



Aprile 2015 - Negli ultimi 4 anni il mercato dei prodotti gluten free ha fatto registrare uno **sviluppo costante anche in Italia**

, dove si è passati dai 190 Mln di Euro del 2010 ai 311 Mln di Euro del 2014. Un incremento dovuto sicuramente all'

aumento delle diagnosi di celiachia

, ma anche alla condizione di

sensibilità al glutine non celiaca

, entità clinica di recente inquadramento che necessita di una diagnosi di esclusione rispetto alla celiachia e all'allergia al grano, ma che interessa, anche in Italia, un numero sempre più ampio di soggetti.

In caso di celiachia o di sensibilità al glutine non celiaca, **l'unico trattamento oggi efficace è la dieta priva di glutine**

, ovvero l'esclusione dalla propria dieta di alcuni degli alimenti più comuni quali, pane, pasta, biscotti e pizza e ogni altro alimento che contenga glutine.

Se, fino a qualche anno fa, il consumatore si doveva necessariamente confrontare con un'offerta limitata di prodotti gluten free, oggi alla farmacia si affiancano molti altri canali quali i negozi specializzati e, sempre di più, la **GDO che vanta una vasta offerta di alimenti senza glutine, sia di marchi industriali, che di private label**.

Non a caso,

il canale moderno resta quello che ha fatto registrare una migliore performance di crescita

, conquistando fette di mercato rispetto a farmacia e negozi specializzati (si è passati infatti dal 20% del 2010 al 30% del 2014).

Risulta evidente, quindi, come la GD rivesta un'importanza fondamentale per **Dr. Schär**, azienda italiana di successo da oltre 30 anni e leader italiana ed europea nel comparto degli alimenti senza glutine. Un successo che ha alla base l'orientamento strategico di

Ulrich Ladurner

, fondatore e presidente di Dr. Schär: «

Credo che solo stando vicino al consumatore potremo avere la sicurezza di essere sulla giusta strada

».

Per questo Dr. Schär ha scelto, da aprile, di dare seguito ad un'attività di **brand switch**, portando i prodotti a marchio Schär, finora disponibili solo in farmacia e nei negozi specializzati, sugli scaffali della grande distribuzione, in sostituzione di quelli DS – gluten free. «

Un'operazione

- sottolinea

Hannes Berger, Amministratore Delegato Dr. Schär

—

resa possibile in virtù di precise scelte strategiche di ottimizzazione dei costi, tra i quali consistenti investimenti nell'acquisto di siti di produzione in Italia e all'estero cui hanno fatto seguito un'importante modernizzazione degli impianti e relative economie di scala, voluta per continuare a promuovere la vicinanza della marca a tutti i consumatori gluten-free ed essere al passo con le nuove dinamiche di acquisto»

.

L'attenzione al canale GD ha portato l'Azienda, quale propulsore dell'area Salute, anche a sviluppare un progetto di **Category Management** con un partner qualificato quale **Coop Lombardia**

, un'insegna con una forte vocazione alla CSR e dall'ampia rilevanza territoriale che ha permesso inoltre di sfruttare la contestuale estensione della rimborsabilità alla GDO (acquisto dei prodotti GF consentito dalle ASL) consentita dalla Regione.

Il progetto ha avuto come obiettivo quello di ottenere che la categoria gluten-free all'interno di Coop Lombardia, riuscisse a cambiare ruolo, passando da 'convenience' a 'destination'. La metodologia di lavoro ha previsto l'implementazione di un nuovo albero della Categoria Gluten Free in 3 negozi test (Peschiera, Novate e Varese) messi poi a confronto con 3 punti vendita benchmark (Vignate, Baggio, Desio), per misurare gli scostamenti.

Seguendo un approccio consumer-centrico qualiquantitativo è stato definito un Category Plan, volto a creare lo 'scaffale ideale'.

E' stato costruito dai consumatori stessi uno scaffale ideale e i 3 negozi test sono stati, quindi, rinnovati con il nuovo scaffale gluten free con risultati veramente significativi. **Il trend delle vendite gluten-free ambient a volume registrato nei 3 punti vendita test è stato, infatti, ben superiore alla crescita registrata in GDO in Lombardia (87% vs 77%), mentre rispetto ai 3 punti vendita benchmarck si è raggiunto un +91,6%.**