



1920

**Alimenti ipernutritivi.** Il Plasmon integra la dieta degli italiani arricchendo il valore nutrizionale degli alimenti.

**Nonni e bambini.** Ricchi di proteine animali e vegetali, i prodotti al Plasmon sono indicati tanto per gli infanti quanto per gli anziani.



1946



1961

**Omogeneizzati.** L'alimentazione dei bambini necessita di nuove risposte in linea con le mutate esigenze delle mamme.

**Ragazzi e salutisti.** Con la Linea Ragazzi e il marchio Misura, Plada si indirizza, rispettivamente, al target dei teenager e a quello dei salutisti.

1976



1981

**Oasi.** Come soluzione al rischio sanitario nell'alimentazione per l'infanzia parte il sistema Oasi Ecologica.

**DIVERSIFICAZIONE** • dai biscotti alle pastine, dagli omogeneizzati ai succhi di frutta fino

# Il marchio Plasmon preserva

È sinonimo di alimenti per bambini. Dal '63 fa parte del gruppo Heinz. Segmenterà

MASSIMO FRANZOSI

**D**a un secolo l'Italia cresce con Plasmon. Forte della leadership di mercato negli omogeneizzati oltreché nei biscotti e nei succhi di frutta per l'infanzia (fonte R&S Mediobanca), Plasmon è ormai di casa in tutta Italia.

**I precedenti.** Corre l'anno 1902: nell'Italia povera e rurale di inizio secolo, un medico, tal Cesare Scotti, dà vita a Milano al Sindacato Italiano del Plasmon sas. Scopo della società, di cui Scotti rimarrà presidente fino alla seconda guerra mondiale, è "la produzione e il commercio del Plasmon puro nonché la ricerca di tutte le ulteriori possibili

applicazioni del Plasmon".

**La business idea.** Il Plasmon è un concentrato proteico in grado di integrare la dieta dei più piccoli arricchendo il valore nutrizionale degli alimenti. Frutto di una ricerca scientifica congiunta tra Germania e Inghilterra, viene inizialmente brevettato ed esportato in tutta Europa.

**L'esordio.** Nel 1903, assunta la denominazione di Società italo-svizzera del Plasmon, l'azienda milanese distribuisce i suoi primi prodotti: Plasmon puro, cacao al Plasmon, pastina al Plasmon e biscotti al Plasmon. I primi punti di vendita sono le farmacie di corso Venezia e via Durini, sempre a Milano. Nel 1916 assume la denominazione di Società del Plasmon e, già alla fine della prima guerra mondiale, il biscotto al Plasmon nella sua inconfon-

dibile scatola di metallo gialla e rossa diventa una presenza costante nelle case degli italiani.

**La produzione.** Nel '32 Società del Plasmon inaugura al numero 10 di via Archimede a Milano il suo primo stabilimento. Al contempo avvia l'esportazione di un novero di prodotti in Egitto e in Brasile. La piena autonomia arriva, peraltro, nel '36, quando, in seguito all'applicazione delle sanzioni economiche e al blocco delle importazioni da Inghilterra e Germania, si ritrova nelle condizioni di produrre in proprio il Plasmon puro. Fra il '39 e il '43, in seguito alla distruzione dello stabilimento conseguente ai bombardamenti alleati, la produzione viene affidata all'esterno. Nel '46, ricostruita la fabbrica, l'attività riprende a pieno regime e, nel '48, parte l'automazione delle prime linee di produzione.

Cosa fa

**Heinz Italia**

- **Missione:** offrire una gamma sempre più ampia di prodotti sicuri, genuini ed equilibrati nei loro apporti nutritivi
- **Attività:** produzione e distribuzione di alimenti per l'infanzia, alimenti dietetici, dieto-terapeutici, prodotti per la ristorazione, tonno in scatola
- **Obiettivi a medio termine:** brand extension; lancio di nuovi prodotti
- **Strategia concorrenziale:** specializzazione
- **Pay off:** Plasmon. Oasi ecologica
- **Claim:** Plasmon 1902-2002: 100 anni di bambini
- **@ internet:** [www.plasmon.it](http://www.plasmon.it)

**Il boom.** Nel secondo dopoguerra il boom economico coincide con quello demografico. Così, per far fronte alla domanda, Società del Plasmon inizia nel '53 la costruzione dello stabilimento di via Cadolini a Milano dove si trasferisce già nel '56. Nel '67 è la volta, invece, dello stabilimento di Latina, inaugurato nel '69.

**L'innovazione.** Nel '61, adattando al gusto italiano la tecnologia americana, lancia l'omogeneizzato David Plasmon. Adatto per lo svezzamento del

bambino dal quarto mese di vita o, meglio, "dall'infanzia alla vecchiaia" come recita il claim, viene declinato in ben 11 varianti. Nel '64 Società del Plasmon diversifica nel dietoterapeutico con l'introduzione di una linea di alimenti totalmente privi di glutine denominata Bi-Aglut e, nel '69, lancia Plasmolac, primo latte in polvere per l'infanzia.

**I cambi.** Nel '63 H.J. Heinz company di Pittsburgh (Usa) acquista il pacchetto di controllo di Società del Plasmon che,



**Merende.** Per ampliare il proprio target fino a ricomprendere anche i bambini più grandi, Plasmon lancia una nuova linea di frappé e dessert.



**Certificazione.** Gli omogeneizzati alla carne Plasmon sono garantiti dal campo alla distribuzione del prodotto finito.



alle merende e ai dessert

# la sua Oasi

nel '76, assume la denominazione di Plasmon Dietetici Alimentari (Plada) spa, salvo diventare Heinz Italia spa nell'87. Nell'ottobre '95 viene perfezionata la fusione per incorporazione di Heinz Italia spa in Plada spa, divenuta srl nel '97. Nel '99 avviene l'ennesima ristrutturazione di Plada (denominata poi Heinz Italia srl). Alle 3 società neocostituite Plada Nord srl, Plada Sud srl e Nuova Plada srl (poi Plada srl) sono trasferite, rispettivamente, le attività produttive site nell'Italia settentrionale, quelle relative allo stabilimento di Latina nonché quelle riconducibili alla distribuzione tout court.

**La diversificazione.** Alla fine degli anni '70 lancia Plasmon Linea Ragazzi, comprendente, tra gli altri, Ergo Biscotto, Ergo Spalma, Ergo Sprint, Ergo Cappuccino. Testimonial promozionale d'eccezione la coppia di cartoon Asterix e Obelix. Introduce, in-

noltre, la linea Misura, indirizzata a un target di consumatori salutisti.

**Le acquisizioni.** Nel '74 acquista da Carlo Erba spa (Gruppo Montedison) Dieterba, impresa costituita nel lontano 1909 specializzata negli alimenti per lo svezzamento commercializzati solo in farmacia. All'inizio degli anni '80 per fronteggiare il drastico calo delle nascite (da 900.000 neonati nel '71 si passa ai 600.000 dell'81) opta per la diversificazione. Nell'81 rileva dalla famiglia Pernigotti il controllo di Sperlari. Nell'83 acquista Nipiola da Industrie Buitoni Perugina spa. Nell'87 rileva Scaramellini Industria Dolciaria spa, attiva nella produzione di caramelle in sacchetti, successivamente incorporata in Sperlari. Nel '90 assume, inoltre, il controllo di Lorenzo Don-di spa (mostarda) e, nel '91, compra da Fedital (Gruppo Federconsorzi) il marchio Galatine. Nello stesso anno Plada e Sper-

lari conferiscono le rispettive attività industriali nel settore dolciario a Sperlari Industrie Dolciarie Riunite (Sidr), società di nuova costituzione. Attraverso l'acquisizione di Arimpex (conserve alimentari) nel '92 e di Dega (funghi in scatola) nel '94, confluite nel '97 in Aial srl con sede a Rovereto (Tn), entra nel mercato del catering. Nel novembre '95 Plada acquisisce il 50% di Fattoria Scaldasole, incorporandola definitivamente nel '98. Fondata nell'86 da Marco e Simona Roveda, l'azienda di Monguzzo (Co) è attiva nel comparto del biologico e presidia i segmenti lattiero-caseario (yogurt naturale e con frutta; latte; formaggi), dolciario (dessert), baby-food (la linea Teddi, destinata allo specifico target dei bambini, comprende diverse referenze quali yogurt, formaggi, latte intero, spremute e succhi, merendine ecc.), conserve vegetali (spremute e succhi). Nel '96 rileva da Kraft General Foods la società Emmebi (poi Mareblu srl), specializzata nella distribuzione di prodotti ittici conservati.

**Le cessioni.** Nel '93 Sperlari Industrie Dolciarie Riunite (Sidr) e Heinz Dolciaria cedono le rispettive attività nel settore dolciario (Sperlari, Dondi, Galatine, Scaramellini, Sprint, Gnammy) al gruppo Hershey Foods corp. Nel '95 è il turno di Fitgar (bevande isotoniche per lo sport), ceduto a Gruppo

Schiapparelli. Nello stesso anno viene costituita Misura srl, che riceve il ramo d'azienda relativo a dolcificanti da tavola e integratori alimentari (marchi Misura e Punto Weight Watchers), attività cedute poi al gruppo Monsanto. Nel '96 Plada dà vita a Niucco srl, che raggruppa il ramo d'azienda relativo ai prodotti da forno con il marchio Misura (cracker, biscotti e fette biscottate ma anche pasta e bevande), ceduta successivamente a Colussi Perugia srl. La cessione riguarda, oltre al marchio, anche know how e capacità produttiva.

**I passi falsi.** Nell'81 lo scandalo dei vitelli ingrassati con gli estrogeni coinvolge Plasmon insieme ad altre industrie europee, contribuendo a deprimere il mercato degli alimenti per l'infanzia.

**Le Oasi ecologiche.** Nell'81, per rispondere al bisogno crescente di qualità e sicurezza totale degli alimenti per l'infanzia, Plada vara il progetto Oasi Ecologica Plasmon. Si tratta di un sistema di controllo dell'intero processo produttivo basato su: ricerca e identificazione dei problemi relativi alla produzione delle materie prime; selezione delle aree di coltivazione e delle strutture di allevamento nonché stipula di veri e propri accordi con i produttori; verifica da parte dei veterinari e degli agronomi Plasmon degli standard di sicurezza; analisi di laboratorio e certifica-

zione di prodotto. Il contributo alla salvaguardia dell'ambiente viene poi assicurato anche attraverso la limitazione del numero di principi attivi impiegati e del numero dei trattamenti effettuati. Oggi il programma Oasi ecologica comprende, in Italia e all'estero, 2.507 unità produttive così suddivise: 1.137 oasi di grano, frumento, mais e riso; 260 per le 9 varietà di frutta; 24 per le 9 varietà di verdura; 42 per le olive; 5 per i salmoni; 17 per le trote; 3 per i suini; 381 per bovini; 20 per gli agnelli; 13 per i conigli; 39 per i polli; 17 per i tacchini; 510 per le mucche da latte; 2 latterie; 37 imprese di prima trasformazione. La maggior parte delle Oasi è in Italia ma non mancano quelle dislocate all'estero.

**Il terzo millennio.** All'inizio del 2000 il concetto di Oasi ecologica diventa parte integrante del nuovo logotipo Plasmon oltreché della campagna pubblicitaria: in televisione, sulla stampa nonché a livello di direct marketing (customer magazine, Vhs, internet ecc.). Al contempo Dieterba si affaccia nel mondo del biologico con la nuova linea Bio. Nel 2001 la gestione completa della supply chain sull'intero territorio nazionale viene affidata a Number 1 Logistic Group. Dopo la certificazione di prodotto relativa a omogeneizzati e succhi di frutta ottenuta nel '97, Plasmon fa il bis con la carne. Plasmon modifica, inoltre, la ricetta del suo best seller, il biscotto, pur senza stravolgerne la formula né il gusto originari. Decisa ad ampliare il proprio target ai bambini più grandicelli, lancia, infine, le Nuove Merende.

100 anni di bambini			
(vendite e dipendenti del gruppo Heinz Italia)			
Anni	'99*	'99-00	'00-01
Fatturato netto (mio di euro)	274,6	567,5	546,1
Addetti (n.)		1.430	1.440

\* Esercizio di 4 mesi chiuso il 30 aprile

Fonte: R&S Mediobanca