



www.sacla.it

Nel 2009 Saclà festeggia 70 anni di attività, sempre all'insegna della qualità, della naturalità e della tradizione: un traguardo importante per un'azienda familiare tutta italiana, leader nella produzione di conserve vegetali. Se in Italia olive, sottolio e sottaceto sono i suoi prodotti più celebri, i condimenti per pasta (in particolare sughi rossi e pesto) sono molto apprezzati dagli amanti della cucina italiana di tutto il mondo.

Una marca ricca di storia, riconosciuta per le sue competenze, pioniera dell'innovazione, presente in oltre 40 Paesi del mondo. La sua filosofia aziendale si basa su cinque valori fondamentali che guidano l'azienda nelle sue scelte strategiche e nell'impostazione delle relazioni con i clienti e con i consumatori finali: la tradizione italiana, l'eccellenza nella qualità, la responsabilità sociale, il consumatore al centro e lo spirito di squadra.

Saclà è più di un brand: è un simbolo positivo dell'italianità nel mondo. Tutti i prodotti sono realizzati con cura e attenzione, utilizzando le materie prime migliori, per consentire ai consumatori di ritrovare nei vasetti Saclà tutto il sapore delle verdure dell'orto. Il tutto, naturalmente, nel pieno rispetto della tradizione culinaria italiana e con un occhio di riguardo all'innovazione tecnologica applicata alla qualità. È il caso, ad esempio, della radiofrequenza, un sistema di lettura scanner, che permette oggi all'azienda di avere la tracciabilità completa della sua produzione, dalle materie prime al prodotto finito. Vantaggio non da poco, perché un'informazione dettagliata e fruibile in tempo reale offre sia ai partner commerciali che al consumatore finale importanti vantaggi in termini di garanzia e di trasparenza sui prodotti.



Photo by Marco Cavallari

L'innovazione tecnologica è cruciale anche nel marketing e nella comunicazione esterna, settori in cui Saclà è da sempre protagonista, con pubblicità che hanno fatto la storia. L'azienda utilizza media eterogenei - TV, stampa, web - per comunicare la qualità dei suoi prodotti e la sua passione per la cucina italiana più autentica. In particolare, va segnalato il sito web istituzionale, risultato di un ampio progetto di restyling cominciato nel 2007 per riposizionare il brand sulla rete. Tale progetto ha coinvolto per primo il sito italiano (sacla.it) e poi quello corporate (sacla.com), per poi estendersi alle versioni dedicate ai principali mercati internazionali. Non si tratta di un punto d'arrivo, ma di un punto di partenza: l'esperienza di Saclà su Internet è infatti un percorso in continua evoluzione, che ha l'obiettivo di cogliere le opportunità offerte dal web 2.0, interagendo socialmente attraverso blog, community, social network e, in un prossimo futuro, selezionando alcuni prodotti per la vendita online. D'altronde l'azienda collabora già con blog e social network di appassionati di cucina e del "mangiar bene", suggerendo utilizzi creativi e allo stesso tempo semplici e veloci delle proprie specialità.



In questo modo riesce a creare una comunicazione di prodotto immediata e mirata, incrementando nel contempo la visibilità e la credibilità del brand. La presenza sul web 2.0 per Saclà è anche un modo per confrontarsi in modo informale, diretto e significativo con gli utenti del web, molto utile per percepire i nuovi trend e anticipare i bisogni dei consumatori. Rientra in questo'ottica, ad esempio, l'invio della webletter Saclà, inviata periodicamente a tutti coloro che si sono registrati sul sito. Si tratta di uno strumento immediato per comunicare le novità più interessanti sul mondo Saclà, le iniziative di comunicazione (concorsi, eventi, promozioni, advertising), i nuovi prodotti e le ricette sfiziose che si possono realizzare con le olive, i sottolio e i sottaceti.

