



FOOD N. 9 – SETTEMBRE 2009 – Speciale Prosciutto Cotto

Intervista a Remo Pochettino, direttore commerciale Raspini S.p.a.

“Il prosciutto cotto – osserva **Remo Pochettino, direttore commerciale di Raspini** – continua a essere un salume molto venduto, grazie alla sua varietà di utilizzo e alla capacità di soddisfare un target trasversale di consumatori, dai bambini agli anziani”.

Dei due segmenti, libero servizio e banco taglio, il primo è il più dinamico, ma il secondo copre ancora più della metà delle vendite, sia a volume sia a valore. “Fra i due comparti in realtà – precisa **Remo Pochettino, direttore commerciale di Raspini** – non c’è cannibalizzazione, bensì complementarietà, poiché gli affettati in busta non sostituiscono gli acquisti al banco taglio, ma li ampliano. Per un utilizzo quotidiano i consumatori preferiscono comprare il prodotto fresco al banco, però apprezzano il fatto di poter tenere in frigorifero una scorta da consumare nel momento del bisogno”.