

INTERVISTA CON ARMANDO MAUTONE DI «MAUTONE PACKAGING» LEADER DEL SETTORE



POZZUOLI – Ad oggi, il packaging alimentare non è soltanto un tipo di imballaggio alimentare volto a svolgere l'unica funzione di protezione e conservazione del cibo, ma si eleva e persegue degli obiettivi ben più ampi. Parliamo di innovazione e sostenibilità dei packaging alimentari che rendono l'imballaggio più performante e rispettoso dell'ambiente. Insomma, permette ai titolari di supermercati, che usufruiscono di questi nuovi packaging alimentari, di ottenere il massimo della prestazione con il minimo impatto ambientale. Direttive che sono sempre meno permissive e che si riversano sulle scelte di produzione e fornitura di food packaging proprio in vista di obiettivi di sostenibilità prefissati nell'Agenda 2030 approvata da 193 paesi delle Nazioni Unite. Possiamo affermare che l'Agenda 2030 si è espressa dal 2015 sulla tematica della sostenibilità e il suo rapporto con i vari touchpoint della catena di

approvvigionamento. Infatti, il packaging alimentare sostenibile prevede un nuovo modello di sviluppo del materiale e un diverso sistema di smaltimento del rifiuto. Per questo motivo, si sta consolidando sempre più un sistema di produzione e distribuzione di packaging alimentari sostenibili, 100% riciclabili e in linea con gli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030.

IL PACKAGING – Ma cosa si intende per packaging alimentare? Il packaging alimentare o food packaging è un tipo di imballaggio alimentare destinato al contatto diretto con gli alimenti. Lo scopo principale è quello di contenere e proteggere il prodotto alimentare dal momento del confezionamento, della vendita, fino al consumo da parte del cliente e la conservazione in frigo. Il settore del food packaging è caratterizzato da un'alta densità di aziende sia produttrici, che distributrici di packaging alimentari per il confezionamento di prodotti alimentari nei supermercati e punti vendita. Ciò che differenzia un fornitore da un altro è la sua capacità e predisposizione a offrire soluzioni che non siano solo efficaci e funzionali, ma anche innovative e sostenibili per andare incontro alle nuove esigenze di mercato. Si tratta di una vera e propria proposta di valore che cambia da fornitore a fornitore e che permette ai titolari di supermercati di differenziarsi rispetto ai competitor. Per andare più a fondo e indagare su queste tematiche che, ad oggi, non possono essere sottovalutate, abbiamo intervistato una delle aziende leader sul territorio campano, Mautone Packaging. Si tratta di un'azienda fornitrice di packaging alimentari altamente innovativi, 100% riciclabili e sostenibili, in grado di offrire ai propri clienti soluzioni personalizzate. In più, è in grado di individuare e riconoscere i principali ostacoli o problemi dei supermercati e nel corso dell'intervista riporterà anche qualche esempio specifico.

Scopri come Mautone Packaging riesce a posizionarsi nel settore come fornitore di packaging alimentare di fiducia che ti aiuta a perseguire le direttive dell'Agenda 2030 grazie a soluzioni sostenibili, innovative, personalizzate e altamente efficaci!

Armando, la tua azienda è tra i maggiori leader nel settore del packaging alimentare, con prodotti completamente personalizzabili e funzionali. Cosa rende Mautone Packaging così speciale e perché i clienti dovrebbero sceglierli?

«Io e il mio team ci impegniamo tanto per studiare non solo il settore di mercato del packaging alimentare, ma anche gli interessi dei clienti di un supermercato. Ciò che consiglio sempre ai miei clienti, titolari di supermercati, è partire dallo studio dei bisogni dei propri clienti/consumatori a prescindere che siano nuovi, abituali o futuri. Sono dettagli che hanno permesso a Mautone Packaging di restare sempre al

passo con i loro bisogni. Per rispondere alla tua domanda, posso dire con certezza che un supermercato dovrebbe scegliere Mautone Packaging perché oltre al risparmio economico, i nostri clienti ottengono una miglior immagine di fronte ai loro consumatori, grazie a packaging di alta qualità che mettono in risalto la bontà e la freschezza dei prodotti. Immedesimandoci per un momento nel ruolo di consumatori di un supermercato, sicuramente ci sarà capitato di incontrare un amico, parente o collega che ci avrà consigliato di provare la carne o i salumi di quel supermercato perché sono prodotti freschissimi e non vanno a male se conservati in frigorifero per qualche giorno. Ecco, questa scena non è altro che il risultato di un'ottima reputazione di un supermercato che ha pensato a come salvaguardare la freschezza dei propri prodotti! Studiando il mercato e i suoi bisogni, abbiamo capito che sono sempre più diffusi problemi concreti come: il mancato rispetto degli standard di conservazione, l'insoddisfazione dei clienti a causa di imballaggi inadatti o inefficaci e lo spreco di risorse dovuto a soluzioni di confezionamento approssimative. Con i nostri packaging alimentari risolviamo questi problemi e allo stesso tempo, offriamo servizi che vanno ben oltre la fornitura del packaging, ad esempio: analisi del processo di confezionamento, gestione ottimizzata delle scorte di magazzino, e consegne puntuali, precise e veloci, anche nelle situazioni più urgenti. Sono convinto che uno dei nostri punti di forza è nel servizio clienti. Ogni cliente ha esigenze diverse e noi lo sappiamo. Perciò, offriamo un servizio completamente personalizzato e su misura sotto tutti i punti di vista, dal prodotto all'ordine, tutto viene gestito tenendo in considerazione le necessità specifiche del cliente. E non è solo il servizio a essere personalizzato, ma anche i nostri prodotti. Con più di 2000 referenze, possiamo sempre trovare la soluzione giusta per ogni cliente.»

Un concetto che emerge spesso nel tuo discorso è quello dei “costi nascosti” e delle “spese superflue”. Potresti spiegarci di più su questo e come Mautone Packaging li affronta?

«Volentieri. Durante la nostra analisi, siamo andati a fondo, al vero nocciolo della questione che, spesso, non salta subito all'occhio. Noi di Mautone Packaging abbiamo pensato a risolvere anche questi aspetti. I “costi nascosti” sono quei costi indiretti che possono incidere negativamente sul bilancio di un'azienda. Ad esempio, se un packaging non conserva adeguatamente un prodotto, può portare a sprechi di cibo e incide ancor più negativamente sulla soddisfazione del cliente. Prima abbiamo parlato di reputazione del supermercato. Se il packaging porta a sprechi di cibo perché non è stato in grado di conservare correttamente il prodotto alimentare contenuto al suo interno, nessuno consiglierà o

sceglierà di acquistare ancora in quel punto vendita. Il secondo aspetto relativo alle spese superflue si lega a una gestione inefficace delle scorte di magazzino che può comportare costi extra. In Mautone Packaging, analizziamo attentamente questi aspetti e proponiamo soluzioni che permettono di ridurre al minimo questi costi. Ci teniamo a consigliare la soluzione migliore per ogni nostro cliente perché, a differenza di altri distributori, facciamo realmente gli interessi dei nostri clienti.»

Puoi farmi degli esempi? «Certamente, posso fartene più di uno. Immagina un imballaggio per latticini che, a causa della sua scarsa qualità, gocciola e rovina la spesa del cliente o, peggio ancora, i suoi vestiti o la tappezzeria dell'auto. Ancora una volta il costo nascosto ha leso la reputazione recando un danno all'immagine del punto vendita. Il costo nascosto è rappresentato dal fatto che molti esercenti rassegnati utilizzano due buste per ovviare a questo problema. Risultato? Spreco di merce e costi raddoppiati. Un altro caso può essere quello di un vassoio per alimenti che non drena bene i liquidi fuoriusciti dalla carne. Questo può portare a una deteriorazione prematura del prodotto. Gli effetti saranno due: la carne resterà invenduta, o peggio, il cliente sarà fortemente insoddisfatto. Parliamo delle buste sottovuoto. Una busta sottovuoto di scarsa qualità può provocare l'ossidazione del prosciutto, modificandone l'aspetto e il sapore in poco tempo. O ancora, una pellicola in PVC di bassa qualità può strapparsi o creare condensa ostacolando la visione del prodotto e quindi mettendo in dubbio la sua freschezza e qualità. Nessuno dei due casi renderà invitante il prodotto alimentare, anzi farà storcere il naso ai consumatori. Allo stesso modo, contenitori che non si chiudono correttamente o le vaschette che si rompono facilmente, oltre a carte e sacchetti di scarsa qualità, possono causare inconvenienti pratici, e danneggiare l'immagine del supermercato. In un mercato competitivo, i concorrenti possono approfittare di questi piccoli dettagli per ottenere un vantaggio. A questi si aggiungono i costi nascosti legati alla gestione delle scorte. Se il magazzino è sovraffollato oppure la consegna di un ordine è in ritardo, il cliente sarà costretto a trovare soluzioni alternative e improvvisate che possono portare a sprechi di merce, materiale e, ovviamente, di denaro. Il nostro approccio in Mautone Packaging è preventivo: studiamo le esigenze del cliente, analizziamo le criticità e proponiamo soluzioni su misura per ridurre questi costi nascosti. E soprattutto, garantiamo consegne puntuali, precise e veloci per evitare inconvenienti e interruzioni nel flusso di lavoro del nostro cliente. Il nostro Metodo è ben consapevole delle reali problematiche dei titolari di supermercati. Sappiamo bene cosa succede, quali sono le cause e gli effetti e questo ci rende un'azienda preparata.»

Qual è l'approccio di Mautone Packaging verso l'innovazione nel settore del packaging alimentare?

«Il mercato del packaging è in costante evoluzione, con nuove esigenze e nuove sfide che emergono costantemente. Accettiamo queste sfide e le trasformiamo in opportunità per i nostri clienti. Ogni innovazione che introduciamo è progettata per migliorare l'efficienza e ridurre gli sprechi, beneficiando sia il business del cliente che l'ambiente. Pensiamo che ignorare le innovazioni nel settore del packaging alimentare, significhi ignorare il fatto di poter offrire sempre un prodotto alimentare di qualità.»

Hai parlato dell'importanza di un rapporto professionale basato sulla fiducia con i tuoi clienti. Cosa fai per instaurare e mantenere questo tipo di rapporto?

«Non può esistere rapporto professionale senza fiducia. Io e il mio team sappiamo che la fiducia dei nostri clienti l'abbiamo innanzitutto guadagnata. Questo perché prima di tutto, offriamo un servizio di qualità. I nostri clienti sanno che possono contare su di noi per ricevere prodotti di alta qualità, consegnati con precisione e puntualità. Ma la fiducia si costruisce anche attraverso l'interazione. La nostra squadra è sempre disponibile per rispondere alle domande, risolvere i problemi e assistere i clienti in ogni fase del processo. Inoltre, manteniamo i clienti aggiornati sulle ultime innovazioni e tendenze del mercato, per aiutarli a restare competitivi.»

Oltre all'attenzione al dettaglio, offrite anche una vasta gamma di prodotti. Come riuscite a mantenere una così ampia gamma e ad assicurare che siano sempre di alta qualità?

«La nostra gamma di prodotti è il risultato di anni di lavoro e di comprensione profonda del mercato del packaging alimentare. Monitoriamo costantemente le tendenze del mercato, ma la vera chiave del nostro successo è l'ascolto attivo delle esigenze dei nostri clienti. Questo ci permette di offrire sempre prodotti innovativi e di alta qualità che rispondono alle esigenze specifiche di ciascuno dei nostri clienti.»

Mautone Packaging ha una storia di oltre 50 anni. Com'è cambiato il mercato del packaging nel corso di questi anni e come vi siete adattati a questi cambiamenti?

«Nel corso degli anni, il mercato è diventato sempre più esigente e veloce nei cambiamenti. Ciò che un tempo era sufficiente per le botteghe e i

piccoli negozi, oggi non lo è per le grandi catene di supermercati. Per stare al passo con questi cambiamenti, abbiamo dovuto innovare e adattarci continuamente. Ma credo che la nostra capacità di adattamento sia proprio ciò che ci ha permesso di prosperare in questo mercato in evoluzione e ci ha donato maggiore consapevolezza che trasformiamo in soluzioni ottimali per i nostri clienti.»

Infine, Mautone Packaging è noto per il suo impegno nella sostenibilità e per l'innovazione nel campo del packaging ecologico. Puoi dirci qualcosa di più su questo aspetto della tua azienda?

«Credo che la nostra forza sia anche la coerenza e la nostra visione d'insieme. Siamo attenti, studiosi del mercato in evoluzione, sostenibili e innovativi. Tutti questi elementi fanno parte di un insieme coerente. La sostenibilità è una parte fondamentale della nostra visione aziendale. Crediamo fermamente che l'innovazione e la sostenibilità possano andare di pari passo. Per questo, ci impegniamo a offrire prodotti che non solo soddisfino le esigenze dei nostri clienti, ma che contribuiscano anche a proteggere l'ambiente. Ulteriore interesse dei consumatori aggiornati e informati: scegliamo sempre prodotti riciclabili al 100%. Il nostro obiettivo è di ridurre l'impatto ambientale del packaging, senza compromettere la qualità o l'efficienza. Perché in Mautone Packaging il successo dei nostri clienti è il nostro primo successo!»

Di Cronaca Flegrea

- Pubblicato 13 Febbraio 2024