

# Bechèr trova in tv la notorietà nazionale

Gruppo Bonazza amplia il suo raggio d'azione e rafforza i suoi brand: uno spot per rimarcare il valore della tradizione e l'amore per il territorio

Elena Giordano

32%

incremento delle vendite export

50 mln €

giro d'affari aggregato

7%

incremento fatturato a brand Bechèr

2

stabilimenti di produzione

Si amplia la forza del gruppo aziendale Bonazza e del salumificio Bechèr, uno dei suoi marchi di riferimento, non solo nella sua regione di riferimento, il Veneto. I numeri del 2020 sono stati particolarmente positivi e sono il frutto di una puntuale strategia legata alla presenza in gdo. In tempo di emergenza logistica, infatti, con l'aumento dei consumi domestici e la conseguente richiesta di prodotti, il Gruppo ha saputo dimostrare la capacità di soddisfare una domanda anomala nelle quantità, abbinandola all'efficienza e flessibilità tipiche dell'attività routinaria.

Nel libero servizio ottime performance hanno registrato il cubettato, i salumi affettati, i prodotti a trancio. "Il 2020 -spiega **Simone Bonazza, ceo del Gruppo-** ha registrato sul 2019 un +19% a valore. Doppia cifra nella classe cubetti con un +24% a valore, e affettata con un +14% a valore. Peraltro proprio in questo specifico ambito continuiamo a investire e innovare, nella ricetta, grammatura, packaging e nella personalizzazione a marchio del distributore". In uno scenario delicato come quello della chiusura

del 2020, tra novembre e dicembre Bechèr è approdata per la prima volta sulle reti nazionali con un adv carton che riassume in pochi secondi la sua brand identity. "Abbiamo desiderato rafforzare sul territorio nazionale la presenza del brand con **l'obiettivo di aprire un dialogo diretto, positivo e autentico con il consumatore**, fidelizzandolo attraverso i principi cardine su cui si fonda il nostro marchio: il legame con il territorio di origine, l'altissima qualità delle materie prime, sicurezza alimentare e bontà dei prodotti".

**A breve il Gruppo lancerà la nuova linea Premium Speck del Cadore Unterberger, che si fregia anche del marchio registrato Cadore Dolomiti.** Due le confezioni: la vaschetta da 90g, con fette povere orizzontalmente a mano, e la confezione da 80g a cubetti e in stick di speck selezionati. L'estensione della brand awareness sul territorio nazionale prevede, oltre alla formazione specifica della forza vendita, anche: "Un piano editoriale sociale mirato per coinvolgere il giusto target di settore, con un cross-linking che rimarchi anche la sezione news del sito internet Bechèr".

## La compagine e i numeri

L'azienda madre Bonazza è specializzata nella produzione di würstel, coppe, pancette, cotti e arrostiti. Bechèr conta due stabilimenti produttivi (cotti e arrostiti; salami e prodotti ottenuti mediante salagione, tra cui coppe, pancette e guanciali). Unterberger produce lo Speck del Cadore, mentre il Salumificio Vicentino è specialista nella Soppressa Vicentina Dop. **Il Gruppo ha chiuso il 2020 con un fatturato pari quasi a 50 milioni di euro, con un incremento rispetto al 2019 di oltre 5 punti percentuali.** Bechèr ha chiuso il 2020 con una crescita a valore di circa il 7% rispetto al 2019.



**SIMONE BONAZZA**  
CEO DI GRUPPO BONAZZA