti finiti e per la ricerca finalizzata a prodotti per il futuro e per nuovi mercati".*

A livello internazionale, la produzione del Gruppo Caffo è distribuita in 35 mercati nel mondo, in aumento rispetto ai 26 dello scorso anno. Fin dalla fondazione, il Gruppo Caffo ha perseguito la propria vocazione originale di ambasciatore dei valori e della qualità del Made in Italy e di anno in anno ha consolidato la propria posizione nei mercati internazionali tanto da raggiungere, a settembre 2018, il fatturato annuale del 2017. I dati riferiti all'export (esclusi US e Germania) nel peri-odo gennaio-settembre 2018 rispetto a pari periodo del 2017 registrano un aumento del +23% a valore. In Germania, inoltre, è stato stipulato lo scorso luglio un accordo pluriennale con il gruppo Berentzen per il lancio del Vecchio Amaro del Capo nella GDO tedesca con l'obiettivo di arriva-re entro tre anni almeno al 30% di distribuzione ponderata. Importanti anche i risultati negli USA, dove l'azienda opera attraverso una filiale nel New Jersey, e dove mette a segno un incremento a doppia cifra.

"All'estero, soprattutto nel nord e centro Europa, nei paesi scandinavi e nelle repubbliche baltiche, registriamo un trend molto positivo per gli amari italiani che non sono più concepiti solo come liquore da fine pasto - sottolinea Sebastiano Caffo, Ceo della Distilleria F.lli Caffo Srl - *ma sono utilizzati dai barman nei cocktail e nei drink, intercettando anche una fascia di consumatori più giova-ne. Una tendenza che possiamo cavalcare e guidare senza difficoltà grazie, in particolare, al Vecchio Amaro del Capo, il nostro prodotto simbolo che ha appena conquistato il prestigioso record di primo liquore in Italia nel canale GDO, e all'Elisir San Marzano Borsci. Per il 2019 la strategia e-xport continuerà a*

concentrarsi sugli USA - che si stanno rivelando un mercato fertile per gli amari soprattutto come ingredienti per la composizione di cocktail – e, naturalmente, sull'Europa. Come Gruppo manterremo, infine, un occhio vigile sulle opportunità che dovessero presentarsi nelle altre regioni ed in particolare nei Paesi Asiatici".