SANA/ONBEAUTY/COSMOFARMA - BOLOGNA | 9-13 SETTEMBRE 2021: VIENI A TROVARCI AL PADIGLIONE 37 STAND D34

LA RIVISTA DI HOME CARE PER I BUYER DI GD/DO, DRUGSTORE E GROSSISTI

hc
HomeCare
Supplemento a b2B BeautyToBusiness
Anno 2 - N.8-9 / 2021
Direttore responsabile: Angelo Frigerio

cover story

Crai: tutti i numeri dei drugstore

Marco Bordoli, amministratore delegato dell'insegna, evidenzia performance, strategie e iniziative della divisione drug. Partendo dall'obiettivo di superare le 80 nuove aperture entro l'anno.

SPECIALE
ANTEPRIMA AUTUNNO 2021

FACE TO FACE
CHEMICAL FLACER: 'SOLIDI' DA OLTRE 40 ANNI

GUIDA BUYER
DOSSIER STOVIGLIE E LAVASTOVIGLIE

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39.0362.600616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 181 del 20 Marzo 2007 -
Periodico mensile - Poste Italiane SpA Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 - Art. I Comma I - LO/MI - Stampa: Alpha Print srl - Busto Arsizio (VA) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

COVER STORY
CRAI: TUTTI I NUMERI DEI DRUGSTORE

6-7 MARCO BORDOLI

SPECIALE
ANTEPRIMA AUTUNNO 2021

8-12

FACE TO FACE
CHEMICAL FLACER: 'SOLIDI' DA OLTRE 40 ANNI

14-15 MATTEO CERI

GUIDA BUYER
DOSSIER STOVIGLIE E LAVASTOVIGLIE

16-19

Edizioni Turbo Srl Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO
Redazione: Corso della Resistenza, 23 20821 Meda (MB) · info@tespi.net · Stampa: Alphaprint · Busto Arsizio (VA) · Una copia 1,00 euro
Anno 02 · N.08-09 / 2021 Periodico mensile · Registrazione al Tribunale di Milano n. 181 del 20 Marzo 2007 · Periodico mensile
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005 · Prezzo di una copia 1,55 euro · arretrati 7,55 euro + spese postali · Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro via ordinaria.
L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione ha verificato il copyright delle immagini pubblicate. Nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze. L'editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

Pubblicazioni Edizioni Turbo
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, Grocery & Consumi, Beverage & Consumi, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, Made in Italy For Asia, www.alimentando.info, www.luxuryfb.com, www.technospia.it, www.beauty2business.com
Chiuso in redazione il 2 settembre 2021

www.beauty2business.com

www.tespi.net

DETERSIVO SENZA PROFUMO BIOPHURA IGIENIZZANTE DERMOCOMPATIBILE

Il detersivo per bucato formulato per minimizzare i rischi di allergie. Nato specificamente per soddisfare le esigenze di chi ha una pelle sensibile, di chi soffre di dermatite atopica o da contatto, di chi sceglie di mettere al primo posto il proprio benessere. Una formula a base di acido citrico naturale, efficace sullo sporco ma ultra rigorosa in quanto a sicurezza e rispetto della pelle, perché senza profumo, senza enzimi, coloranti, siliconi e sbiancanti ottici. Prodotto testato per nichel e metalli pesanti.

Caratteristiche e plus marketing
La linea Biophura Igienizzante Dermocompatibile nasce dal know how di Biochimica, caratterizzato da conoscenza e attenta selezione delle materie prime, elevati standard qualitativi, continua innovazione tecnologica e di prodotto. Una gamma per la casa e il bucato che mette al centro la salute e il benessere dei consumatori, con prodotti formulati per tutelare il delicato equilibrio della pelle e al tempo stesso per minimizzare i rischi di irritazioni e allergie da contatto o respiratorie. Problematiche che, a causa della loro escalation, sono diventate sempre più un tema all'ordine del giorno. I prodotti Biophura - formulati con ingredienti di origine vegetale, detergenti eco-bio compatibili ed anti-batterici naturali - pensano al presente guardando alla tutela delle generazioni future.

Formato e confezionamento
1000 ml (20 lavaggi).

Certificazioni
Bio C.E.Q. by Ccpb
VeganOk
Ispe Milano
Università di Ferrara

Biochimica

Azienda storica italiana, di proprietà famigliare, fondata nel 1969, tra i leader di mercato nella produzione di prodotti per la pulizia, l'igiene e la disinfezione di casa e bucato. Con oltre 50 anni di esperienza e da sempre legata alle tradizioni, la società è vicina alle famiglie e al tempo stesso in grado di anticipare i bisogni dei nuovi consumatori, diventando loro alleato e fornendo un'ampissima gamma di prodotti con l'obiettivo di coprire tutte le unità di bisogno. Con i marchi Bioform Plus, Soft e Biophura, Biochimica è attiva nei comparti: detersivi lavatrice e ammorbidenti; additivi per il bucato; prodotti per le superfici; stoviglie e lavastoviglie.

www.biophura.it

IL PRIVATE EQUITY SPAGNOLO PORTOBELLO ACQUISISCE L'ITALIANA FARMOL

Il private equity spagnolo Portobello Capital ha acquisito dal gruppo italiano Green Arrow Capital il 100% della partecipata Farmol, tra i principali conto terzisti europei nella formulazione e nel riempimento di prodotti del personal e dell'home care. Un'operazione che, secondo alcune indiscrezioni, varrebbe oltre 100 milioni di euro. Fondata nel 1946, Farmol ha sede a Comun Nuovo (Bg) e opera attraverso sei stabilimenti in Italia, Ungheria, Slovacchia e Tunisia, con una capacità produttiva annuale di circa 500 milioni di unità, 700 dipendenti e ricavi che nel 2020 si sono attestati a oltre 110 milioni di euro. Francesco Maestri, amministratore delegato di Farmol, ha sottolineato che "l'acquisizione aiuterà l'azienda a migliorare le proprie potenzialità, con l'obiettivo di consolidarne la posizione all'interno del mercato europeo".

CASSOLI GROUP INSTALLA 15 INSACCATRICI CPS IN SUD AMERICA

Una grande operazione su scala internazionale, in tempi record, nonostante le restrizioni pandemiche. Cps Company - società che produce macchinari e soluzioni di confezionamento home e personal care, parte del gruppo bolognese Cassoli Group - ha installato 15 insaccatrici di ultima generazione in Sud America. Per conto di una grande multinazionale americana. Fondamentali, per la riuscita del progetto, l'esperienza consolidata dell'azienda e un impegnativo lavoro di squadra su scala intercontinentale. Reso possibile anche dai dispositivi 4.0 installati sulle macchine standard del Gruppo Cassoli sin dal 2010. Che hanno permesso al team di tecnici in loco di realizzare le installazioni, facendo affidamento sul costante supporto da remoto garantito dal quartier generale italiano. Le insaccatrici installate appartengono alla serie Cps 400: 4 modelli della tipologia 452 Fm e 11 modelli 452 Bd. Soluzioni con tecnologia di assoluta avanguardia e grandissima resa, concepite per il packaging secondario di prodotti come rotoli, fazzoletti e altri articoli tissue. "Un risultato che permette di dare piena concretezza alla visione imprenditoriale che caratterizza il Gruppo: 'Considerato fatto. Ben fatto. Mai fatto prima'", spiega l'azienda. Le macchine Cps 400 permettono infatti di ottenere un film più tirato. Per pacchi più aderenti ai prodotti (maggiore protezione senza compressione), minore consumo di pellicola e maggiore stabilità dei prodotti durante la pallettizzazione (meno materiali di imballo). Con effetti positivi in termini di risparmio e sostenibilità ambientale. In aggiunta, la tecnologia è tollerante ai cambiamenti della qualità del film, caratteristica che ne riduce ulteriormente il consumo e agisce molto positivamente sulle performance produttive.

P&G: IL SITO DI POMEZIA SEMPRE PIÙ ALL'AVANGUARDIA CON LA NUOVA MONOROTAIA AUTOMATICA PER BANCALI

Una perla dell'industria 4.0. Già dal 2015, il sito P&G di Santa Palomba (Pomezia) spinge su automazione, digitalizzazione, sostenibilità e valorizzazione del capitale umano. "Lo stabilimento di Pomezia è un polo logistico e produttivo di eccellenza mondiale nella famiglia P&G", dichiara Paolo Grue, presidente e amministratore delegato P&G Italia. Attivo dagli anni '60, oggi è il centro di distribuzione di tutte le categorie prodotto P&G per il Centro-Sud Italia. Lo stabilimento Procter europeo con il più alto tasso di spedizione detersivi verso Medio Oriente e Africa. E tutti i prodotti in polvere P&G a livello globale usano una materia prima 'made in Pomezia'. Lo stabile vanta una catena produttiva e logistica ad alta automazione. Che segue ogni fase delle attività, dall'ingresso dei materiali fino all'uscita del camion con la merce. Con elevati standard di sicurezza e qualità. Recentemente è stata inoltre installata un'innovativa monorotaia per movimentare in maniera automatica e intelligente i bancali. Dalla produzione al carico, posizionandoli a pochi metri dai veicoli di trasporto. Il processo è interamente sincronizzato e digitalizzato. Da anni, inoltre, l'impianto ha ottenuto la certificazione 'zero scarti' in discarica. Dal 2010 ha ridotto del 52% l'utilizzo di energia (il 70% è prodotta in casa e il rimanente da fonti rinnovabili) e del 36% l'utilizzo di acqua per unità di produzione. Inoltre, le emissioni di Co2 sono diminuite dell'82%. La strategia 'No air in my truck' massimizza l'efficienza dei viaggi con un maggior riempimento dei camion, insieme all'adozione di soluzioni di trasporto sempre più green. Avviato anche un percorso per migliorare le competenze digitali della forza lavoro, senza dimenticare il rispetto delle diversità e l'inclusione. Valori che contraddistinguono lo stabilimento diretto da Giuliana Farbo.

UNILEVER, CON ARZEDA, CERCA NUOVI ENZIMI PER PRODOTTI PERFORMANTI E SOSTENIBILI

Una partnership strategica per applicare gli ultimi progressi della biologia digitale alla scoperta e progettazione di nuovi enzimi. Che possano migliorare la sostenibilità e le prestazioni dei prodotti per pulizia e bucato. E' quella stretta fra Unilever e Arzeda, protein design company statunitense. Nei prossimi tre anni, la multinazionale applicherà le tecniche di biologia digitale alle proprie innovazioni per brand quali Omo (Persil), Sunlight e Surf. Arzeda, infatti, contribuirà alle migliorie in diversi modi. Da una parte cercando enzimi già presenti in natura, ottimizzandone funzionalità e impatto ambientale attraverso tecnologie intelligenti. Dall'altra progettando nuove versioni di enzimi con vantaggi unici altrimenti non possibili. Unilever, infatti, come parte della sua strategia Clean Future, si è impegnata a eliminare i combustibili fossili vergini come materia prima nei prodotti per pulizia e bucato. La scoperta e l'ottimizzazione di nuovi enzimi nelle formulazioni potrebbe comportare fino al 50% in meno di ingredienti necessari, offrendo al contempo prestazioni superiori al consumatore.

P&G PRESENTA LE DASH PODS CON ENRICO BRIGNANO

E' on air da fine agosto la nuova campagna di Dash. Il brand di Procter&Gamble presenta, con il nuovo testimonial Enrico Brignano (dopo Francesco Totti), le Dash Pods. Il nuovo spot è curato dall'agenzia creativa Wunderman Thompson e pianificato da Carat su mezzi offline e online. Al comico spetta il compito di smascherare le antiche credenze sul bucato, confrontandosi con altri personaggi, sempre interpretati da Brignano. Mamma Anna crede nei lavaggi ad alte temperature. Zio Dino è fissato con l'igiene. La cugina Mara è attentissima a colori e tessuti e lava tutto a mano. Il cugino Marco, sportivo, per rimuovere i cattivi odori usa aceto e limone. Falsi miti che Enrico Brignano è pronto a far cadere con Dash Pods: efficaci anche a basse temperature e nei cicli brevi. Consentono di ridurre le emissioni fino al 60%, igienizzano, garantiscono la rimozione delle macchie e dei cattivi odori e proteggono colori e fibre. Per quanto riguarda la sostenibilità dei propri prodotti, Dash si impegna a utilizzare materiale riciclato post-consumo (Pcr) nei propri imballaggi. Le bottiglie di Dash Liquido contengono fino al 50% di plastica riciclata. Ma entro il 2022 il marchio punta alla riciclabilità totale dei propri imballaggi. Le Dash Pods, infine, sono disponibili anche in un formato 'bag' che riduce la plastica utilizzata per l'imballaggio.

cover story

CRAI: TUTTI I NUMERI DEI DRUGSTORE

Marco Bordoli, amministratore delegato dell'insegna, evidenzia performance, strategie e iniziative della divisione drug. Partendo dall'obiettivo di superare le 80 nuove aperture entro l'anno.

MARCO BORDOLI

La crescita del gruppo Crai è inarrestabile, come si legge nella nostra intervista all'Ad, Marco Bordoli (box a lato). E le ottime performance sono sostenute anche dalla divisione drugstore, guidata da Paola Fuochi, responsabile del canale.

"Dopo un 2020 molto positivo, il risultato progressivo delle vendite da gennaio a giugno 2021 per i drugstore Crai è pari a +13,6%. Il trend corrispettivo del totale canale in Italia si ferma a +8,8%, secondo dati Iri", dichiara l'amministratore delegato della catena. Un distacco che si mantiene anche considerando le performance like for like (a rete costante): "Secondo Nielsen, il trend delle vendite al netto delle nuove aperture, nel progressivo all'11 luglio 2021, fa segnare un +5,98% per il mercato drugstore in Italia. Mentre gli specialisti beauty e casa di Crai crescono a una velocità addirittura maggiore, pari a +6,39%".

PAOLA FUOCHI, RESPONSABILE DEL CANALE DRUGSTORE DI CRAI SECOM

L'ultima Guida Nazionale Specialisti Drug di Nielsen, pubblicata lo scorso marzo, assegna ai drugstore Crai, nel 2020, il guadagno di 2,5 punti percentuali in quota di mercato, raggiungendo una quota complessiva del 27,6% sul totale mercato specialisti cura casa e persona. I negozi drug parte della Centrale erano 1.278 al 30 giugno 2021. "L'obiettivo delle inaugurazioni per l'anno in corso era di 80 aperture", spiega Marco Bordoli. "A oggi siamo a 63 e probabilmente supereremo il traguardo prima, visto che il secondo semestre è sempre più vivace da questo punto di vista".

Tra i protagonisti dell'importante sviluppo ed espansione del canale drug della centrale Crai vi è il socio Ri.Ca., con l'insegna Risparmio Casa. L'ambizioso piano di sviluppo porterà a raggiungere i 200 punti vendita entro il 2025, grazie a un format store e a un'offerta unica e distintiva. La crescita prosegue anche con l'espansione della rete Proshop, della rete Pilato e del processo di unificazione dell'insegna PiùMe all'interno del consorzio Promotre: circa un centinaio dei 361 punti vendita attuali tra Ipersoap, Saponi&Profumi, Smoll e Shuki hanno cambiato l'insegna in PiùMe. Così come continua la conversione dei Lillapois in Caddy's.

Altre 'novità' sono l'ingresso nella Centrale Crai della Società Pagano ubicata in Campania, così come la nascita della catena di proprietà Vitulano Drugstore, società pugliese che performa molto positivamente in termini di nuove aperture e fatturato, e che gestiva i punti vendita Risparmio Casa in Puglia; il processo di cambio insegna e format è già in corso su quasi tutta la rete.

Inoltre, tutti i soci e le insegne drug sono particolarmente attive sul fronte della Marca del distributore. Che è sempre stata al centro delle strategie della Centrale, con una grande attenzione per la dimensione green. Quanto alle performance: "Le Private label dei drug Crai hanno chiuso il 2020 con ottime performance e proseguono la corsa, avendo raggiunto una quota sul fatturato pari al 14,8%. Secondo i dati Nielsen, il progressivo dal 1° gennaio al 30 giugno 2021 registra un +17,7%", specifica Marco Bordoli. "A fronte di una performance che, per la Mdd nel mercato drugstore Italia, si ferma a +10,3%".

"Come centrale abbiamo sviluppato interessanti iniziative in fase di test, che testimoniano come l'expertise della Centrale nel mondo food si possa declinare anche nel canale dei drugstore e viceversa. Sempre, però, rispettando le peculiarità delle singole insegne. Siamo partiti da qualche anno con Dmo, che nei maxi store Caddy's ha integrato un'offerta di food, in linea con la filosofia del benessere e della cura di sé". Quindi non solo parafarmacia, ma anche prodotti salutistici, free from, vegan e similari. Un ampliamento della proposta a scaffale reso possibile dalle più ampie superfici di questi store. Questa estate, invece, anche Vitulano avvia un'interessante operazione: "I negozi Vitulano sono più piccoli, mediamente sui 300 metri quadri, e sono localizzati in una regione, la Puglia, che è fortemente vocata al turismo. Oltre a essere posizionati in zone di grande passaggio. Si è deciso quindi di puntare sugli acquisti d'impulso, posizionando alle casse frigoriferi per la vendita di bevande da passeggio".

Sul finire dell'intervista, una domanda scomoda: "Vi spaventa l'arrivo di Action in Italia?". Marco Bordoli non esita a rispondere: "La concorrenza si fa sempre più dura, soprattutto se si tratta dell'ingresso di player internazionali con grandi capitali alle spalle. Ma questo rappresenta per noi un forte stimolo a fare sempre meglio".

Irene Galimberti

"LA RELAZIONE CON IL CLIENTE È UN PILASTRO FONDAMENTALE PER NOI"

Crai continua a crescere. E nel 2020 mette a segno un +20% a parità di rete. L'importanza della Mdd. E il ruolo sociale dei punti vendita.

2.800 punti vendita dislocati in tutta Italia. Un fatturato globale alle casse pari a sei miliardi di euro. E un'impennata delle vendite online (+900%). Sono cifre importanti quelle raggiunte nel 2020 da Crai. Che, oltre a presidiare il canale alimentare, è specializzata nella distribuzione di prodotti drug e toiletries. E fa del negozio di prossimità il suo punto di forza. Ne parliamo con Marco Bordoli, amministratore delegato della catena.

Crai: un bilancio dell'ultimo anno e mezzo.

Nel 2021 abbiamo registrato un incremento a doppia cifra. Il 2020 è stato un anno fuori dal normale, soprattutto per quanto riguarda i canali di prossimità e ultraprossimità. Rispetto al 2019 abbiamo riscontrato una crescita del +20% a parità di rete e un +30% a rete intera. Per quanto riguarda i drugstore, invece, registriamo un +2,6% rispetto al 2020. Mentre nell'anno della pandemia abbiamo messo a segno un +5% rispetto al 2019. Per quest'anno, invece, puntiamo a crescere del 20% nel segmento dei drug. In generale ci riteniamo soddisfatti, ma la fine del 2021 non sarà semplicissima. Il progressivo ritorno alla normalità ridurrà smart working e Dad. E questo comporterà una contrazione nei consumi domestici. La piena ripresa di bar e ristoranti, invece, favorirà un leggero recupero del cash&carry.

Molti consumatori si sono trovati, causa pandemia, a fare la spesa nei vostri negozi. E, una volta terminata la crisi, hanno deciso di ritornare. Come mai?

Gran parte dei clienti sono rimasti colpiti dagli elementi commerciali di valore trovati nei nostri punti vendita. Penso, ad esempio, all'offerta di freschi e freschissimi. Ma anche all'ampia gamma di prodotti a marchio, testati di frequente dai nuovi consumatori. Se sulle referenze vedono scritto Crai, si fidano. Una gran parte di loro, poi, decide di tornare nei nostri store ma non effettua la spesa completa. Il cliente monolitico non esiste più. Anzi. Oggi i consumatori sono molto selettivi e non fanno la spesa in un solo supermercato. Capita spesso che, una volta entrati nei nostri store, acquistino solo determinate categorie merceologiche. Per noi rimane comunque un grande risultato, perché vuol dire che ci danno fiducia. Fondamentale, infine, è la relazione con gli addetti ai lavori.

Durante la pandemia i negozi di prossimità hanno avuto una funzione sociale. Soprattutto per la fascia più esposta, gli anziani. Che qui hanno trovato qualcuno con cui socializzare…

Concordo. Noi, tra l'altro, abbiamo lanciato un'iniziativa chiamata 'Storie a chilometro vero'. L'obiettivo è raccontare il modo in cui i negozi di prossimità hanno affrontato la crisi sanitaria, spesso servendosi di metodi 'artigianali'. Sono storie veramente belle, raccontate in video di pochi minuti e ambientate perlopiù in provincia. Uno dei temi affrontati è quello del servizio. Durante il lockdown molti negozi hanno ripreso a fare consegne a domicilio. I clienti, spesso anziani, ordinavano i prodotti direttamente al telefono. Confermo, avevamo e abbiamo anche una funzione sociale. Amazon un servizio del genere non lo fa…

Quanto vale la marca del distributore?

Nel settore food la marca privata vale il 17% del totale. La percentuale è in linea con la media nazionale, ma registriamo una forte variazione tra Nord, Centro e Sud. Nel 2020 abbiamo conseguito ottimi risultati. Oramai il cliente si approccia alla marca privata con serenità. E quando vede che il nome dell'insegna corrisponde alla private label presente a scaffale, acquista più facilmente.

Hanno performato meglio i prodotti premium o il primo prezzo?

Per quanto riguarda il primo prezzo, al momento abbiamo un'offerta molto debole. L'andamento si è dimostrato positivo per il mainstream, mentre la linea premium ha riscontrato più criticità. Tuttavia, quella lanciata lo scorso anno, con un assortimento diverso dal precedente, sta performando bene. Sulla gamma 'Piaceri italiani' - composta da circa un centinaio di referenze - abbiamo tolto il marchio Crai. Vorremmo conferirle una dignità di marca per poi distribuirla anche all'estero e in altri canali di vendita.

Abbiamo testato alcuni servizi di consegna della spesa. Cortilia e Gorillas, ad esempio. Queste nuove forme distributive avranno effetti negativi sui negozi di prossimità?

Sono competitor con cui bisogna sicuramente fare i conti. I nuovi player possono sempre insegnare qualcosa di nuovo. Gorillas, a mio avviso, risponde a un'esigenza che non è reale. Nessuno ha bisogno di ricevere un prodotto in cinque minuti. Tra l'altro, sono tutte consegne di pochi articoli che ogni volta smuovono mezzi di trasporto diversi. Un'iniziativa che va contro il concetto di sostenibilità. Si tratta di iniziative differenti tra loro. Ma non tutte avranno vita facile.

Come sono andate, invece, le vendite online?

Il nostro e-commerce era già strutturato, quindi la pandemia non ci ha colti impreparati. Anzi. Siamo partiti con una marcia in più rispetto ad alcuni competitor e infatti abbiamo registrato una crescita del 900%. Senza dubbio, le vendite online ci hanno fatto capire che si tratta di un canale fondamentale, compatibile con il negozio di vicinato. Il nostro, infatti, è un e-commerce di prossimità, perché ogni consumatore sa da quale punto vendita proviene la sua spesa. Al momento sono circa 200 gli store che garantiscono questo servizio.

Il tema della ristrutturazione dei punti vendita storici è sempre più centrale nell'ottica di migliorare l'esperienza di acquisto. Come vi state muovendo?

Già da qualche anno abbiamo avviato un progetto che, attraverso la società Crai Fidi, ci permette di coprire i costi di ristrutturazione dei punti vendita. Mettiamo a disposizione del negozio alcuni professionisti – architetti, ad esempio - che si occupano di layout e quant'altro. Il livello di ristrutturazione può essere soft oppure hard, dipende dai lavori da fare. In entrambi i casi, comunque, abbiamo riscontrato ottimi risultati.

Come vede Crai in futuro?

Ci aspetta un percorso di evoluzione e di modernizzazione. La prossimità e l'ultraprossimità sono di grande attualità, ma devono puntare su declinazioni più specifiche. Esistono tre macrocategorie di prossimità. I negozi ubicati nei centri urbani, ad esempio, devono puntare sul convenience. Quindi su velocità, qualità e sul servizio declinato in tutte le sue sfumature. Il negozio di paese, invece, deve puntare sul suo ruolo sociale e di presidio. In alcuni comuni di provincia si conferma il centro della vita cittadina, dove i clienti possono acquistare persino sigarette e medicinali. Esiste poi la prossimità turistica: gli stranieri sono un asset fondamentale per il nostro Paese. Presidiare le aree turistiche con una logica di servizio efficace è una grande opportunità. Ma per riuscire a farlo, bisogna avere un assortimento selezionato e ben studiato. Chiaramente non deve essere uguale in tutta Italia, ma la sua struttura deve essere coerente ovunque. La territorialità, poi, è ugualmente importante. Fondamentale, infine, è il pricing. Il servizio e la relazione proposte devono avere un prezzo giusto, non esagerato. Le opportunità sono tante, ma bisogna modernizzare anche la parte operativa e di back office. Senza dimenticare il grande tema della sostenibilità.

Angelo Frigerio

ANTEPRIMA AUTUNNO 2021

Una carrellata di prodotti per il cura casa. Non solo dedicati alle faccende domestiche a 360 gradi (pulizie, bucato e stoviglie), ma anche indicati per rendere gli spazi abitati sempre più accoglienti (vedi le profumazioni per ambienti), oltre che per igienizzare - un must imposto dalla recente pandemia - superfici e mani, in casa ma anche in altri contesti. Le aziende puntano spesso su referenze multifunzionali, che consentano, con un solo prodotto, di ottenere più risultati, anche in ambiti diversi dal cura casa. Le formulazioni diventano più concentrate e green, alla ricerca di un sempre minor impatto ambientale, con materie prime naturali e biodegradabili. Formule che, in ogni caso, devono garantire efficacia, oltre al rispetto per la pelle di chi utilizza i prodotti.
Luci puntate anche sulle confezioni, altra tematica di grande attualità e interesse. Si cerca di sostituire o ridurre l'utilizzo della plastica e di aumentare la percentuale di riciclata nella realizzazione dei nuovi pack. Senza dimenticare la possibilità di indirizzare, a fine vita, i materiali al riciclo.
Nelle pagine a seguire, le proposte delle aziende, alcune delle quali - debitamente segnalate - saranno presenti agli appuntamenti in programma, a settembre, nel quartiere fieristico di Bologna: Sana e Cosmofarma (da giovedì 9 a domenica 12), OnBeauty (da giovedì 9 a lunedì 13).

A CURA DI IRENE GALIMBERTI

Herbalist Lumen 19.61 è una raffinata linea di candele artigianali e diffusori per ambiente ispirati allo stile della farmacia di un tempo. I profumi, accuratamente selezionati, vengono miscelati nella cera vegetale e colati a mano in bicchieri in vetro brunito per diventare esclusive candele profuma ambiente oppure vengono lasciati a macerare per lungo tempo in alcool vegetale prima di essere imbottigliati e diventare prestigiosi profumatori per la casa. Profumi originali che traggono ispirazione da esperienze e incontri di viaggio. Fragranze libere da pesticidi e senza Ogm, idonee ai consumatori vegani. Prodotti realizzati in Italia, con Energia Rinnovabile auto prodotta da impianti solari termico e fotovoltaico. Candele da 200 ml in cera vegetale e fragranze con oli essenziali. Diffusori fragranza (da 250 o 500 ml) con infuso in alcool vegetale e fragranze con oli essenziali.
Certificazioni: fragranze certificate Ifra e Lav.

www.lumen.it

HELAN COSMESI DI LABORATORIO

FRAGRANZA PANETTONE - PROFUMATORI PER L'AMBIENTE

Profumatore per ambiente dalla fragranza Panettone. Una composizione che sprigiona tutta l'atmosfera del Natale. Le note zuccherine del cedro candito si fondono a quelle più alcoliche del rum. Un cuore di crema pasticcera e cannella inonda il fondo di vaniglia nera e zucchero integrale. Cofanetto con: fragranza per l'ambiente spray 100 ml; bastoncini aromatici per l'ambiente 100; ml; midollini in rattan.

helan.com

ALMACABIO

LINEA DETERGENTI SENZA PLASTICA

La nuova linea di detergenti in polvere per la lavanderia e la pulizia delle stoviglie è confezionata in astuccio realizzato esclusivamente in cartone. Le nuove formulazioni dei detergenti per la lavatrice in Fustino (2 e 4 Kg) sono più concentrate mentre le Tabs lavastoviglie (25 pz, per 450 grammi) sono 3-in-1, così da unire le virtù di un agente brillantante alla funzione protettiva del sale.
Certificazioni: VeganOk.

www.almacabio.com

BIOCHIMICA - BIOPHURA

BIOPHURA IGIENIZZANTE DERMOCOMPATIBILE

Biophura Igienizzante Dermocompatibile è la linea di prodotti - ideale per la cura del bucato e della casa - che ha scelto di mettere al centro la salute e il benessere dei consumatori, con prodotti formulati per tutelare il delicato equilibrio della pelle e al tempo stesso per minimizzare i rischi di allergie da contatto o respiratorie. Allergie o irritazioni che, a causa della loro escalation, sono diventati sempre più un tema all'ordine del giorno. Biophura Igienizzante Dermocompatibile è formulato con ingredienti di origine vegetale e detergenti eco-bio compatibili, senza allergeni nel profumo, coloranti, siliconi, enzimi, fosfati e ftalati e con antibatterici naturali. La linea consta di cinque referenze: Detersivo Lavatrice 32 lavaggi; Ammorbidente Concentrato 30 lavaggi; Detersivo Piatti 500 ml; Spray Multiuso 750 ml; Dersivo Senza Profumo 20 lavaggi.
Certificazioni: Ccps; VeganOk.

www.biophura.it

HENKEL

NUOVO PRIL EXCELLENCE CAPS 4IN1

Pril Excellence - la gamma di detersivi lavastoviglie per risultati di pulizia e brillantezza 'eccellenti' – si arricchisce con la referenza Caps 4in1. Detersivo predosato, a rapida dissoluzione, con un mix unico composto da 1 camera di polvere e 3 di gel solido. La sua potente formula assicura pulizia profonda contro lo sporco bruciato, brillantezza, cura della lavastoviglie e protezione delle stoviglie delicate. In doypack da 346 o 554 grammi. La gamma include anche tre referenze Pril Excellence Duo Gel, nella bottiglia 50% plastica riciclata da 600 e 900 ml.

www.pril.it

ICEFOR

L'ECOLOGICO BRILLAVETRI

Detergente profumato per superfici dure specifico per vetri, specchi, cristalli a rapida asciugatura. Non lascia aloni. Formula con materie prime vegetali completamente biodegradabili (senza coloranti, Edta, fosfati), consigliato da Legambiente. Il prodotto ha ricevuto il Marchio di Qualità Ecologica dell'Unione Europea (Ecolabel). A base di tensioattivi di origine vegetale ricavati dagli scarti della lavorazione di barbabietola e grano da coltivazioni non sottratte al consumo umano. Nickel, cromo e cobalto tested. Trigger da 750 ml in plastica 100% riciclata post consumo certificata Plastica Seconda Vita.
Certificazioni: Ecobiovegan; Aise Charter; Ecolabel.

www.icefor.com

SEGUE

LA NORDICA – WHITE CASTLE

PROFUMATORE BIANCHERIA - ARMADIO

Sacchetti morbidi riempiti di semi naturali profumati con fragranze intense e fresche. Appesi nell'armadio (utilizzando l'apposito foro) o inseriti nei cassetti profumano e avvolgono di freschezza gli abiti e la biancheria. Disponibili in quattro fragranze: Muschio bianco; Lavanda; Fresco bucato; Talco. Astuccio con 3 bustine in Tnt.

www.whitecastle.it

SANA: PAD. 25, STAND C57

A.T. MARMO SERVICE - NANOTECHSURFACE

DETERGENTE MULTIUSO ECONANO GREEN PROJECT

35 ml di prodotto superconcentrato sviluppano 44 lavaggi lavatrice, un detergente bio con ingredienti di sola origine vegetale da poter utilizzare per tutte le faccende domestiche. Lava vetri, lava pavimenti, sgrassatore, igenizzante, biancheria a mano, lavatrice, ammorbidente. Lascia una piacevole fragranza di pulito. Rapidamente e completamente biodegradabile. Confezione in alluminio termosaldato.
Certificazioni: BioCert Italia; Vegan Ok.

www.detergentenaturale.com

PIERPAOLI

DETERGENTE CONDIZIONATORI MOUSSE

Un prodotto specifico per igienizzare apparecchi di climatizzazione, split e pompe di calore. Formulato con tensioattivi ottenuti da materie prime vegetali ricavate da fonti rinnovabili, in modo da garantire la salvaguardia dell'ambiente e la tutela della salute della persona. La riduzione dell'impatto ambientale è stata calcolata attraverso il metodo del Volume Critico di Diluizione, che considera la biodegradabilità e la tossicità del formulato sui sistemi acquatici naturali. Non contiene profumi sintetici, coloranti, Sles e sostanze di origine animale. Trigger da 500 ml.
Certificazioni: Icea Eco Detergenza; The Vegan Society.

www.pierpaoli.com

SARATOGA INT. SFORZA

NETTA TUTTO

Detergente neutro concentrato dall'ottimo potere pulente su qualsiasi superficie. Toglie lo sporco senza fatica, non richiede risciacquo, non corrode, non macchia, non lascia aloni. Rilascia un gradevole profumo di eucalipto. Può essere usato diluito, per grandi superfici, oppure concentrato, come attivo sullo sporco difficile. In flacone da 1 litro con tappo dosatore, 12 flaconi in display box.

www.saratoga.it

MAPA SPONTEX ITALIA

GAMMA ANTIVIRUS SPONTEX

I Guanti e la Mousse compongono la nuova gamma Antivirus Spontex per la protezione delle mani in tutte le occasioni, in casa e fuori. I Guanti Pocket Antivirus – in vinile, senza lattice e privi di polvere - sono il nuovo formato tascabile di guanti monouso, disponibile in tre piccole confezioni con sei guanti all'interno, perfette da tenere in borsa, in tasca o in macchina. Sono pratici e certificati Antivirus (Certificati En Iso 374-5:2016 dall'organismo notificato n°0075 - Ctc 4 rue Hermann Frenkel 69367 Lyon cedex 07 France), per offrire una barriera protettiva contro virus e microorganismi ed evitare che entrino in contatto con la nostra pelle. Sono i migliori alleati per le attività fuori casa, i viaggi e gli spostamenti (shopping, mezzi pubblici). Facili da indossare e sfilare. Si adattano a entrambe le mani, nelle taglie S/M e M/L. Sono disponibili anche in formato da 100 pezzi nella comoda confezione dispenser (nelle taglie S, M, L) da cui è possibile ricaricare i guanti pocket. La nuova Mousse Disinfettante Mani, nel pratico formato tascabile da 50 ml, è ipoallergenica (trattamento disinfettante delle mani attraverso sfregamento. Soluzione disinfettante senza risciacquo, pronta all'uso con attività battericida, levuricida e virucida, solamente contro i virus con envelope. Formulata per minimizzare il rischio di allergie). Contiene il 100% di ingredienti attivi naturali e garantisce una protezione completa delle mani in ogni occasione. Senza alcool, elimina il 99,99% dei batteri e virus. È adatta a tutta la famiglia, anche per le pelli più delicate dei bambini.

www.spontex.it

NIVEL - TIAMA BIO

LINEA TIAMA PROFUMATORI BIO

Fragranze per la casa biologiche e made in Italy. Con formule vegetali ed estratti botanici. La gamma si compone ad oggi di cinque fragranze ispirate alle ninfe. Dafne (fresca ed energizzante, evoca note di sottobosco e agrumi; nota di cuore aromatica accompagnata sul fondo da un caldo accordo legnoso); Clizia (ispirata ai raggi del sole, con note fruttate e accordi che richiamano fiori bianchi e pomi dorati); Calipso (elegante e ricercata, con delicate note mediterranee che ricordano il giancinto, il legno di rosa e le foglie di violetta); Esperia (energizzante, con note agrumate di testa e un cuore fiorito per una sensazione estiva); Teti (passionale, con note di delicati petali e note fiorite). Prodotti senza: oli minerali, paraffine, petrolati, tensioattivi etossilati, laureth, sles, fosfati, cere ed esteri sintetici, glicoli, siliconi, pvp e filmogeni sintetici, acrilati, carbomer, peg e ppg, fonti di amine, edta, bha/bht, parabeni, isotiazolinoni, fonti di formaldeide, alogenuri, coloranti, ogm, profumi sintetici, sbiancanti ottici, ammoniaca, derivati animali. La confezione 100% plastic free è ecologica, sostenibile e riciclabile: composta da flacone in vetro, tappo e bastoncini in legno, astuccio in cartoncino (tutti materiali separabili nella raccolta differenziata e completamente riciclabili).
Certificazioni: Biologico Aiab; Vegan Friendly; Cruelty Free.

www.tiamabio.it

SANA: PAD 25, STAND C64

ITALSILVA COMMERCIALE - SPUMA DI SCIAMPAGNA

NERO PURO

Nero Puro è la linea Spuma di Sciampagna ideale per capi neri e scuri. Il detersivo Lavatrice Liquido svolge un'azione igienizzante che rimuove germi e batteri a ogni lavaggio. La nuova formula concentrata (45 ml/dose) è ancora più efficace contro le macchie e lo sporco, anche a basse temperature, e grazie alla sua tecnologia mantiene l'originale intensità dei colori, prevenendone lo sbiadimento, con azione ravviva nero. Dermatologicamente testato, rispetta la pelle. Il nuovo flacone (33 lavaggi – 1.485 ml) è prodotto con il 30% di plastica riciclata. Inoltre, la confezione più compatta e il tappo dosatore sono studiati per ridurre l'impiego di plastica e l'impatto sull'ambiente, pur garantendo praticità nel dosaggio e nello stoccaggio del prodotto. Disponibile anche nel formato ecoricarica (29 lavaggi - 1.305 ml) che utilizza il 70% di plastica in meno rispetto a un flacone tradizionale di detersivo di pari formato ed è 100% riciclabile. Nuova formula concentrata anche per il detersivo Bucato Delicato Nero Puro (nel flacone da 800 ml per 16 lavaggi), che propone anche una nuova fresca fragranza. Ideale per il lavaggio a mano e in lavatrice di capi delicati neri e scuri. Nuova formula con tecnologia ravviva nero, previene lo sbiadimento dei tessuti. Entrambi i prodotti sono dermatologicamente testati e rispettano la pelle.

www.spumadisciampagna.it

A. SUTTER

EMULSIO CATTURAODORI IGIENIZZANTE

Emulsio CatturaOdori con alcool è uno Spray Igienizzante con il 90% di ingredienti di origine naturale. Dermatologicamente testato e senza nichel (<0,01 ppm). Inoltre, grazie alla Tecnologia Odor Neutralizer, elimina gli odori e lascia una delicata profumazione. Disponibile in due fragranze: Freschezza Naturale e Brezza Marina, in bombola da 350 ml.

www.emulsio.it

SEGUE

UNILEVER ITALIA MKT OPERATION - LYSOFORM

LYSOFORM MULTIUSO DISINFETTANTE

Lysoform Multiuso Disinfettante è un presidio medico chirurgico indicato per la disinfezione delle attrezzature in genere, come quelle presenti nelle palestre, bagni, tavolette wc e docce, degli strumenti e di tutti i materiali che necessitano un'accurata disinfezione. Confezione da 300 ml.

www.dettofranoi.it/lysoform/

MADEL - WINNI'S

PROFUMATORE PER BUCATO VANIGLIA E FIORI DI PESCO

Winni's Profumatore Vaniglia e Fiori di Pesco per tessuti è studiato per donare ai capi una fragranza unica, intensa e persistente. Caratterizzata da note fiorite e calde note legnose per un bucato profumato a lungo. I tensioattivi presenti nel prodotto sono facilmente, rapidamente e completamente biodegradabili (in base al regolamento 648/2004/CE), sono di origine vegetale e vengono trasformati dai microrganismi presenti nell'acqua in sostanze naturali. La fragranza è realizzata con il 98% minimo di materie prime biodegradabili. In pack riciclabile e riciclato da 250 ml.

www.winnis.it

ZAPI – PROTEMAX

PROTEMAX TRAPPOLA FORMICHE ESCA GEL INSETTICIDA

Un'esca gel insetticida pronto uso altamente appetibile per le formiche, ricca di sostanze nutritive e zuccherine. La fluidità e l'elevato potere energetico del gel consentono alle formiche di cibarsi in abbondanza e velocemente. Dopo essersi nutrite, le formiche tornano al loro rifugio diffondendo l'esca all'intera colonia fino alla regina. Rimane appetibile a lungo, garantendo la sua efficacia fino a 3 mesi dall'attivazione del contenitore. Il prodotto è indicato per ambienti interni ed esterni su superfici orizzontali dove si nota la presenza di formiche, ad esempio, lungo i passaggi frequentati dalle formiche o in prossimità delle entrate di formicai. Blister con 2 box.

www.protemax.it

COSMOFARMA: PAD. 29, STAND B9

NATURA AMICA

NUOVE REFERENZE PER LA LINEA PURO ECODETERSIVI NATURALI

La linea di Ecodetersivi naturali Puro, by Natura Amica, si arricchisce con le referenze specifiche per Capi scuri e jeans o per Capi colorati. La formula in polvere concentrata di questi prodotti, sia a mano sia in lavatrice, attiva già a basse temperature, igienizza smacchiando ed eliminando lo sporco nel pieno rispetto della pelle e dell'ambiente. Come tutti i prodotti Natura Amica, sono realizzati con ingredienti naturali, concentrati, dermocompatibili e completamente biodegradabili. Puro Capi scuri e jeans è un concentrato polvere speciale per lavare i capi scuri senza scolorirli. Una formula brevettata che contiene una miscela di enzimi attivi, gli inibitori del colore, tutti di origine naturale, che bloccano il colore impedendo che possa passare da tessuto a tessuto, trasmigrando, evitando spiacevoli incidenti.
Gli speciali tensioattivi una volta individuata la macchia la circondano e ne permettono la dispersione nell'acqua, pulendo il capo e mantenendone intatto il colore. Puro Capi colorati, invece, è un detergente in polvere concentrato per capi colorati, con un elevato quantitativo di enzimi naturali, efficaci già a basse temperature, arricchito da allume di rocca per fissare i colori e mantenerli luminosi e brillanti, impedendo che il colore più scuro si depositi su quello più chiaro danneggiandolo. Non contiene sbiancanti ottici, quindi evita lo scolorimento dei capi, gli aloni e residui chiari sui tessuti. Confezionamento in busta doypack in materiale plastico, da 250 grammi.
Certificazioni: Bio Eco Detergenza Aiab; Qualità Vegana.

www.naturaamica.care

FINE

CHEMICAL FLACER: ‘SOLIDI’ DA OLTRE 40 ANNI

La società bolognese è specializzata nella produzione di tabs e polveri per lavastoviglie e lavatrici. Sia in conto terzi sia a proprio marchio. Intervista all’Ad, Matteo Ceri, che anticipa progetti e novità in arrivo.

La detergenza solida, tanto in voga oggigiorno, non è certo una novità per Chemical Flacer. La società bolognese, infatti, è attiva nel segmento già dal 1977. Ma, da allora, non ha mai smesso di investire per innovare e differenziarsi dal resto del mercato. Ne parliamo con Matteo Ceri, figlio del fondatore e attuale amministratore delegato.

Come è nata Chemical Flacer?

E’ nata insieme a me. Nel senso che mio padre Flavio, all’epoca direttore commerciale in un’azienda di Milano attiva nella produzione di sale, al mio arrivo decise di avviare un’attività autonoma trasferendosi nel bolognese. Era il 1977, la sede a Rioveggio e la produzione interamente dedicata alla realizzazione di pastiglie in sale per l’addolcimento delle acque.

Quindi le compresse monodose sono da sempre il vostro core business…

Esatto. Per 20 anni sono state le pastiglie di sale. Poi, nel 1997, decidemmo di utilizzare le nostre tecnologie per avventurarci in un segmento agli albori. Che allora era ancora di nicchia, ma che sarebbe diventato di tendenza: quello delle compresse per lavastoviglie. Con il passare degli anni, l’azienda si è imposta come una delle realtà produttive conto terzi più importante nel settore della detergenza solida per lavastoviglie e lavatrici (sia per la casa sia per il comparto Horeca). Prima sul mercato nazionale, poi, a partire dal 2004, anche su quello estero.

Per quale motivo l’export parte nel 2004?

E’ stanno l’anno in cui sono entrato a tutti gli effetti in società. In realtà l’azienda è sempre stata la mia seconda casa e anche negli anni degli studi aiutavo mio padre con le diverse attività. Sono stato distante solo per l’università, che

MATTEO CERI ALL’OPERA CON ALCUNI CLIENTI

ho frequentato in Finlandia, poi a Londra, per laurearmi in Russia. Ma era come se fossi in avanscoperta, con l’idea di sviluppare il nostro business anche oltreconfine. E così è stato. Oggi siamo presenti in oltre 40 paesi del mondo, tra Europa, Nord America, Russia e Oceania. Sia con agenti monomandatari sia plurimandatari, ma gestiamo comunque tutto da Bologna. L’export vale il 75% del fatturato complessivo del Gruppo, composto da due realtà autonome: Chemical Flacer Srl e Chemical Flacer di Ceri Flavio e Matteo Sas.

A proposito di fatturato… come si è chiuso il 2020?

Nonostante le difficoltà legate alla pandemia, il 2020 ha fatto registrare una crescita, con un giro d’affari di gruppo pari a oltre 25 milioni di euro. In questo 2021 il fatturato raggiungerà i 28 milioni (20 appannaggio della Srl e 8 della Sas) e abbiamo assunto otto dipendenti, ora siamo a quasi 70 addetti.

Come avete retto alla crisi globale scatenata dal Covid19?

Abbiamo anche noi dovuto fare i conti con i lockdown, la carenza di materie prime, le difficoltà logistiche e i rincari nei trasporti, con i costi dei container quintuplicati se non decuplicati… La nostra forza sta nel prodotto.

Vale a dire?

Per prima cosa, tra i numerosi vantaggi della forma solida spicca il fatto che un camion di tabs ha un valore di 5 o 10 volte superiore rispetto a uno pieno di detersivi liquidi.

E gli altri vantaggi?

Ad esempio la praticità; la sostenibilità in quanto a consumi, impatto ambientale inferiore e minori emissioni di Co2; oltre che costi di trasporto più bassi. In ogni caso, un prodotto con valore aggiunto soffre meno sul mercato rispetto a prodotti più tradizionali.

In cosa si distingue la vostra offerta?

Caratteristica fondamentale è la nostra flessibilità, accompagnata da creatività, qualità, competitività, sostenibilità e italianità. Tutti elementi grazie ai quali stiamo crescendo. il successo aziendale arriva dal rapporto costruttivo e mirato con i clienti, che include consulenza, tutoraggio e partecipazione allo sviluppo del prodotto. Tutto questo è possibile grazie alla stretta collaborazione con i centri di prova e i produttori di materie prime, nonché l’applicazione delle proprie esperienze e la comprensione dei mercati, delle tendenze e del comportamento dei consumatori. Inoltre, una forte sensibilità nei confronti di tutto ciò che ci circonda ha spinto da subito l’azienda a concentrare gli sforzi sullo sviluppo di detergenti a basso impatto ambientale. Chemical Flacer è membro Rspo (Roundtable on Sustainable Palm Oil), Aise (International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products) e Sedex (Empowering Responsible Supply Chains) e le formule hanno ottenuto certificazioni di qualità Ecolabel, Nordic Swan ed Ecocert.

Massima attenzione, quindi, anche agli investimenti…

Ovviamente. Negli ultimi tre anni abbiamo investito circa 3 milioni di euro in strutture, tecnologie e produzione. Con implementazioni in tutti e tre gli stabilimenti, tra loro vicini: la sede storica di Rioveggio, il sito di Vado e quello di Marzabotto, dedicati alla produzione di pastiglie per lavastoviglie e bucato, oltre che al confezionamento polveri. In totale sono 10mila metri quadri coperti, in cui accoglieremo presto due nuove linee e una nuova divisione.

LO STABILIMENTO DI VADO (BOLOGNA)

Di cosa si tratta?

Entro fine anno presenteremo due nuovi concetti di monodose (vedi box). Il Refill in pastiglie per trigger e i Pods per bucato e per lavastoviglie. Inoltre, stiamo creando una divisione cosmetica per la produzione di shampo e detergenti in forma di pastiglie e polveri (vedi articolo su b2B beautyToBusiness). Grazie agli investimenti previsti l’azienda raggiungerà, entro la fine del 2022, la capacità produttiva di oltre 15mila tonnellate giornaliere (800 milioni di pastiglie/anno).

Avete in serbo ulteriori novità per i prossimi mesi?

Chi si ferma è perduto.

Irene Galimberti

NOVITÀ

Pods Polvere&Liquido

Progetto specifico per il bucato, nato per offrire una referenza nuova, alternativa alle classiche cialde per lavatrice. Un prodotto più performante, esteticamente accattivante e piacevole; che allo stesso tempo garantisce un minor impatto ambientale, sia attraverso la formulazione green sia grazie al packaging ‘zero plastic’. L’imballaggio sarà di vari tipi di cartone riciclato e certificato Fsc. Nessun elemento in plastica nella confezione.

Refill in pastiglie per trigger

Tabs monodose da diluire direttamente all’interno del trigger nelle declinazioni per superfici dure; wc; cucina e multiuso.

Nuova divisione cosmetica per la produzione di shampo e detergenti in pastiglie e polveri.

CAPACITÀ PRODUTTIVA

Tabletting Area

17 comprimitrici
16 flow wrapping
9 astucciatrici
1 linea doypack
2 linee pick and place
2,5 milioni tabs/day
40 tons tabs/day
600 milioni tabs/year

Powder Area

4 mixers
1 dishwasher powder line
1 stain remover in powder line
10 tons powder/day

DOSSIER STOVIGLIE E LAVASTOVIGLIE

Il comparto mette a segno performance positive nella grande distribuzione italiana. I dati Nielsen e le proposte delle aziende.

Non c'è alcun dubbio. L'anno del Covid19, complici i lockdown con le persone costrette in casa, ha spinto le vendite di prodotti per il lavaggio delle stoviglie. Che siano per la pulizia a mano o a macchina, oppure additivi e referenze per la manutenzione della lavastoviglie.

Secondo dati Nielsen, le vendite di questo comparto nella grande distribuzione italiana hanno fatto registrare performance in crescita su base annua.

In particolare, il valore del mercato delle referenze per lavastoviglie è passato dagli oltre 225 milioni di euro del 2019 ai 269 milioni del 2020. Facendo segnare un +19,5%. Crescita annua del +15,1%, invece, per gli additivi lavastoviglie. Passati da un valore di circa 70 milioni di euro registrato nel 2019 a quello di oltre 80,5 milioni dello scorso anno. Un incremento più contenuto (pari a +5,7%) è stato registrato dai prodotti 'stoviglie mano', che nel 2020 sono arrivati a valere quasi 230 milioni di euro, contro gli oltre 217 milioni del 2019.

Quest'ultima categoria è l'unica a registrare, nel progressivo 4 gennaio – 25 aprile, una flessione pari a -4,7% sullo stesso periodo dell'anno precedente. Con un valore sceso dai 72 milioni dei quattro mesi nel 2020 ai 68,6 dello stesso periodo 2021. I prodotti per lavastoviglie segnano invece, nello stesso periodo, un +5,6%, passando da 84,6 milioni di euro registrati nei primi quattro mesi del 2020 agli 89,3 milioni del 2021. Ancora meglio, seppur con valori inferiori, le performance degli additivi per lavastoviglie. Da gennaio ad aprile 2021, infatti, questa categoria ha fatturato 26,7 milioni di euro, contro i quasi 24,5 milioni dello stesso periodo 2020. Una crescita da +9,1%.

In questo dossier le aziende propongono le proprie referenze per la categoria stoviglie. Non solo detergenti, gel, tab e solidi, ma anche sale, prodotti per la manutenzione e contro i cattivi odori. Oltre a spugne e accessori. La pulizia è al centro, ma non è l'unico obiettivo da perseguire. Ci sono infatti prodotti multiuso, ma soprattutto igienizzanti e antibatterici. Estrema ricerca nei confronti delle materie prime utilizzate, con formulazioni che vantano alte concentrazioni di attivi, la presenza di estratti vegetali e di ingredienti completamente biodegradabili.

ANDAMENTO COMPARTO DETERGENTI STOVIGLIE TOTALE ITALIA - AGGIORNAMENTO AL 25/04/21

	ANNO 2020			PROGRESSIVO 05 APRILE - 25 APRILE			PROGRESSIVO ANNO 4 GENNAIO - 25 APRILE		
	V. Valore	V. Valore	Var.% V.Valore vs anno prec.	V. Valore	V. Valore	Var.% V.Valore vs anno prec.	V. Valore	V. Valore	Var.% V.Valore vs anno prec.
DETERGENTI STOVIGLIE	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2020	Anno Precedente	Progressivo mese	Progressivo mese	Anno Precedente	Progressivo Anno	Progressivo Anno
ADDITIVI LAVASTOVIGLIE	70.041.660	80.583.828	15,1	4.932.266	4.879.497	-1,1	24.484.638	26.702.334	9,1
LAVASTOVIGLIE	225.073.371	269.017.957	19,5	15.509.033	16.264.058	4,9	84.663.983	89.380.446	5,6
STOVIGLIE MANO	217.441.511	229.800.269	5,7	13.400.068	12.187.702	-9,0	72.073.543	68.676.343	-4,7

Fonte: Nielsen

SEGUE

MAPA SPONTEX ITALIA
SPUGNA UNIVERSALE ANTIBATTERICA

La nuova spugna Universale Antibatterica è l'alleato ideale per le pulizie quotidiane di piatti, stoviglie e superfici, per garantire la massima igiene. Il lato abrasivo – arricchito con uno speciale trattamento antibatterico che impedisce la proliferazione di batteri e l'insorgenza di cattivi odori - rende questa spugna un prodotto che non può mancare in casa. Inoltre, la fibra è arricchita con estratti minerali naturali, che rendono il prodotto naturalmente efficace anche contro lo sporco ostinato e durevole nel tempo, per un pulito ancora più splendente su stoviglie e superfici di tutta la casa. La spugna è composta da un lato in poliuretano, che garantisce un'ottima assorbenza, e da una fibra abrasiva con estratti minerali naturali e trattata con un agente antibatterico, lo zinco piritione, che uccide il 99,9% dei batteri presenti sulla fibra (test interni di laboratorio, settembre 2020). Disponibile in formato convenienza 2+1 gratis.

www.spontex.it

HENKEL
PRIL GEL

Pril è la gamma completa di Gel lavastoviglie, con formule a rapida dissoluzione, eccellenti anche nei cicli brevi e a basse temperature. Gold Duo Gel (da 600 o 900 ml) vanta la forza e l'efficacia di 2 gel in un unico prodotto, per stoviglie perfettamente pulite e brillanti. Tutto in 1 Gel (in bottiglia 50% plastica riciclata da 684 o 1.044 ml) è la soluzione multifunzione per una pulizia profonda di tutti i tipi di sporco. Disponibile anche nella variante ProNature (da 608 o 908 ml), con 80% ingredienti di origine naturale, 0% coloranti, fosfati e profumo, oltre a una bottiglia in plastica 100% riciclata.
Certificazioni: EcoLabel per Pril Tutto in 1 Gel ProNature.

www.pril.it

TAVOLA
MISTER MAGIC LIMONCINO DEO LAVASTOVIGLIE

Mister Magic Limoncino Deodorante Lavastoviglie neutralizza i cattivi odori e funziona anche a lavastoviglie spenta. Con estratti naturali di agrumi, garantisce una gradevole fragranza al profumo di limone per 70 cicli di lavaggio (140 per l'intera confezione). Dotato di un pratico gancio per una facile collocazione all'interno della lavastoviglie. Confezione doppia: 6 + 6 ml.

tavolaspa.com

SUTTER PROFESSIONAL
WASH PLUS SAN

Per il lavaggio manuale delle stoviglie, un detergente concentrato igienizzante schiumogeno formulato con materie prime selezionate per un'efficace azione sgrassante. La formula innovativa contiene acido lattico per garantire un'azione igienizzante e un'efficace molecola antiodore in grado di neutralizzare gli odori sgradevoli. Specialmente indicato per il lavaggio di stoviglie, bicchieri, posate, pentole, attrezzi, banchi di lavoro nelle cucine e mense. Tanica da 5 Kg.

www.sutterprofessional.it

MIL MIL 76
LINEA STRABILIA ACETO STRABILIANTE

L'Aceto Detergente Universale 21 Usi di Strabilia è un detergente universale multiuso. Pratico, facile ed efficace, è indicato per superfici, oggetti e tessuti, per pulire e igienizzare tutta la casa. Numerosi anche gli impieghi in cucina. E' infatti adatto per eliminare gli odori e pulire pentole e contenitori in acciaio Inox, anche in caso di macchie da bruciature; bollitori; caffettiere e tazze incrostate o macchiate; contenitori per cibi; oltre che per sgrassare tutte le stoviglie. Può essere usato periodicamente anche per la pulizia e la manutenzione della lavastoviglie, versando nella macchina il prodotto e attivando un ciclo a vuoto. Disponibile in flacone da 1.250 ml e come Aceto Spray Mousse Trigger da 750 ml.

www.milmil.it

MARTINISPA
SPUGNA MULTIUSO DOPPIA PROTEZIONE ANTIBATTERICA

Spugna multiuso arricchita con particelle di rame e ingredienti antibatterici, la cui presenza inibisce la proliferazione di batteri, preservando l'igiene della spugna. Il lato morbido dall'azione delicata è arricchito con zinco piritione e tiabendazolo; mentre il lato in fibra forte, ideale per rimuovere lo sporco più incrostato, incorpora particelle di rame con proprietà antibatteriche. Il prodotto fa parte di Hygiene + casa, la gamma di prodotti con ingredienti antibatterici per la pulizia e la cura della casa. L'innovativa linea è arricchita con ioni d'argento, tiabendazolo e fibre di rame che inibiscono la crescita di batteri garantendo alle spugne o ai panni multiuso di rimanere più puliti nel tempo senza sviluppare cattivi odori. Pack da 3 pezzi.

www.martinispa.com

NIVEL - BIOPURO
BIOPURO GEL LAVASTOVIGLIE 500ML

Gel detergente per lavastoviglie con formula vegetale ed estratti botanici, completamente biodegradabile. Sgrassa a fondo e rende piatti e bicchieri brillanti e senza aloni. Lascia inoltre un gradevole profumo di menta fresca all'interno della lavastoviglie. Non contiene derivati petrolchimici, è infatti privo di: Edta, fosfati, fosforo e fosfonati petrolatum, laurteth-th e sles, peg ppg, oli minerali, parabeni, methylisothiazolinone, fomaldeide, profumo e coloranti di sintesi, derivati animali e Ogm, sbiancanti ottici e cloro, alool ed enzimi). Efficace già con il ciclo Eco. Testato dermatologicamente e a nichel, cromo, cobalto. Flacone da 500 ml in bioplastica vegetale da canna da zucchero.
Certificazioni: Biologico Aiab; Vegan friendly; Cruelty free.

www.biopuro.it

TEANATURA SOCIETÀ BENEFIT
PIATTI A MANO SOLIDO

Tea Piatti a mano Solido rinnova la visione del detersivo per i piatti, in quanto evita ogni consumo di plastica evitando sprechi o immissione di nuovi flaconi nell'ambiente. Non è un sapone, ma un concentrato di attivi che rendono le stoviglie splendenti, pulite e senza odori residui. Ottenuto con materie prime vegetali provenienti da fonti rinnovabili facilmente e rapidamente biodegradabili, che svolgono al meglio la loro funzione sgrassante e igienizzante nel pieno rispetto dell'ambiente. La presenza di glicerina vegetale e di amido di riso, ingredienti con funzione dermoprotettiva, assicura alla pelle delle mani una giusta idratazione e nutrimento. Il Detersivo Piatti a Mano Solido Tea è profumato con olio essenziale di limone siciliano. Scatola da 55 grammi.
Certificazioni: Vegan; Cruelty Free.

www.teanatura.com

ALMACABIO
LAVASTOVIGLIE COMPRESSE 3-IN-1

Le nuove tabs lavastoviglie di Almacabio sono confezionate all'interno di un astuccio realizzato esclusivamente in cartone e le tabs sono avvolte in un film idrosolubile, per un prodotto 100% privo di plastica. La nuova formula delle tabs, oltre all'ottima efficacia pulente, unisce le virtù dell'agente brillantante e del sale lavastoviglie. Il funzionamento è ottimale con ogni programma ed eccelle nei lavaggi brevissimi sopra ai 60° C. Ogni compressa viene preservata da un microfilm idrosolubile capace di sciogliersi completamente. Astuccio con 25 tabs.
Certificazioni: VeganOk.

www.almacabio.com

GREENPROJECT ITALIA - GREENATURAL
SALE PER LAVASTOVIGLIE ECOCUCINA

Il Sale per lavastoviglie Greenatural è composto da purissimo salgemma perfettamente solubile nell'acqua e senza l'aggiunta di additivi. Non lascia residui nell'addolcitore, riduce la durezza dell'acqua, evita la formazione di calcare e la fastidiosa patina opaca sulle stoviglie, migliora l'efficacia del detersivo e assicura un perfetto funzionamento della lavastoviglie. Un'eccessiva presenza di calcare nel tempo crea spiacevoli incrostazioni sulle parte meccaniche. L'utilizzo periodico e costante del Sale per Lavastoviglie Greenatural aiuta a mantenere l'elettrodomestico in perfetta efficienza. Packaging Ecofriendly in carta da 1 Kg.

www.greenatural.it

ARCASA
LAVAPADELLE TONDO IN TRITAN

Spazzola lavapiatti e padelle, made in Italy, confezionata con cartoncino. Il Tritan è un innovativo polimero privo delle dannose componenti del policarbonato (la comune plastica), quali i bisfenoli (Bpa), e riciclabile al 100%.
Certificazioni: Brc Certification.

www.arcasa.it

PIERPAOLI
EKOS PASTIGLIE LAVASTOVIGLIE

Pastiglie lavastoviglie idrosolubili, con oli essenziali di eucalipto e menta e senza profumi di sintesi. 78% di ingredienti di origine naturale. Valori di nichel, cromo e cobalto < 0,0001 %. Confezione da 25 pastiglie.
Certificazioni: Icea Eco Detergenza; The Vegan Society Uk.

www.pierpaoli.com

BIOCHIMICA
BIOFORM PLUS IGIENIZZANTI PER STOVIGLIE E LAVASTOVIGLIE

Bioform Plus continua a presidiare le categorie coerenti con il bisogno di igiene e disinfezione. Arriva così la prima linea completa di igienizzanti per stoviglie e lavastoviglie composta da 4 referenze. Il Gel Piatti Concentrato da 1 litro, il Gel Lavastoviglie multifunzione tutto in 1 da 37 lavaggi, il Curalavastoglie 6 azioni in 1 da 250 ml e il Brillantante Lavastoviglie da 500 ml.

www.bioformplus.it

ZECA - NATURA AMICA
CURA LAVASTOVIGLIE

Trattamento intensivo naturale per prolungare la vita della lavastoviglie. Il prodotto, in polvere concentrata biologica, igienizza e libera l'elettrodomestico dai residui dei detergenti chimici e dal calcare, riportandolo alla sua originale efficienza e permettendogli di durare più a lungo. Rimuove il grasso e il calcare, elimina gli odori, libera gli scarichi, protegge e lucida le parti metalliche. A base di acido citrico, allume di rocca, citato di sodio, silice micronizzata, maltodestrine bio. In busta doypack da 100 grammi.
Certificazioni: Bio Eco Detergenza Aiab; Qualità Vegana.

www.naturaamica.care

ICEFOR
L'ECOLOGICO GEL LAVASTOVIGLIE

Detergente gel lavastoviglie creato con tensioattivi di origine vegetale ricavati da residui della filiera agroalimentare (barbabietola da zucchero e grano), per il rispetto dell'ambiente in un'ottica di economia circolare. Coltivazioni non sottratte al consumo umano. Gradevolmente profumato al limone. Nickel, cromo e cobalto tested, senza Edta, Fosfati, coloranti. Fino a 37 lavaggi. Prodotto consigliato da Legambiente. Flacone in plastica 100% riciclata post consumo da 750 ml.
Certificazioni: Ecobiovegan, Aise Charter.

www.icefor.com

DECO INDUSTRIE - SCALA
SCALA SGRASSANTE AL LIMONE

Versione in edizione limitata del tradizionale detersivo per piatti Scala Sgrassante al limone. Scala Piatti Sgrassante Limone 750 ml celebra i 70 anni di Deco Industrie con una nuova etichetta che riporta un grande "Grazie! Da 70 anni insieme a te creiamo lavoro e proteggiamo l'ambiente". Una edizione speciale del detersivo per i piatti che ricorda l'impegno costante e continuo verso la sostenibilità sociale e ambientale che caratterizza Deco Industrie. Resta invariata la qualità del prodotto, il più conosciuto della marca e acquistato ogni anno da milioni di consumatori lungo tutta la penisola. In flacone da 750 ml.

www.decoindustrie.it
www.detersiviscala.it

LA NORDICA – WHITE CASTLE
NO ODORE IN CUCINA SAPONE LIQUIDO LAVAMANI CON ASSORBIODORE

Un sapone liquido per le mani ideale in cucina per togliere gli odori più difficili, come quelli di aglio, pesce e cipolla. Formulato con ingredienti di origine vegetale, arricchito con glicerina e pantenolo, con pH fisiologico, deterge efficacemente lasciando le mani morbide e delicatamente profumate con una nota mediterranea, fresca. Contiene assorbiodore, ingrediente di derivazione naturale (ricino) ed altamente biodegradabile in grado di 'catturare' i cattivi odori, inattivandoli, senza poi rilasciarli. Dispenser da 500 ml.

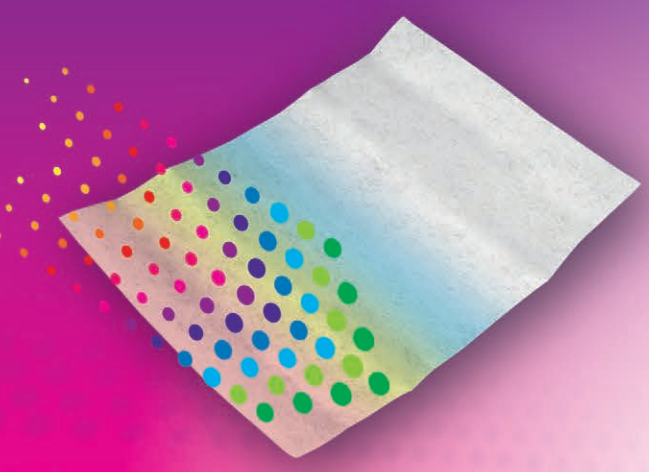
www.whitecastle.it

FINE

NOVITÀ

BRAWN BUCATO SICURO
+ con MOLECOLA IGIENIZZANTE

Dalla ricerca di laboratorio nasce un nuovo prodotto alleato della detergenza del bucato in lavatrice che, grazie alla nuova formula con molecola igienizzante, agisce già a basse temperature garantendo igiene e rispetto dei capi in tutta sicurezza. Il potenziamento della formula con agenti inibitori permette inoltre di catturare i colori dispersi nell'acqua impedendo il trasferimento delle tinte da un capo all'altro.



FORMULA POTENZIATA
CATTURA le TINTE e tutti i COLORI

ALTA QUALITÀ certificata

con MOLECOLA IGIENIZZANTE

www.mondobrawn.com