

# Polvere, il business sposa il pianeta

La scelta del detersivo in polvere come emblema dell'approccio green: lo slogan *We love the future* di Zeca racchiude la promessa di prodotti per la detergenza rispettosi dell'ambiente

Elena Giordano



**RAFFAELLA  
CAMPAGNOLI**  
CEO DI ZECA

Si possono realizzare prodotti per la cura della persona, della casa, degli animali ritornando a processi naturali, con la minima chimica, proteggendo l'ambiente? Sì, secondo gli intendimenti di **Natura Amica**, brand dell'azienda **Zeca** nata negli anni Novanta nella campagna piacentina dall'idea di Antonio Campagnoli, chimico, e della moglie Maya. Tutto ha inizio negli anni Ottanta con i deodoranti basati sull'allume di rocca, totalmente naturali.

Dopo cinque-sei anni ecco i detersivi in polvere, vera intuizione: "Si è trattato -spiega il ceo **Raffaella Campagnoli**- di fare tesoro di antiche tradizioni, attualizzandole. La polvere concentrata è diventata protagonista del detersivo per lavatrici, per ammorbidente e anche per la cura dei pet. La formula in polvere, peraltro, dalla resa maggiore rispetto a quella liquida, garantisce minor spreco in produzione, packaging di dimensioni ridotte, bassi costi di tra-

sporto". Oggi **Natura Amica** è presente con le sue tre categorie sugli scaffali della gdo. L'80% del fatturato proviene dal mercato domestico (40% gdo, 30% specializzato, 30% dettaglio).

Recentemente è stata rivisitata la presenza nei negozi al dettaglio, coinvolgendo agenzie con il compito di presidiare gli operatori delle diverse regioni, specie del Sud. Tre le aree di sviluppo per quanto riguarda invece l'estero: "Il Far East, molto attento al tema della sostenibilità, che presidiamo con un distributore in esclusiva; Emirati Arabi Uniti e Bahrain; Est Europa, con accordi in essere con Croazia, Paesi Baltici.

**Obiettivi di sviluppo per il 2022 sono Svezia, Norvegia, Francia, Germania**, tutte molto attente alla tematica green". Gli importanti risultati di crescita ottenuti nell'ultimo anno sono frutto anche del lavoro svolto dal nuovo direttore commerciale, **Davide Andreoli**, che ha ristrutturato la rete della forza vendita.

## Operazione phigital

L'attività digital è parte integrante del business di Natura Amica ed è stata essenziale nella strategia che ha condotto a una crescita del 12% del fatturato; il lavoro svolto ha peraltro consentito di comunicare meglio con il cliente finale ed educarlo sul corretto utilizzo dei prodotti e delle polveri in special modo. I Social Media e il sito web hanno catturato l'interesse anche dei Millennials e del pubblico maschile, fino a due anni fa raggiunto con più fatica. L'area web btob è servita inoltre a costruire un dialogo diretto con i buyer della gdo: attraverso video accattivanti viene spiegato l'uso dei prodotti e anche il loro mix.

**12%**  
crescita del fatturato

**40%**  
incidenza canale gdo

**80%**  
peso del mercato italiano

**60%**  
giro d'affari generato dal brand Natura Amica

