



Home » Industria » Fumaiolo punta sull'assaggio per aprire le nuove piazze

## Fumaiolo punta sull'assaggio per aprire le nuove piazze

09/11/2019 - 11 novembre 2019



La strategia commerciale messa in atto da Fumaiolo si basa sulle degustazioni in-store guidate dai dipendenti, testimonial dello storytelling produttivo

“La forza di Fumaiolo? Qualità dei prodotti”. Alessandro Caminati, amministratore di Fumaiolo, non ha dubbi: il miglior modo per presentare al meglio le referenze che l'azienda alimentare romagnola produce, è offrirle direttamente ai potenziali consumatori.

La strategia commerciale messa in atto da Fumaiolo, e che sino ad oggi ha premiato l'azienda, consentendole di espandersi anno dopo anno nel mercato italiano ed estero, è semplice e chiara: in ogni nuova realtà in cui andrà a insediarsi, organizzare degustazioni in-store per fare testare tutta la gamma di pasta fresca surgelata, piadine e sughi.

Sono gli stessi dipendenti dell'azienda a recarsi fisicamente nei negozi per far assaggiare i piatti, perché: “Chi meglio del produttore stesso può raccontare come nascono e come vengono realizzati?”. Ogni fine settimana, dalla sede di Alfero (FC) parte un camion diretto a un ipermercato. Le date delle degustazioni sono sempre in aggiornamento e si possono seguire sui canali Social dell'azienda.

Anche il packaging è studiato con gli stessi obiettivi di chiarezza e semplicità: sacchetti trasparenti che mostrano i prodotti nella loro interezza, senza nascondere nulla agli acquirenti; una clean label, pulita e immediata, che riporta gli ingredienti impiegati, naturali e genuini, senza additivi, liofilizzati e conservanti.



Oltre all'attività di promozione in store, Fumaiolo presta grande cura alla comunicazione online, mettendo a disposizione dei consumatori contenuti per valorizzare al meglio i prodotti, spazio alle ricette, anche con video, e ai ricettari stampabili. Per preparare i menù nel periodo natalizio, ad esempio, si potrà scaricare da un'area dedicata sul sito [www.fumaiolo.com](http://www.fumaiolo.com) il ricettario delle feste realizzato in collaborazione con la food blogger “Bettina in cucina”, ricco di idee per stupire i commensali, come ad esempio il club sandwich al salmone realizzato con la Piadina al Farro, i Passatelli con sugo di triglia, capperi e olive o i Cappelletti ai Formaggi con cavolfiore alla curcuma e chips di Parmigiano.

Sempre seguendo il filone delle degustazioni, nelle fiere 2020, Marca a gennaio e Cibus a maggio, chi visiterà lo stand Fumaiolo riceverà il biglietto da visita dell'azienda sotto forma di piatto di cappelletti o di piadina farcita. “Crediamo fermamente nella qualità e nel gusto delle nostre paste fresche e di tutta la gamma delle piadine. Per arrivare alle referenze di oggi abbiamo selezionato gli ingredienti migliori e utilizziamo farina di grano 100% italiano. Per questo non si tiriamo mai indietro quando si tratta di far assaggiare i prodotti, anzi, siamo i primi a proporre le degustazioni ai buyer”.

La prossima degustazione si terrà il 16 novembre presso la Coop Poggio a Caiano Prato.

## FUMAIOLO PUNTA SULL'ASSAGGIO PER APRIRE LE NUOVE PIAZZE

La strategia commerciale messa in atto da Fumaiolo si basa sulla degustazione in-store guidata dai dipendenti, testimonial dello storytelling produttivo

“La forza di Fumaiolo? L'assoluta qualità dei prodotti”. Alessandro Caminati, amministratore di Fumaiolo, non ha dubbi: il miglior modo per presentare al meglio le referenze che l'azienda alimentare romagnola produce, è offrirle direttamente ai potenziali consumatori.

La strategia commerciale messa in atto da Fumaiolo, e che sino ad oggi ha premiato l'azienda, consentendole di espandersi anno dopo anno nel mercato italiano ed estero, è semplice e chiara: in ogni nuova realtà in cui andrà a insediarsi, organizzare degustazioni in-store per fare testare tutta la gamma di pasta fresca surgelata, piadine e sughi.

Sono gli stessi dipendenti dell'azienda a recarsi fisicamente nei negozi per far assaggiare i piatti, perché: “Chi meglio del produttore stesso può raccontare come nascono e come vengono realizzati?”. Ogni fine settimana, dalla sede di Alfero (FC) parte un camion diretto a un ipermercato. Le date delle degustazioni sono sempre in aggiornamento e si possono seguire sui canali Social dell'azienda.

Anche il packaging è studiato con gli stessi obiettivi di chiarezza e semplicità: sacchetti trasparenti che mostrano i prodotti nella loro interezza, senza nascondere nulla agli acquirenti; una clean label, pulita e immediata, che riporta gli ingredienti impiegati, naturali e genuini, senza additivi, liofilizzati e conservanti.

Oltre all'attività di promozione in store, Fumaiolo presta grande cura alla comunicazione online, mettendo a disposizione dei consumatori contenuti per valorizzare al meglio i prodotti; spazio alle ricette, anche con video, e ai ricettari stampabili. Per preparare i menù nel periodo natalizio, ad esempio, si potrà scaricare da un'area dedicata sul sito [www.fumaiolo.com](http://www.fumaiolo.com) il ricettario delle feste realizzato in collaborazione con la food blogger “Bettina in cucina”, ricco di idee per stupire i commensali, come ad esempio il club sandwich al salmone realizzato con la Piadina al Farro, i Passatelli con sugo di triglia, capperi e olive o i Cappelletti ai Formaggi con cavolfiore alla curcuma e chips di Parmigiano.

Sempre seguendo il filone delle degustazioni, nelle fiere 2020, Marca a gennaio e Cibus a maggio, chi visiterà lo stand Fumaiolo riceverà il biglietto da visita dell'azienda sotto forma di piatto di cappelletti o di piadina farcita. “Crediamo fermamente nella qualità e nel gusto delle nostre paste fresche e di tutta la gamma delle piadine. Per arrivare alle referenze di oggi abbiamo selezionato gli ingredienti migliori e utilizziamo farina di grano 100% italiano. Per questo non ci tiriamo mai indietro quando si tratta di far assaggiare i prodotti, anzi, siamo i primi a proporre le degustazioni ai buyer”.

La prossima degustazione si terrà il 16 novembre presso la Coop Poggio a Caiano Prato.