

Casa Optima punta su innovazione e tecnologie digitali

Il gruppo leader nel gelato artigianale e nella pasticceria consolida la leadership e accelera il percorso di crescita

Gruppo numero uno a livello globale nel Gelato Artigianale e nella Pasticceria d'eccellenza, presente in oltre 150 paesi nel mondo con otto sedi estere, forze vendite dedicate e una virtuosa rete di partnership distributive, Casa Optima può contare su brand d'eccezione quali

MEC3, MODECOR, GIUSO, PERNIGOTTI MAESTRI GELATIERI ITALIANI, FLORENSUC, AMBRA'S e BLEND COBERTURAS.

Marchi unici, ciascuno con la propria identità e uniti da valori fondamentali: Autenticità, Italianità in un contesto globale, Dinamismo, Entusiasmo e Rispetto. Che l'unione faccia la forza è stato evidente sin dall'inizio dell'emergenza Covid19: forti della loro storia, della efficienza organizzativa e della capacità di innovare, le aziende del gruppo non si sono mai fermate, stando sempre vicine ai partner per aiutarli a vicenda a uscirne più forti, guardando avanti con progetti impattanti di ripartenza. «Non abbiamo mai smesso di credere in questo meraviglioso business e abbiamo continuato ad investire per inserire nuovi talenti all'interno della nostra squadra, per comunicare in



Francesco Fattori, CEO Casa Optima

NON ABBIAMO MAI SMESSO DI CREDERE IN QUESTO MERAVIGLIOSO BUSINESS INVESTENDO SU NUOVI TALENTI

modo nuovo e tecnologicamente avanzato, per creare innovazione di successo e migliorare la qualità dei nostri prodotti e del nostro servizio, al fine di mettere i nostri clienti nelle condizioni migliori per rispondere alle esigenze dei consumatori finali – affer-

ma Francesco Fattori, CEO Casa Optima – Il risultato è che nei paesi in cui operiamo, Casa Optima ha performato nel 2020 tra i 10 e i 20 punti percentuali meglio del mercato, dimostrando di essere un partner forte e di successo». Dall'invio di newsletter pensate per semplificare la comprensione della complessità

legislativa, a strumenti di marketing per sfruttare al massimo tutte le occasioni di business, come l'home delivery e l'asporto, fino alla realizzazione della funzionalità di 'ordine online' sulle pagine social dei singoli punti vendita, Casa Optima si è posta al fianco dei clienti supportandoli in ogni ambito. Parallelamente, «il gruppo si è distinto per le numerose attività di charity a sostegno degli ospedali ma anche dei propri collaboratori, per esempio con assicurazioni sanitarie ad hoc, riconoscimenti e supporti economici straordinari, oltre a favorire sempre lo smartworking» afferma Mario Morelli, HR Director. Oggi, anche se non è facile fare previsioni, il focus è tutto incentrato sul futuro: «Abbiamo impostato un nuovo business model e un nuovo modo di intendere i

prodotti, realizzati in ottica sell in e sell out, pensati in partnership con il cliente – spiega Matteo Sala, CMO Casa Optima – Ed è su queste nuove premesse che nasce un prodotto come Paw Patrol di Mec3, pensato per attrarre in gelateria il consumatore finale e, in particolare, le famiglie con bambini; un gusto buono e di qualità, senza coloranti artificiali, abbinato ad un merchandising che conquista al primo sguardo». Innovazione è una delle parole chiave su cui si basa il successo di Casa Optima: nel 2021 sono stati lanciati sul mercato prodotti altamente differenzianti come il 'Gelagel massa di cacao' di Pernigotti Maestri Gelatieri Italiani, per chi desidera offrire il fondente assoluto, e nuove referenze della linea di successo 'Cuzco' di Giuso, per fare il gelato con vero

cioccolato. «Proprio come è successo per Cookies The Original, che oggi compie 20 anni e che è stato il primo gelato artigianale ad essere riconosciuto come un brand in tutto il mondo, esempio di quell'avanguardia che fin dagli albori ha caratterizzato Mec3 per la sua capacità di reinventare i codici di comunicazione nel settore» commenta Matteo Sala. «Durante la tempesta abbiamo dimostrato affidabilità e solidità, mettendoci sempre in gioco per adattare il nostro modello di business; la cosa straordinaria è che siamo riusciti ad andare oltre i vincoli, trasformandoli spesso in opportunità: per esempio, venuta meno la grande vetrina della fiera Sigep, abbiamo ideato un nuovo modo per lanciare le novità per la Stagione Gelato 2021, creando tre eventi globali digitali senza precedenti a cui hanno assistito migliaia di clienti collegati da oltre 100 paesi nel mondo – aggiunge Francesco Fattori – È questo spirito vincente del team che ci consente di affrontare con convinzione ed entusiasmo questa nuova ripartenza e che ci permetterà di consolidare la leadership nel settore e accelerare il nostro percorso di crescita». Info: www.casaoptima.com



Il nuovo gusto Paw Patrol by Mec3

Il gusto gelato per piccoli e grandi eroi

Pensato per soddisfare il consumatore finale, in particolare le famiglie con bambini, Paw Patrol è un gusto buono, di qualità, senza coloranti artificiali, con un merchandising che conquista al primo sguardo!