



Tomates nem sempre
são tomates

CI. ORGÂNICOS
centro de inteligência



Sociedade
Nacional de
Agricultura



Mutti S.p.a.

Empresa familiar fundada em 1899, em Parma, Itália.

Receitas



€185 milhões
2011

€11 milhões
1995



Inovação: é o nome do negócio

1951: embalagens para manter o frescor.



1970: novo produto, polpa, com tomates finamente picados para manter o sabor.

Resultado: produto muito utilizado pelos restaurantes.

Visão diferenciada da indústria de alimentos.



Ênfase na qualidade das matérias primas.

Construção de relações próximas com os agricultores.

Inversão em marketing e comunicação.

Investindo, sempre investindo



Enquanto os produtores de commodities cortam custos, a Mutti S.p.a. paga aos produtores mais que aos competidores.

Investir na construção da marca.



Proteger o espaço nas prateleiras do varejo.
Manter o market share.



Os tomates da Mutti são vendidos em 25 países, incluindo Rússia, Austrália e Estados Unidos.

Na embalagem se indica 100% produto italiano.

O produtor rural como parceiro

Pagar aos agricultores um preço fixo, sem importar quantos tomates são produzidos

Reconhecer a qualidade e oferecer um prêmio.



Os agricultores recolhem a safra cinco dias depois do normal, para obter um produto mais maduro e com melhor sabor.

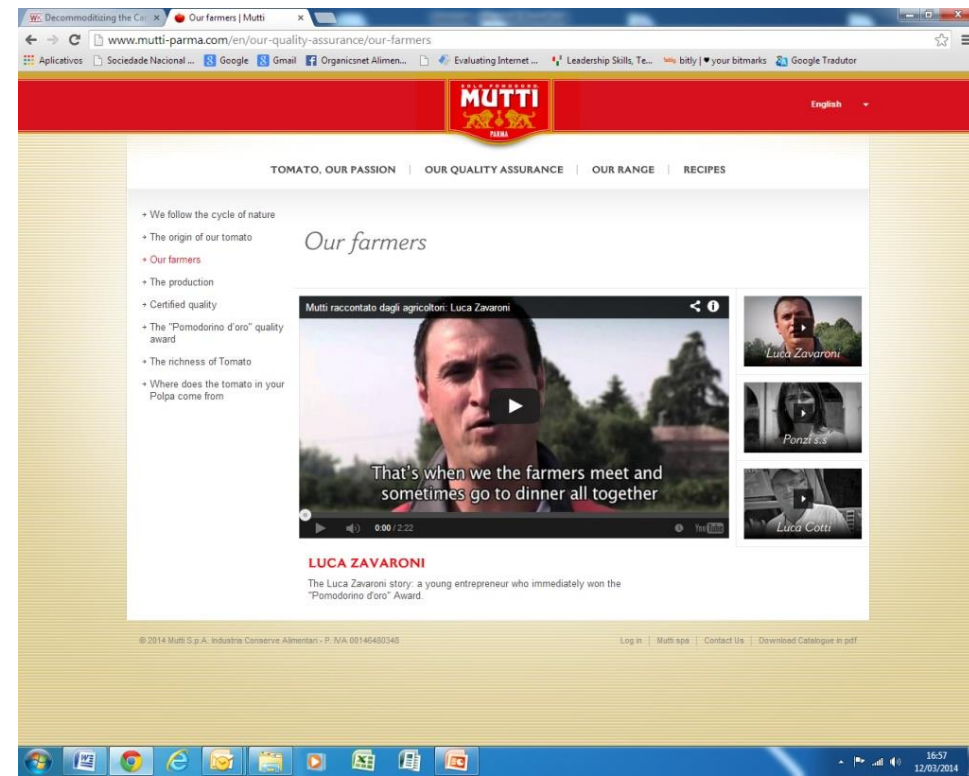
O recolhimento tardio, incrementa o nível de risco de produtor e do processador.





Pomodorino d'oro: prêmio anual que reconhece o trabalho dos produtores.

Eventos com os produtores que incrementam o relacionamento, intercambio de ideias e técnicas.



“Não pode ficar o mesmo, porque se fica o mesmo é como ir de ré
[...]As empresas necessitam apresentar novas ideias, caso contrario,
outros vão ocupar seu lugar.”⁽¹⁾



1) Mary L. Shelman, HBS

Obrigada
Sylvia Wachsner, Coordenadora



Av. General Justo 171/7 andar
20021-130 Rio de Janeiro
Tel: (21) 2282 5157
<http://www.ciorganicos.com.br>

