

WATERLESS E PLASTIC FREE

È la sfida di Smapu Group, azienda veronese attiva nei settori detergenza e additivi bucato con i brand Smapiù e Mister Carta 100%Eco

di PAOLA ORIUNNO



Nel 2024, Smapu Group ha chiuso con un fatturato di 5,5 milioni di euro, con una crescita significativa rispetto ai 3,7 milioni dell'anno precedente. “I prodotti che hanno segnato le migliori performance sono stati l’Acido Citrico (sia anidro in cristalli sia in soluzione acquosa), i percarbonati, la Lisciva e i nuovissimi Lavapavimenti in

Polvere – spiega **Paolo Romani, Export manager Smapu Group** –. L’Acido Citrico Anidro Smapiù da 500 g conferma anche nel 2024 la propria leadership nel mercato italiano. Gli anticalcare tradizionali solitamente contengono sostanze come l’acido cloridrico e l’acido fosforico, che sono irritanti e inquinanti. Il nostro Acido Citrico è un anticalcare naturale, in un imballo plastic free, che risulta efficace sulle incrostazioni, rispettando la salute e l’ambiente. Inoltre, essendo inodore, è ideale per la pulizia delle macchine da caffè”. Smapu Group non si ferma e continua a sviluppare nuovi prodotti. “**Nel 2023 abbiamo aperto la via della detergenza in packaging plastic free** per un mondo senza plastica, mentre nel 2024 abbiamo lanciato i Lavapavimenti in Polvere, il Disincrostante WC e gli innovativi Ammorbidenti in Polvere – racconta Romani–. Nel 2025 continueremo a puntare su detergenti waterless in imballo plastic free. A febbraio, arriveranno sugli scaffali due importanti novità:



PAOLO ROMANI, Export manager Smapu Group



Smapiù Bomba Lavatrice, un detersivo in polvere concentrato con cristalli super profumati, e Smapiù Lavatrice per Capi Sportivi, un detersivo che contiene ingredienti ed enzimi specifici per rimuovere i batteri dalle fibre sintetiche dei capi tecnici”. Guardando al futuro, Paolo Romani descrive gli obiettivi per l’anno in corso: “Ci aspettano sfide importanti, tra cui l’**ampliamento della superficie produttiva** con un nuovo stabilimento da 5mila metri quadrati, il consolidamento delle quote di mercato in Italia, l’avvio di nuove partnership internazionali, lo sviluppo di nuovi processi produttivi e l’acquisizione di ulteriori certificazioni”. In merito alla distribuzione, l’azienda è presente sia nel canale specializzato che nella Gdo: “Siamo in Tigoà, Acqua&Sapone, SireneBlu, Caddys, Happy Casa, ma anche in Coop, Conad, Iper, Iperal, Tosano, Lando, Martinelli, Ali e Migross”. La collaborazione

più duratura è con il gruppo Gottardo, che ha creduto fin da subito nei loro progetti. Nei vari canali, “l’Acido Citrico e i Percarbonati sono tra i prodotti più venduti in entrambi i settori – afferma Romani –. Nei drugstore, c’è stato un buon riscontro anche per la Lisciva e l’Additivo Bucato, utile per rimuovere i peli degli animali. Inoltre, **i consumatori preferiscono sempre di più i formati più grandi**, come i detersivi in sacchetto di carta da 900 g a marchio Mister Carta 100%eco. In Gdo, i Lavapavimenti in Polvere e la Candeggina in Pastiglie hanno ottenuto ottime performance”. Il settore delle pulizie domestiche, secondo Paolo Romani, è cambiato notevolmente negli ultimi anni, evolvendosi verso prodotti sempre più efficaci e green. “Sicuramente continuerà a evolversi con le esigenze dei consumatori”. Le nuove richieste dei responsabili acquisto riguardano formule



a basso impatto ambientale e imballi ecosostenibili, come conferma il successo della gamma Mister Carta 100%eco, che include detersivi in imballo interamente plastic free. L’identikit del cliente tipo di Smapiù Group? “Un consumatore moderno, che cerca prodotti specifici, efficaci e rispettosi della salute e dell’ambiente, spesso informato online sulle migliori metodologie di pulizia per soddisfare le proprie alte aspettative”, conclude Romani.

©Riproduzione Riservata