

# GDOWEEK

4 - 2016

14 marzo

GDOWEEK 2016 - Settimanale - New Business Media s.r.l. - via Eritrea, 21 - 20157 MILANO - ISSN 1123-7260  
 Poste Italiane S.p.A. - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n. 46) - art. 1, Comma 1, DCB Milano

*espressione  
di un territorio unico*

☑ CONEGLIANO VALDOBBIADENE  
PROSECCO SUPERIORE  
D.O.C.G.

☑ PROSECCO  
D.O.C.  
TREVISO

☑ PROSECCO  
D.O.C.  
VINO FRIZZANTE

TORRI DEL MARCA  
Conegliano - Valdobbiadene  
PROSECCO  
SUPERIORE  
DOCG

www.lamarca.it



#### LAST PIN

Una sorta di "scivolo" che fa cadere la frutta. Una soluzione verticale, che permette di ridurre lo spazio ortofrutta del 50% e dedicarlo ad altro. La fidelizzazione passa anche da qui: lo sa bene Fairway, piccola ma prestigiosa catena di New York, dove è nata nel 1933. Specializzata nell'offerta di prodotti locali a prezzi accessibili, si definisce "come nessun'altro market" per shopper experience offerta e prezzi. Un posizionamento chiaro e coerente

La vendita digitale è possibile anche senza sito. Ecco i nuovi servizi 2.0

#### TAIL&SERVIZI

supply chain del  
addio verso nuove  
de; la prossima  
oluzione è nel  
livery sia in-store  
al consumatore

L'azienda pugliese di Corato ottiene la certificazione Halal, unica a livello europeo nella specifica categoria e intercetta una nuova fascia di consumatori

# Gli investimenti tecnologici di Fas allargano il mercato dei pannolini



## FRANCESCO SQUEO, PRESIDENTE DI FAS

"Fas produce anche per un consorzio farmaceutico. Attualmente siamo presenti in oltre 9.000 farmacie in Italia: numeri che ci consegnano una presenza nel 50% del mercato farmaceutico nazionale".

**Il nuovo processo di lavorazione ha permesso di incrementare la capacità produttiva dell'80% su base oraria, garantendo riduzione dei consumi di energia e scarti di produzione**



Secondo il Ministero degli Affari Esteri, nel nostro Paese vi sono 1,5 milioni di persone di fede musulmana, che rispettano regole indicate dalla legge coranica. Per intercettare l'esigenza di questo target l'azienda Fas di Corato (Ba) che produce pannolini per bambini e assorbenti igienici, ha ottenuto, prima e unica a livello europeo del suo settore, la certificazione Halal per i prodotti a marchio proprio. "La nostra azienda -spiega il presidente, Francesco Squeo- da anni è impegnata in investimenti tecnologici, nella formazione dei propri operatori e nell'aumento della qualità dei prodotti. La certificazione Halal, fra l'altro, richiedeva un'ottimizzazione dei processi produttivi".

Ora i retailer della gdo avranno l'opzione se apporre o meno il bollino della certificazione. L'azienda è pronta ad avviare le pratiche formali per poter abbinare la certificazione Halal ai prodotti non a marchio Fas. Per supportare la novità relativa alla certificazione islamica, il management sta valutando una serie di progetti di comunicazione e soprattutto sta incontrando i buyer, per consegnare loro i risultati del lavoro di mappatura che è stato svolto per far emergere le potenzialità di questo particolare mercato e target.

La società può proporsi in modo agevole non solo al mercato italiano, ma anche all'estero, specie ai Paesi con popolazione musulmana: "Le prime commesse sono già state definite con il Centro Africa. Altre ne seguiranno". Forti attenzioni sono in atto per il mercato cinese e l'intero Sud-America.

## Uno stabilimento rimodernato

Due anni fa gli impianti di produzione di Fas sono stati modernizzati (per un investimento di tre milioni di euro), in modo da ottimizzare la qualità e l'efficienza produttiva: l'impianto di pannolini per bambini è stato sostituito con un macchinario guidato da processi elettronici, che ha migliorato la velocità al minuto e che garantisce un maggior controllo del ciclo produttivo. "Mentre prima -spiega il presidente- venivano prodotti 250 pezzi al minuto, a regime oggi si può arrivare a 350. L'opificio misura 2.000 metri quadri, lo spazio per le materie prima 3.000, lo spazio per il prodotto finito 2.500".

## I canali distributivi

L'azienda produce per il 40% del fatturato a marchio proprio, per il 60% conto terzi. "Se si parla di insegne, ci riferiamo a contratti di carattere periferico-territoriale. Nel farmaceutico, produciamo invece private label sulla base di un contratto nazionale firmato con un consorzio del settore; nella prima infanzia abbiamo ugualmente in essere contratti nazionali". Questi ultimi due canali sono quelli attualmente maggiormente presidiati a livello nazionale.