

InBici

InBici

Rivista per ciclisti, InBici Magazine, Passione sui Pedali

Benedetto Catinella:

edinet · Thursday, November 14th, 2013



L'appello del patron della Inkospor: “Certe aziende vendono solo illusioni e disorientano il consumatore con promesse fasulle. Noi alla Inkospor, invece, diciamo solo quello che possiamo dimostrare. Perché le etichette sono una cosa seria e la qualità non è un’opinione”

Benedetto Catinella non è un semplice commerciante. Ha una fede smisurata nella qualità dei suoi prodotti e – tra certificazioni e garanzie assortite – non perde occasione per ripetere, come un mantra, la sua incrollabile certezza: “Datemi retta, Inkospor è in assoluto il marchio d’integratori più valido sul mercato”.

Ci sono venditori che, per semplici ragioni di fatturato, ripetono slogan come fossero cantilene. Lui no. La sua è, prima di tutto, la convinzione monolitica di un uomo che s'identifica totalmente con il suo brand. E non certo per spirito aziendalista: “Nella mia vita – dice – ho venduto latte e vino. Ma non ho mai scelto a caso. Il prodotto doveva convincermi in tutta la sua filiera produttiva. Altrimenti non sarei mai riuscito a venderlo. Con **Inkospor** è la stessa cosa: se dico che i nostri integratori sono i più affidabili sul mercato è semplicemente perché lo penso e perché posso dimostrarlo”.

Refrattario alle logiche del mercato (“che troppo spesso ragiona solo con le dinamiche del business”), nemico giurato della pubblicità fasulla (“troppe aziende raccontano bugie”), orgoglioso della sua genealogia aziendale (“alle spalle abbiamo laboratori che sperimentano i nostri prodotti da 40 anni”), Benedetto Catinella è uno di quegli imprenditori che, con sacrifici e lungimiranza, partendo da zero, ha saputo ritagliarsi una fetta importante del mercato: **“Il mio chiodo fisso – dice – è la credibilità.** Noi non vendiamo acqua calda, ma prodotti nutrizionali che la gente acquista con aspettative ben precise. Nel nostro settore non puoi barare: o l'integratore funziona oppure è un bluff”.

E allora, signor Catinella, perché uno sportivo dovrebbe scegliere integratori Inkospor?

Perché per noi la qualità non è uno slogan, ma una verità scientifica, supportata da dati medici documentabili e veritieri

Ma questo lo dicono tutti...

Vero, ma non tutti sono in grado di dimostrarlo. Noi invece sì, perché la nostra casa madre si chiama Nutrichem Diat+Pharma GmbH, un'azienda tedesca di grande prestigio, da quasi 40 anni leader in Europa nella nutrizione clinico-farmaceutica e nell'integrazione alimentare.

E quali sono i vantaggi per il consumatore finale?

Quelli di poter contare su prodotti che non nascono dall'improvvisazione, ma sono la sintesi di una lunga e scrupolosa attività di ricerca. Tutte le aziende producono integratori con l'obiettivo di proteggere, curare e ripristinare il perfetto equilibrio psicofisico. Noi, però, sono 40 anni che facciamo attività di ricerca, che ragioniamo sull'alto valore biologico delle proteine, che lavoriamo per creare prodotti in grado di assicurare benessere ed elevati standard performanti ad ogni tipo di atleta.

Quali sono le difficoltà del mercato?

Spesso i nostri competitor sono colossi aziendali che, sul piano della qualità, non possono

minimamente competere con i nostri prodotti, ma magari hanno investito tanto in pubblicità, comprando spazi sulle tv nazionali o reclutando testimonial di grande appeal. In questo modo prendono in giro il consumatore, lo disorientano, illudendolo con promesse che non possono mantenere. Noi invece, più che nella pubblicità, investiamo nella ricerca, cercando di dare ai consumatori informazioni precise, credibili e, soprattutto, documentate.

Dunque, una lotta quotidiana contro i “venditori di fumo”?

Sì e la combattiamo, in primis, nell’interesse del consumatore. Quando si lavora nel campo dell’integrazione alimentare, non puoi ragionare sempre nell’ottica esclusiva del profitto. Ricordo che, a metà degli anni ’80, quando vendevo vino, scoppiò lo scandalo metanolo. Si parlò d’incidente fortuito e, invece, quel prodotto avariato altro non era che la sintesi scellerata di un mercato “malato”, governato solo dalla logica del prezzo al ribasso.

I vostri integratori, si legge nelle etichette, garantiscono “il giusto apporto tra macro e micro nutrienti”...

Ed è un requisito fondamentale perché la carenza, anche di un solo micro nutriente, ostacola le reazioni metaboliche che si generano nell’organismo, impedendo la totale metabolizzazione del prodotto assunto.

Perché insistete molto sul valore biologico dei vostri prodotti?

Il valore biologico rappresenta l’unico indice di qualità di una proteina: più è equilibrato il profilo aminoacido, più è elevato il suo valore biologico, requisito essenziale per la rigenerazione muscolare ed il rapido recupero. Inkspor è l’unica azienda ad indicare in etichetta il valore biologico delle sue proteine.

Voi insistete molto sulla veridicità delle indicazioni riportate nelle etichette. Come mai?

Perché un’azienda, lo sappiamo tutti, nelle etichette può scrivere tante cose, ma è la corrispondenza tra ciò che dici e ciò che metti nella confezione che, alla fine, fa la differenza. Le etichette di Inkspor sono la carta d’identità dei nostri prodotti, la garanzia più affidabile per il consumatore.

Dunque, al primo posto la trasparenza...

E’ un aspetto a cui teniamo particolarmente, tanto è vero che permettiamo a chiunque di visitare i nostri stabilimenti, organizzando educational tour nei nostri laboratori di produzione. “Porte aperte alla Inko” è una nostra iniziativa, unica in Italia nel campo dell’integrazione alimentare sportiva.

Nei vostri cataloghi parlate anche di “garanzie”...

Sarebbe assurdo che non lo facessimo, visto che i nostri prodotti possono contare sulla certificazione European Din EN ISO 9001:2008. La linea X-Treme, ad esempio, è scientificamente testata dall’Istituto delle Scienze Sportive dell’Università Heinrich – Heine di Dusseldorf, da sempre un riferimento accademico europeo nel segmento della ricerca nutrizionale.

Tra i vostri cavalli di battaglia c’è la pubblicità comparativa. E’ un modo per screditare le altre aziende?

Assolutamente no. Noi utilizziamo metodi comparativi solo per spiegare al consumatore finale l’affidabilità dei nostri prodotti. Del resto, anche se scarsamente utilizzato sul mercato italiano, parliamo pur sempre di un format promozionale autorizzato dalla Legge. Certo, per utilizzarlo, devi avere tutti i parametri a posto. Ma Inkospor, come ho detto, sul piano della qualità, non teme confronti”.



This entry was posted on Thursday, November 14th, 2013 at 12:00 am and is filed under [News](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.