Il cioccolato artigianale Bodrato seduce i mercati esteri

giappone-3-2-0a60e965

In un mercato mondiale dominato dai grandi marchi, il cioccolato italiano trova il suo spazio prezioso grazie a brand che, come la Bodrato Cioccolato, dimostrano una forza speciale basata sulla qualità delle materie prime, sui metodi di lavorazione artigianali e sul packaging ricercato. Una storia di successo tutta made in Italy quella di Bodrato Cioccolato che, puntando da sempre su qualità e innovazione, per l'anno 2016-2017, mette in atto una strategia mirata a conquistare i mercati esteri più interessanti.

Nata come piccola bottega artigianale nel 1943, gradualmente si trasforma in una azienda dolciaria di eccellenza fino ad arrivare al 2001, data di acquisizione da parte dei fratelli Bergaglio. Abbinando forti capacità innovative alle antiche e pregiate ricette di un tempo, l'ambizioso progetto vede la completa realizzazione nel 2014, anno in cui da Carpiata d'Orba (Alessandria) sposta la propria sede a Novi Ligure, in un nuovo laboratorio di 2100 mq. Grazie all'ammodernamento del polo produttivo, al potenziamento della rete vendita su tutto il territorio italiano e all'acquisizione di nuovi clienti, nel triennio 2013-2016 l'azienda ha registrato un significativo aumento di fatturato, con una crescita rilevante: 2013-2014 del 20%, 2014-2015 del 35%, 2015-2016 del 45%.

Fabio_bodratoL'artigianalità, la selezione delle materie prime, la raffinatezza del prodotto e il packaging esclusivo rappresentano i punti forza della produzione e del successo emergente anche a livello internazionale. *«L'Italia rimane il nostro mercato di riferimento, ma stiamo andando bene anche all'estero, soprattutto negli Stati Uniti, dove siamo presenti nei 3 punti vendita Eataly a New York, Chicago e Boston, e molto bene in Giappone, dove da poco abbiamo aperto una pagina Facebook dedicata, la Bodrato Japan»*, spiega **Fabio Bergaglio**, titolare dell'azienda, che ha recentemente approcciato anche il mercato del Medio Oriente.

Ed è proprio il Sol Levante ad apprezzare in particolar modo le delizie Bodrato Cioccolato, tanto che nelle catene commerciali Daimaru e Takashimaya l'azienda ha aperto, tra gennaio e febbraio 2016,

una quindicina di corner dove proporre i suoi prodotti artigianali. *«Abbiamo iniziato l'anno scorso con qualche punto, ma visto il successo, abbiamo investito molto su questo Paese»*, prosegue Bergaglio, che ha scelto di potenziare la distribuzione in Giappone partendo dalla festa di San Valentino, durante la quale il consumo di cioccolato si impenna vertiginosamente, fino a toccare il 60% delle vendite annuali con un fatturato di circa 100 bilioni di yen e una particolarità: qui, infatti, è tradizione che siano le donne a regalare cioccolato ai mariti o ai fidanzati.

Giappone 3 (1)Sempre sul mercato nipponico, Bodrato Cioccolato ha presenziato a prestigiosi department store tra cui il Kintetsu Abeno Harukas, il più alto edificio residenziale di Osaka e dell'interno paese. *«Esportiamo i prodotti più classici e i giapponesi impazziscono per i nostri Boero con ciliegia e liquore, insieme alle scorzette d'arancia ricoperte di cioccolato* - prosegue con una punta di orgoglio Fabio Bergaglio. *L'unica differenza riguarda il pezzamento, perché in Giappone preferiscono taglie più piccole e sono molto attenti alla confezione. Preferiscono addirittura una fornitura apposita dei nastri, così che possano fare direttamente i pacchetti, visto il loro estremo perfezionismo in questa fase della vendita»*.

La presenza del cioccolato Bodrato è destinata a non fermarsi: in programma c'è un prossimo importante lancio in Arabia Saudita, *«un Paese che ama le cose buone create da noi artigiani italiani e di questo siamo molto felici»*, conclude Bergaglio.

A supporto della rete vendita nei paesi Europei, è stato intanto lanciato il nuovo sito internet con una sezione dedicata allo shopping online, con la possibilità di ordinare comodamente i pregiati prodotti dell'azienda dolciaria. Il piano di investimenti internazionale prevede, dunque, di puntare parallelamente sul canale e-commerce e sulla presenza alle più importanti fiere di settore, tra cui il SIAL di Parigi, l'ISM a Colonia, il SALON DU CHOCOLAT a Tokyo .

All'interno del piano di sviluppo 2016-2017, una cospicua parte degli investimenti sarà,inoltre, destinata al progetto ambizioso "From beans to bar", ossia "Dalle fave alla tavoletta", con una nuova linea di tostatura, frangitura e concaggio del cioccolato in funzione da settembre 2016. *«Questa particolare innovazione permetterà alla Bodrato di innalzare sempre più la qualità delle materie prime, andando a selezionare ed acquistare le migliori fave di cacao disponibili e compiere un ulteriore passo in avanti su una produzione a filiera controllata»*, afferma Fabio Bergaglio.

Il nuovo stabilimento va a completare un'area fortemente vocata alla produzione di cioccolato, essendo questa speciale parte di Piemonte il più importante polo dolciario del nord Ovest. *«Con il nostro trasferimento a Novi Ligure*, afferma ancora Bergaglio, *il polo dolciario del Novese va a coprire*

anche quella fascia di mercato rappresentata dai negozi specializzati, dalle enoteche alle boutique del gusto, il cui fruitore è un cliente attento alla qualità, ma anche aperto alle sperimentazioni, motivo che ci permette di azzardare nuovi abbinamenti, come nel caso delle tavolette speziate. Il nostro consumatore riconosce la qualità del prodotto e l'eleganza del nostro packaging, pertanto è disposto ad investire per se stesso o per un regalo raffinato».

www.bodratocioccolato.it