Boom dei prodotti Cirio nel Regno Unito

cirio-packsl-05891fa5

Quella tra gli inglesi e la passata Cirio è ormai una vera e propria passione. La storica marca di pomodori italiani di proprietà del consorzio cooperativo Conserve Italia e che proprio quest'anno compie 160 anni di vita, è sempre più consumata ed apprezzata dagli anglosassoni. Lo dimostrano in primo luogo i numeri della crescita delle vendite Cirio nella distribuzione moderna che, confermando il boom dello scorso anno, hanno registrato a fine anno una crescita dell'8.2% (dati Iri, confronto dicembre 2015-dicembre 2014).

«Il valore censito al consumo - sottolineano i due Managing Directors della sede inglese di Conserve Italia, **Cesare Concilio** e **Diego Pariotti** – *è superiore ai 13 milioni di euro. E se lo scorso anno la quota di mercato di Cirio nella distribuzione inglese era pari al 5,7% (dati Iri), quest'anno ha toccato quota 9,2% con punte oltre il 10% su alcuni segmenti specifici come le passate. Insieme alla grande distribuzione* – evidenziano ancora Concilio e Pariotti – *portiamo avanti da anni la penetrazione nel comparto del foodservice e un lavoro capillare di distribuzione nel canale dettaglio o etnico, che portano ad un risultato complessivo aziendale che quest'anno è schizzato al +20%»*.

Il pomodoro Cirio inoltre è ormai conosciuto e recensito anche da blogger e chef molto seguiti nel Regno Unito: è molto frequente vederlo in programmi TV nelle mani di Jamie Oliver, o Nigella Lawson, o Marry Perry, celebrity chef ben noti anche in Italia. In particolare, in un'indagine indipendente apparsa in questi giorni sul sito del The Guardian, eseguita da Kerstin Rodgers in collaborazione con lo chef Joe Hurd e lo scrittore Dino Joannides, Cirio è risultato il prodotto più apprezzato tra quelli a distribuzione nazionale, superando anche la leader di mercato Napolina.

Cirio_150anniIl successo e la notorietà crescente acquisita da Cirio è riconducibile, oltre a politiche commerciali mirate, anche alle azioni di marketing avviate da cinque anni nel Regno Unito. **Sandra Sangiuolo**, Responsabile Marketing Export del gruppo conserviero, spiega: *«Ha premiato la consistenza nel tempo delle attività e un marketing mix che ben combina mezzi off e on line: da campagne stampa sui maggiori magazine e newspapers (Times, The Guardian, Daily mail), a campagne web su siti ad alto traffico, associate ad accattivanti concorsi. Molto seguite sono state*

anche le attività sui social e operazioni di visibilità con note bloggers locali».

«Da non sottovalutare poi – spiega Sangiuolo - *il contributo alla notorietà di massa conseguita da Cirio grazie all'accordo con Antonio Carluccio, un celebrity chef di origine italiana, fondatore della omonima catena di ristoranti italiani (oltre 100 in tutta la Gran Bretagna), assai benvoluto e rispettato dal pubblico inglese, anche dai più giovani, che è stato felice di fornire il suo prezioso endorsement al nostro storico brand. Con lui sono in atto una serie di iniziative creative e di forte notiziabilità: da campagne web, radio e stampa, a concorsi e ricettari, sino ad eventi speciali, che nel 2016 troveranno massima espressione in coincidenza delle celebrazioni per l'anniversario del 160° del brand»*.

http://www.cirio.it/