Santanna, quando la cultura del prodotto rende forti nel mercato

santanna-5c7232a4

Quando si pensa a un modello di eccellenza, precisione, professionalità e visione futura d'insieme, il gruppo Santanna Catering rappresenta un tassello fondamentale nell'ampio quadro legato alla ristorazione. Basta vedere la struttura della sede principale, un "gioiello" architettonico di alto design, perfettamente funzionale e capace di offrire certezze complete ai consumatori. Del resto, l'importante è dare sempre il meglio, per se stessi ma anche per la fitta rete di clienti che ogni giorno si rivolgono a questa "potenza" del Nord-Est italiano. "Proprio il 2017 segna un importante traguardo per Santanna. *I nostri primi 45 anni* - dichiarano **Mauro e Bruno Romor**, i titolari dell'azienda. *E, proprio per celebrare questo momento speciale, abbiamo deciso di organizzare un evento straordinario presso il nostro cash&carry di San Quirino. Sarà una festa dedicata al piacere del palato e tutto si svolgerà attraverso un percorso di degustazioni, assaggi, incontri di formazione, dimostrazioni e showcooking d'importanti chef stellati".*



Quali sono state le varie fasi di sviluppo a livello commerciale e distributivo in tanti anni di lavoro?

Siamo partiti con la produzione e la commercializzazione di liquori e distillati con marchio proprio, oltre alla distribuzione di liquori e vini nazionali ed esteri. Vedendo l'andamento del mercato e il grande sviluppo di ristoranti, bar e alberghi, abbiamo deciso di ampliare la gamma merceologica, introducendo prima gli alimenti, poi tutto il comparto legato all'igiene con detersivi e materiali per la pulizia, fino ad arrivare agli anni ottanta con le attrezzature alberghiere e grandi impianti. Sulla spinta di questo sviluppo, nel 2007 abbiamo inaugurato la nostra sede, completamente rinnovata, per accogliere i clienti in un ambiente più grande e moderno, includendo anche nuovi settori come il gelo e

la carne fresca.

Quali sono i prodotti più richiesti del catalogo? Quali sono i vostri maggiori clienti e quelli più innovativi?
Non è semplice definire quale sia la categoria merceologica più richiesta. Ci distinguiamo per una continua ricerca e selezione di prodotti di qualità provenienti dalle diverse regioni d'Italia e dall'estero. I clienti si aspettano di trovare sempre linee originali. Questo è di sicuro uno dei nostri punti di forza! Forse, ciò che richiedono di più, anche se non è proprio un prodotto, è il servizio. Gli acquirenti necessitano di assortimento, rapidità e precisione nelle consegne oltre a una formazione concreta. Va aggiunto che la nostra clientela appartiene all'Ho.Re.Ca. e a tutta la ristorazione in generale e, anche con la nascita, soprattutto negli ultimi tempi, di locali a tema o focalizzati sul prodotto o un brand, ci viene sempre richiesto un servizio pronto e preciso.

Tra le referenze proposte molte riguardano il comparto del beverage: come sono cambiati il consumo e la distribuzione di vino e alcolici negli ultimi 20 anni?
Il settore del beverage,comprendendo anche i vini, è sicuramente uno dei più importanti per il nostro business. Abbiamo in assortimento oltre 1.000 etichette di vini e molti altri articoli come soft drinks e distillati. Anche in questo settore l'informazione è cresciuta, i clienti che acquistano beverage sono molto più preparati sulle caratteristiche dei prodotti rispetto al passato. In più sono aggiornati e tutto ciò è uno stimolo anche per noi che siamo sempre alla ricerca di qualcosa di nuovo da offrire.

Come è organizzata a livello logistico la Santanna? Quanti dipendenti?
Santanna lavora sia con il cash & carry che si trova aSan Quirino, in provincia di Pordenone, sia attraverso una rete di agenti che coprono il Friuli Venezia Giulia e il Veneto Orientale, spingendosi anche oltre confine (Slovenia, Croazia, Austria, Germania e Regno Unito). Le consegne avvengono entro le 48 ore dall'ordine e il trasporto è svolto a temperatura controllata,per assicurare la qualità dei prodotti. A oggi abbiamo circa 15 dipendenti, oltre a 11 persone che sostengono la logistica.

La distribuzione copre tutto il Nord-Est e una parte dell'estero: quali sono le differenti richieste?
La nostra attività si sviluppa molto in Italia. Le esportazioni nei paesi esteri riguardano in particolare il vino e le attrezzature alberghiere. Grazie alla vicinanza geografica con quei paesi e ad accordi speciali con spedizionieri internazionali, siamo in grado di recapitare ai clienti oltreconfine anche piccole quantità, in tempi molto ristretti. Questo rappresenta un vantaggio importante.

Qual è il punto di forza?
La cultura di prodotto, che è il grande motore che alimenta la nostra Passione, l'attenzione alla provenienza e alle modalità produttive, verificate direttamente nei territori di appartenenza. Puntiamo anche sul confronto con i nostri clienti e la nostra organizzazione, specialmente per quanto riguarda la rete vendita. Ci sono ovviamente altri punti meno evocativi, ma altrettanto importanti: elevata qualità degli articoli proposti, l'assortimento, un servizio attento, un cash & carry efficiente, una grande e prestigiosa cantina, una mostra di attrezzature alberghiere e complementi d'arredo. Infine, anche un servizio di progettazione su misura che segue le esigenze dei clienti.

Progetti futuri?
Per il futuro, abbiamo in cantiere diversi progetti nuovi. Il nostro obiettivo è quello di diventare sempre di più un punto di riferimento per la ristorazione, non solo a Pordenone, ma per tutto il Friuli Venezia Giulia.

Cosa significa far parte della Cooperativa Italiana Catering?
Santanna è tra i soci fondatori della Cooperativa Italiana Catering. Per noi è molto importante far parte della maggiore associazione italiana d'imprese del settore, perché ci permette di fornire un alto livello di qualità e competitività nella ristorazione, regolando i prezzi con un'efficace contrattazione e promuovendo la cultura professionale attraverso lo sviluppo di sinergie commerciali tra i consociati.

www.santannacatering.it

(Maddalena Baldini)