

Conserves Ferrer

L'aposta per obrir nous segments de mercat

L'empresa bagenca ha afrontat una nova estratègia per seduir el públic jove després d'analitzar quin segment de mercat volien atacar. S'hi dirigeixen a través dels canals que ofereixen les noves tecnologies i ampliant l'oferta. Amb la seva àmplia gamma de productes, Conserves Ferrer vol demostrar que es pot cuinar ràpid i amb productes de qualitat.



El públic jove exigeix una oferta que s'adapti plenament al seu estil de vida. Cada moment s'ha d'aprofitar al màxim, hi ha moltes coses per fer, i potser dedicar unes quantes hores a cuinar no és una prioritat. Per això cal buscar fórmules que permetin ser més ràpids i eficients a l'hora de preparar els àpats, però sense perdre la qualitat dels aliments. Aquesta idea l'ha entès molt bé Conserves Ferrer, que més enllà del seu pú-

blic tradicional, ha dissenyat una estratègia per tal d'obrir mercat i acostar-se a aquest tipus de consumidor. L'empresa bagenca, dedicada a la producció de conserves, ha potenciat la línia de plats preparats sense perdre la seva condició de productes gourmet.

Què podem fer per millorar?

Conserves Ferrer va néixer a mitjans dels anys 60

amb l'envasat de trufes i bolets. Tal com explica Josep Ferrer, cap d'Administració i Finances, i fill del fundador de l'empresa, aquesta ha anat creixent "a base d'anar-se preguntant: què podem fer?". D'aquesta manera, des dels seus inicis ha anat ampliant l'oferta de productes dins del món de les conserves. "A mitjans dels 80 vam comprar una fàbrica a Extremadura, on vam començar amb les conserves vegetals. El següent nivell van ser les salses tradicionals catalanes en pots de vidre, i després salses d'Espanya i del món", recorda Ferrer. Una evolució que els ha conduït fins a les cremes i els arrossos.

"L'empresa bagenca vol acostar-se al públic jove després de detectar que no hi arribava"

Aquesta evolució en l'oferta de l'empresa requereix un bon plantejament estratègic dividit en diversos passos. "Primer busquem a quins mercats no arribem o ens consumeixen poc", explica el dirigent de Conserves Ferrer. Amb aquesta recerca van assenyalar els joves com un dels públics on no arribaven. Per aquest motiu, "ens vam preguntar què vol el públic jove. No té temps. Doncs fem productes elaborats, llestos per obrir i menjar", relata Josep Ferrer. Tot i així, vol destacar que a "la gent que es comença a independitzar li agrada ficar-se de tant en tant a la cuina". En aquest sentit "hem tret un preparat de truita de patates i fem cremes que es puguin perfeccionar a la seva manera". Gràcies a tot aquest camí, Conserves



Una de les primeres salses de Ferrer va ser la d'all i oli

Raó social

Conserves Ferrer
Poligon Industrial Santa Anna
Ctra. de Santpedor a Navarcles, Km 4
08251 Santpedor
Catalunya

Any de constitució

1964

Ciutat de la seu

Santpedor

Producte

Conserves, salses i plats preparats

Web

www.c-ferrer.com

Ferrer ha arribat a la seva última aposta: els arrossos. Una aposta inicialment dirigida a aconseguir aquest públic jove però, com explica Ferrer, que també "ha obtingut el retorn d'altres segments de mercat com els singles", fet que ha estimulat l'empresa a produir racions individuals destinades a aquest públic.

Adaptar-se al context actual

Josep Ferrer destaca la participació de l'empresa al Programa de Noves Oportunitats de Negoci d'ACC1Ó, que "ha estat la guia per confirmar el que la lògica ens deia: que cal apostar per noves tecnologies i que les tendències de consum passen per productes més elaborats". Uns productes més sofisticats que vénen de la mà de la inversió en noves tecnologies a nivell intern de fabricació i automatització. A més a més, per tal d'acostar-se a aquest nou públic, Ferrer explica que "hem contractat algunes empreses externes per portar la gestió de la presència de l'empresa a Internet". Preveuen tenir llest un web renovat a inicis del 2012, així com introduir-se a les xarxes socials, "on és més fàcil arribar i comunicar-se amb el públic jove".

Malgrat tenir ben definida l'estratègia per ampliar mercat i els passos a seguir en cada moment, també han sorgit els obstacles que calia anar superant. En un context de retallada del consum, "prevèiem més venda de la que hi ha", explica el

cap d'Administració i Finances. A més a més, el fet d'oferir un producte gourmet "dificulta l'accés immediat a les grans cadenes de distribució, que en el context actual prioritzen el preu per sobre de la qualitat". Sigui com sigui, Conserves Ferrer ha sabut entrar-hi poc a poc a través de diferents promocions en botigues petites o les degustacions en grans cadenes, on Josep Ferrer es mostra orgullós de "la gran acollida que ha obtingut la línia d'arrossos".

"El canvi estratègic passa per les noves tecnologies i productes més elaborats"

Tot i haver ampliat el seu mercat, Conserves Ferrer no vol deixar de créixer. "No s'ha de dependre només del mercat local", assegura el dirigent de l'empresa. Per aquest motiu, l'objectiu és arribar l'any vinent al 12 % de facturació exterior, i superar així l'actual 10 %. Amb una forta presència tant a Europa com a Amèrica, "estem parlant per intentar entrar a Austràlia", explica Josep Ferrer. Nous mercats i nous productes per assolir l'últim objectiu de qualsevol pla estratègic: créixer i ser millors.

Conserves Ferrer forma part del **Clúster Català d'Elaboradors de Productes Gourmet**, constituït el març de 2010 a iniciativa d'ACC10. El Clúster ha presentat recentment la marca **Catalonia Gourmet** amb l'objectiu de promocionar internacionalment els productes més selectes de la gastronomia catalana.

Accediu a totes les bones pràctiques a: www.anella.cat/experiencies



Salses tradicionals com la dels calçots i el romesco

Idees força

- Per ampliar mercat cal dirigir-se a aquells que no et consumeixen
- Cal preguntar-se què pots oferir que sigui atractiu per al públic que vols atacar: cobrir les seves necessitats
- És necessari adaptar-se a les noves tendències de consum

Amb el suport d'ACC10

ACC10 ha donat suport a Conserves Ferrer en el seu procés de canvi estratègic a través del **programa de Noves Oportunitats de Negoci (NON)**