Gli obiettivi del brand Select per il 2023: parla Gianluca Monaco

20230112160841monaco-d18d44af

Gianluca Monaco, Marketing & New Businesses Director di Gruppo Montenegro, **svela** per Mixerplanet **le priorità e gli obiettivi per Select per l'anno appena apertosi.** *"Per il 2023, continueremo a investire sia in attività di comunicazione, per accrescere la notorietà di Select, sia in attività field finalizzate alla prova del prodotto. Da ultimo, ma non meno importante, è l'ampliamento della distribuzione, sia nei canali on trade sia off trade".*

Quali saranno quindi le precise strategie?
"Sicuramente investimenti sul field in termini di eventi per facilitare il trial di prodotto del consumatore e investimenti in termini di comunicazione, sia digital che su mezzi tradizionali, per continuare ad accrescere l'awareness di Select e rafforzarne il posizionamento premium all'interno della categoria degli aperitivi alcolici".

Come vi differenziate attualmente dalla concorrenza?
"Il tratto distintivo di Select è il suo profondo legame con Venezia, dove nasce nel 1920 grazie ai Fratelli Pilla e dove si afferma come protagonista dell'autentico aperitivo veneziano. Oggi, infatti, Select è riconosciuto come l'ingrediente essenziale del vero Spritz Veneziano e viene proposto non solo dai locali tipici della Laguna, ma anche dai bartender che amano sperimentare e che vogliono proporre un'alternativa premium al solito spritz".

Avete puntato sullo storytelling legato a Venezia nel 2022, proseguirete su questa strada?
"Sì, la 'venezianità' è un tratto unico di Select e un asset di comunicazione su cui continueremo a far leva".

L'inaugurazione di Ca' Select, spazio multifunzionale ricavato in una ex fonderia Venezia, è aperto a tutti. Ci può raccontare questa experience e se potrà essere replicata nel resto del

mondo, visto l’amore che la gente nutre nei confronti della città lagunare?
“Senz’altro è la naturale prosecuzione, come dicevo prima, del racconto sul profondo legame tra Select e Venezia. Una celebrazione delle origini, un progetto importante di cui per ora non possiamo dire molto, ma che sveleremo nei prossimi mesi”.

Come siete posizionati oggi nel mercato?
“Nell’ultimo anno Select ha raggiunto il mezzo milione di litri venduti, con una forte crescita soprattutto nei canali legati al consumo del fuori casa, grazie al lavoro svolto dalla nostra rete di agenti, che ci permette di raggiungere capillarmente tutto il territorio”.

Avete mai pensato di creare un kit ad hoc per il consumer in modo che possa farsi un cocktail a casa?
“Già nel 2020, cogliendo attivamente il repentino cambiamento delle abitudini di consumo causate dalla pandemia, abbiamo stretto una partnership con Winelivery, celebre player del mondo e-commerce, per portare Select e il rito dell’autentico Spritz Veneziano direttamente a casa dei nostri affezionati consumatori”.

Qual è il mercato in cui siete più presenti?
“In quello italiano, senza dubbio. Ma puntiamo a espanderci anche in altri Paesi”.

Quali sono all’estero i Paesi con i quali vi relazionate maggiormente in termini di esportazioni?
“Sicuramente gli Stati Uniti, l’Austria e la Francia”.
Lo Spritz con il Select è più strutturato: come comunicarlo nel comparto?
“Valorizzando il fatto che la ricetta di Select è ricca e complessa grazie alla gradazione alcolica di 17,5% vol., fedele a quella originaria degli Anni Venti, e alla presenza di 30 erbe aromatiche. Tra queste spiccano le radici di rabarbaro, che conferiscono l'intensa nota amara, e le bacche di ginepro - le uniche distillate in purezza - che, con le loro note balsamiche, rendono Select particolarmente adatto alla miscelazione. Questo fa di Select l’ingrediente d’elezione per realizzare l’autentico Spritz Veneziano: un’alternativa che rappresenta il giusto punto di equilibrio in termini di gusto rispetto a proposte di spritz decisamente più dolci o amare presenti sul mercato”.
Che consiglio si sente di riservare ai professionisti che vogliono entrare nel mondo Select?
“Quando un prodotto è così legato alla sua terra d’origine, diventa esso stesso il racconto di quella terra; nel nostro caso, Select racchiude in sé tutto il racconto della Venezia autentica, che consente di proporre un’alternativa premium ai competitor. Conoscerne la storia è fondamentale per offrire al consumatore la possibilità di scegliere in maniera consapevole un prodotto premium e dalla doppia

anima perché, oltre ad essere una vera icona dell'aperitivo veneziano, è anche un ingrediente versatile, adatto a creazioni più complesse e innovative".

Cosa aspettarsi in futuro in fatto dalla tradizione Select?

"Il concetto di tradizione, per quanto riguarda Select, è legato indissolubilmente a Venezia e i nuovi progetti incentreranno sempre lo storytelling su una città che è l'anima del nostro aperitivo".