Le novità natalizie di Bauli

logo1-53319ce9

È un momento speciale, quello di Natale; è un mercato speciale, quello delle ricorrenze natalizie, come speciale è il ruolo del leader quale player di maggior prestigio, che delinea l'offerta e interpreta i gusti e le tendenze dei consumatori. Il Natale vale circa 184 milioni di euro e nel 2014 ha mosso volumi che superano le 43mila tonnellate (Fonte: Iri). Il Gruppo Bauli, con i marchi Bauli e Motta, è il referente del mercato per il trade, oltre che per il consumatore. Produce infatti i primi tre Panettoni del segmento (1° Il Panettone di Verona Bauli senza canditi, 2° Il Panettone originale Motta, 3° Il Panettone classico Bauli) e il Pandoro Bauli è la prima referenza per vendite a volume, vendendo il triplo del primo concorrente; leadership indiscussa, quindi quella di Bauli, con una quota di 25,1% a valore - dieci punti in più rispetto ai competitor - a cui si aggiunge la quota di Motta, con un 11,2% a valore.

Bauli Panettone ClassicoSono risultati raggiunti grazie alla fiducia ampiamente ricambiata dal numero crescente di famiglie acquirenti (Bauli 5,88 Mio, Motta 3.18 Mio, insieme oltre il 50% dell'intero mercato) e dall'indice di riconoscibilità di marca, ancora oggi la più amata e nota della ricorrenza (Bauli 96%). Il Pandoro e il Panettone sia Bauli che Motta sono riconosciuti i primi in qualità e i primi nell'intenzione di acquisto. Sono brand sostenuti da importanti campagne pubblicitarie, Bauli ha una share of voice del 45% ed è primo per investimenti in TV e per gradimento di pubblicità.

I due brand più importanti del Gruppo – di cui fanno parte anche Doria, Bistefani e Alemagna – mantengono personalità uniche e distintive, sia nello stile di comunicazione che nell'offerta: più premiante e tradizionale Bauli, forte della propria eccellenza derivante dall'arte pasticcera di Ruggero Bauli, più incisiva e dinamica Motta, cui va il merito, grazie ad Angelo Motta, di avere tradotto in chiave moderna la ricetta del panettone milanese.
Dicembre diventa allora un appuntamento magico, unico e irripetibile nell'anno, un tempo per sé di calore, relax, lentezza, piacere, emozioni e ricordi. Il momento ufficiale della condivisione, dell'affetto e della generosità.

«Proprio perché è il "dono la motivazione di acquisto in costante ascesa - commenta **Paolo Isolati**, direttore Marketing del Gruppo Bauli - *per questo Natale Bauli ha creato una nuova Linea premium dedicata alla GDO, così che tutti possano fare un dono speciale nei loro momenti speciali. L'impegno a offrire una gamma unica e di eccellenza è come sempre frutto della nostra costante ricerca di qualità e cura dei dettagli con l'obiettivo di coniugare al meglio modernità e tradizione. Abbiamo ripreso le ricette ispirate al fondatore Ruggero Bauli, il primo pasticcere della famiglia, le abbiamo messe a punto in pesi e formati di prestigio (pandoro e panettone da 1500g), abbiamo selezionato ingredienti di altissima qualità, creato incarti eleganti, con quel tocco di artigianalità dato dalla scarpatura fatta a mano nel panettone e la cottura a vista. La linea comprende il Pandoro e il Panettone classico da 1500g, il Panettone basso 1000g, il nuovissimo Panettone con pepite di Cioccolato e di Albicocca 1000g e l'esclusivo Pan de Oro 750g»*.

Bauli Panettone BiologicoLa linea si troverà nei punti vendita dai primi di dicembre con la speciale fragranza di una freschezza impagabile che solo l'elevata capacità produttiva di Bauli sa garantire, il pack si noterà per il suo raffinato colore champagne incartato a mano con un elegante fiocco di raso marrone personalizzato con la firma del fondatore, esattamente come nelle migliori pasticcerie, niente è lasciato al caso, nemmeno la presentazione nei punti vendita, con eleganti espositori, perché ognuno di questi prodotti deve essere percepito come un'eccellenza, unica, garantita dal marchio Bauli.

Bauli poi continua a distinguersi per le sue idee originali dedicate ai bambini. Quest'anno nei punti vendita spiccherà il Magico Villaggio di Natale, un grande espositore a quattro piani che nella forma riprende la casetta dei mercatini di Natale, su cui saranno disposti tutti i prodotti dedicati ai bambini: Panettoncino Albero di Natale, Pandorino Babbo Natale, da decorare con stickers e con la letterina per Babbo Natale da personalizzare, ed il nuovo cioccolato delle feste Bauli con il Calendario dell'Avvento, un regalo tradizionale ma sempre molto graditoche Bauli interpreta in chiave divertente e con grande cura dei dettagli, Chocolate Lollipop e i nuovissimi Cavi di Cioccolato in tante forme divertenti.

Anche Motta offre un nuovo panettone incartato da regalo a una fascia prezzo interessante, il Panettone Originale Gran Regalo, basso, incartato a mano, disponibile nella confezione da 1000g e lancia una novità molto importante, il Panettone Biologico, 750g, dedicato a chi sceglie i sapori della tradizione senza trascurare salute e benessere.

«*Dopo gli ottimi risultati del Panettone senza glutine*, - continua Isolati - *Motta è la prima marca ad offrire alla grande distribuzione un panettone di alta qualità con ingredienti da agricoltura biologica al*

100% cavalcando un trend in crescita, quello del biologico con quasi 20 milioni di famiglie acquirenti.Con queste due referenze, unite al nuovo pandoro Bauli senza glutine, l’Azienda si mostra capace e attenta a soddisfare anche questi consumatori più esigenti, con prodotti della tradizione con elevati standard di qualità e la garanzia di marchi noti e importanti».

Sempre all’altezza quindi delle aspettative del suo target, l'azienda è un riferimento indiscusso e autorevole nel mercato della ricorrenza perché intercetta ed interpreta i gusti e le abitudini di consumo, trasferendo nella propria offerta i capisaldi dell’arte pasticcera italiana