

17 Ottobre 2016

FruitAma, così la marmellata è finita in un tubetto

La scelta di puntare su un packaging inedito è venuta a un ex broker assicurativo di Casazza, Flavio Amaglio. Che ha vinto anche il “World tube congress 2016” in Germania



Una marmellata così non s'era mai vista. Nasce da un'idea di un ex broker assicurativo una novità assoluta, la confettura extra in tubetto di alluminio.

Flavio Amaglio, 32 anni, di Casazza, ha lasciato la sua professione per reinventarsi grazie a FruitAma, una start up giovane che si basa su un packaging accattivante, capace di catturare la curiosità dei consumatori. Il prodotto è talmente piaciuto che ha vinto il "World tube congress 2016" organizzato a Düsseldorf dall'Etma, l'associazione europea dei produttori di tubetti.

«Gli ingredienti sono i migliori, ma in un mercato saturato dalle multinazionali e non, dovevo creare qualcosa di nuovo per non farmi schiacciare dalla concorrenza, un formato diverso e colorato che invogliasse all'acquisto», spiega Amaglio.

La rivoluzione nasce dal contenitore, realizzato dall'azienda "La metallurgica" di Albignano d'Adda, alle porte di Milano, tra i principali produttori di tubetti deformabili in alluminio e operativa dal 1947. Anche il contenuto, 100 grammi, è frutto di un ragionamento. «I vasetti da 300 grammi spesso non vengono finiti, il prodotto va a male e viene buttato. In una società composta sempre più da famiglie poco numerose, single e separati ho pensato a una quantità giusta, che fosse anti spreco», prosegue il titolare.

Il progetto è nato l'anno scorso quasi come una scommessa, un secondo lavoro, che offrisse una produzione da condividere con gli amici. Amaglio ha acquistato i macchinari, tipici dell'industria farmaceutica e cosmetica, adattandoli alle sue esigenze. Il successo e le soddisfazioni sono arrivate presto e lo scorso agosto ha deciso di dedicarsi a tempo pieno alla nuova avventura. In poco tempo si è passati da una produzione di 400 tubetti a settimana agli attuali 30mila. Tra la dosatura e la timbratura, prima s'impiegava un minuto per preparare una confezione. Oggi è una al secondo. Quattro i ragazzi impegnati, insieme al proprietario, nel laboratorio di 100 metri quadri. Ma, considerato il boom di richieste, si sta cercando uno spazio più ampio, un capannone industriale. La frutta è di qualità e dolcificata usando zucchero, ciliegia e frutti di bosco si aggiunge da questo mese la pesca.



L'intenzione è di introdurre altra frutta, stagionale, come arance di

Sicilia o amarene delle Marche. I prodotti FruitAma si trovano nelle pasticcerie, panetterie e dai fruttivendoli, posizionati vicino alla cassa o sul bancone. Il costo suggerito è di 1,90 euro. «Lo chiamiamo un acquisto di impulso, un po' come accade per i cioccolatini», sorride il neo imprenditore, riferendosi alla stampa digitale e fotorealistica che impreziosisce i tubetti, facendo da richiamo. Tuttavia, una nuova linea, più economica e dal formato più grande, sbarcherà presto negli scaffali dei supermercati. L'azienda bergamasca mira a coprire con i suoi agenti tutta l'Italia. Ma la strada da percorrere per le marmellate di Casazza è lunga. E il passo successivo sarà l'export.