

Villongo, Natfood spinge sul pedale dell'innovazione

Il gruppo, leader nella produzione e distribuzione di prodotti dedicati a bar e gelaterie, serve oltre 40mila locali in tutta Italia ed è pronto a lanciare le granite frizzanti. Il presidente Lochis: «Il cliente si fdelizza anche con le novità»



A Villongo, “capitale” del distretto della gomma e plastica del Sebino, c’è una delle realtà italiane specializzate nell’horeca più interessanti. Ä- Natfood, che comprende tre società leader sul mercato nazionale nella produzione e distribuzione di prodotti dedicati a bar e gelaterie.

Un portfolio di 2mila referenze, oltre 40mila locali serviti nel mercato nazionale, una rete di 350 agenti con il catalogo Natfood; tre sedi internazionali, in Spagna, Portogallo e Francia, una storia di visione e innovazione del mercato del food&beverage e un fatturato nel 2014 che si aggirerà intorno ai 30 milioni di euro.

L’azienda che fa capo alla famiglia Lochis, ha sede legale a Villongo e si avvale, sempre a Bergamo, di due stabilimenti di produzione, uno dedicato ai prodotti semilavorati istantanei e l’altro ai prodotti concentrati, oltre a un magazzino centrale di distribuzione. In provincia conta 120 dipendenti, un distributore con 5 agenti e serve 600 bar.

«La nostra mission – spiega Giuseppe Lochis, presidente Nf Food – non si esaurisce nella vendita dei prodotti ma prevede la concessione in comodato d’uso di macchinari innovativi, l’assistenza post vendita, un programma permanente di formazione e un marketing che illustra le novità e le caratteristiche di ogni prodotto».

Dal magazzino di Villongo parte la distribuzione di prodotti e attrezzature in tutta Italia, ai dieci magazzini sparsi per nelle

varie regioni, ai grossisti e ai clienti finali: i bar. Al centro logistica si aggiunge un'officina con dieci tecnici dedicata all'assistenza e alla revisione delle attrezzature. La fetta principale del mercato è data dalla linea delle bevande calde e dalla gamma delle creme fredde che vengono fornite con il relativo erogatore. Le due linee, insieme, coprono più della metà del fatturato: il caffè al ginseng ginkgo (bevanda di punta), il caffè d'orzo, il caffè americano, le cioccolate per i mesi freddi; e le varietà di creme, il gelato, lo yogurt soft e le granite per l'estate. Poi ci sono le bevande per tutte le stagioni, tra cui l'Amaro Lucano per il quale Natfood ha l'esclusiva sul canale horeca, e il Chai Tea, una bevanda a base di tè che ha origine nel Sud Est asiatico.

La caratteristica del gruppo di Natfood – che produce la maggior parte degli articoli in catalogo e che ha la distribuzione esclusiva dei rimanenti. Il gruppo di Villongo continua a spingere sull'acceleratore delle novità. «La nostra parola d'ordine – innovare, in termini di prodotti e di servizi, nel canale dei bar – dice Lochis -. Cerchiamo di creare prodotti innovativi che caratterizzino l'offerta di chi ci sceglie, siamo costantemente alla ricerca di nuove alternative all'espresso e al gelato da proporre ai baristi per aiutarli ad aumentare i prodotti e quindi i guadagni».

Secondo l'amministratore delegato di Nf Food Luciano Lochis, «solo chi rinnova spesso la propria offerta può attirare e fidelizzare i clienti». «Per questo – afferma – lo sviluppo di nuovi prodotti sarà costante. L'esercente sa che ogni anno proporremo idee nuove interessanti».

I prodotti Natfood sono oggi presenti in alcune delle location più prestigiose; – una lunga lista che include il "Caffè Paskoski" e il "Gilli" di Firenze, "La Rinascente" di Milano e le catene autostradali Chef Express e Airest. Non solo. Natfood ha lanciato due concetti innovativi di franchising che si stanno sviluppando in tutto il mondo con buoni risultati: "Flash Café", punti vendita di bar tradizionali tipici italiani di alta qualità e "Ciocolat lounge", esercizi dedicati alla vendita di cioccolate aromatizzate, oltre a sette lounge aperte e operative nell'area del Medio Oriente, Malta e Tunisia. Sempre in tema di innovazione, il gruppo di Villongo, che – presente con una divisione dedicata in molti parchi dei divertimenti italiani, ha montato a Mirabilandia e Aquafan le prime attrezzature per la produzione di granite frizzanti. «Si tratta di vere novità a livello europeo – sottolinea Lochis – derivanti da un mix di alta tecnologia e prodotti specifici, studiati per stupire e divertire il consumatore, per offrirgli sensazioni al palato particolari, piacevoli e nuove».

Le altre società del gruppo Nf Food sono:

General Fruit – L'azienda è nata nel 1988 sulla preesistente azienda familiare dedicata alla produzione di liquori esciroppi fin dagli anni 50. Produce liquidi concentrati a base di frutta: preparati per bevande (sciroppi, semilavorati concentrati, preparati per cocktail, preparati per tè freddo), topping e succo di limone al 100%. Possiede sei linee produttive all'avanguardia. Attualmente negli stabilimenti di circa 14.000mq vengono prodotte oltre 10.000 tonnellate di concentrati liquidi. – fornitore a marchio per i più grossi gruppi alimentari mondiali: Nestlé, Unilever, Metro, Menz&Gasser, Heinz e altri ancora.

Granulati Italia – Industria alimentare nata nel 1976 e dedicata alla granulazione di prodotti alimentari e specializzata nella produzione di semilavorati istantanei combinati. Ha come mission la qualità al centro di una grande specializzazione. Con uno stabilimento di 8.000mq produce basi per gelato, semilavorati di yogurt con fermenti probiotici, semilavorati per cioccolata creme e dessert, salse e semifreddi.