

Giuntini-PPF: si punta ancora più in alto

Dopo l'acquisizione da parte del gruppo multinazionale, l'azienda punta a chiudere il 2021 a quota 84 milioni di euro nelle vendite, con una crescita nel mercato degli snack e, nel canale specializzato, con l'offerta a marchio ItalianWay, sul quale saranno concentrati tutti gli investimenti pubblicitari.

Lo scorso gennaio si è ufficialmente conclusa l'operazione che ha portato all'acquisizione del capitale di Landini Giuntini a Partner in Pet Food (Gruppo PPF). L'accordo, raggiunto a fine 2020 dopo un lungo negoziato fra le due società, ha una grande valenza in quanto porta uno dei principali produttori di pet food italiani (nella top 5 tricolore, stando alla classifica di Petfood Industry) nell'orbita di un gruppo internazionale con nove stabilimenti produttivi in tutta Europa e un fatturato annuale di oltre 330 milioni di euro. Il cambiamento porta nuovi obiettivi per il giro di affari dell'azienda umbra, che mira a una crescita del 5% a 84 milioni di euro. L'operazione avrà un risvolto strategico anche per lo sviluppo dell'offerta di prodotto di Landini Giuntini. «PPF è un gruppo multinazionale in cui abbiamo trovato la complementarietà che cercavamo» ha dichiarato Steven Giuntini, ceo di Landini Giuntini fresco di nomina. «Si può notare una forte sinergia fra le nostre società e i rispettivi business: noi ci distinguiamo per la forte specializzazione nella produzione di secco e snack; mentre PPF per una grandissima offerta nel segmento umido, in particolare con la proposta dei formati single serve. Questo significa che ora potremmo ampliare la nostra gamma e completare l'offerta includendo gli umidi monodose, andando a rafforzare ancora di più la nostra posizione in Italia. Grazie alle sinergie commerciali del gruppo, potremo inoltre esportare nel mondo la nostra idea di pet food e di snack Made in Italy».

LE PRIORITÀ /

Tre saranno le priorità della strategia dell'azienda con sede a Città di Castello: servire il Gruppo PPF con i prodotti Giuntini; incrementare il mercato snack e sviluppare il canale pet specialist con il brand ItalianWay. Inoltre verrà ampliata in maniera molto importante l'offerta di prodotto distribuendo nel mercato italiano anche gli umidi prodotti da PPF. Per ultimo, con uno sguardo all'export, la società avrà una maggior potenza di fuoco per la commercia-



Steven Giuntini, ceo di Landini Giuntini

lizzazione a livello internazionale degli snack prodotti in Italia. «La produzione sarà implementata per soddisfare le richieste del Gruppo PPF con un piano di sviluppo per gli snack» ha affermato Steven Giuntini. «La distribuzione sarà consolidata in Italia e sarà incrementata in tutta Europa. La comunicazione e tutti gli investimenti pubblicitari saranno concentrati sul brand superpremium ItalianWay». Per quanto riguarda il personale, invece, l'assetto non cambierà. «Nonostante i numeri da multinazionale, l'ambiente di lavoro nelle aziende del Gruppo PPF è simile a quello a cui siamo da sempre abituati come azienda familiare: attenzione per ogni singola persona che fa parte dello staff come all'interno di una grande famiglia. Questo modello è lo stesso che noi abbiamo sempre vissuto come Landini Giuntini e ci ha piacevolmente stupito vederlo applicato a una società delle dimensioni di PPF».

NUOVA SVOLTA /

Questo nuovo capitolo nella storia di Landini Giuntini, giunge dopo la prima grande svolta degli anni 80 costituita dal passaggio dalla produzione di mangime per animali da cortile al mondo del pet food. «Giuntini fu una delle prime aziende in Italia a produrre pet food estruso: un grande progetto imprenditoriale in cui continuiamo a credere tantissimo» ha spiegato Steven Giuntini. Fra le fasi principali della nostra storia, inoltre ricordo la crisi del settore zootecnico per il morbo della mucca pazza, nel 2001. La nostra azienda ha dovuto investire per la creazione di due differenti linee di produzione e inaugurare in tempi rapidi un nuovo stabilimento dedicato unicamente alla produzione di pet food, il cui mercato era in forte crescita, separato da quello dei mangimi, che era invece in difficoltà. La scelta di proseguire in entrambi i settori ci ha premiato. In questi ultimi vent'anni il settore è evoluto, ma abbiamo sempre puntato a operare ai livelli più alti. Nel 2011, ad esempio, abbiamo scelto di produrre anche gli snack, proprio per soddisfare le richieste dei nostri clienti e dei consumatori. In effetti, questo comparto si è rivelato strategico e di successo per noi e in generale nel mercato».

LA SCHEDA

Azienda / Landini Giuntini SPA

Anno di fondazione / 1956

Indirizzo / Via R. Luxemburg, 30
06012 Città di Castello (PG)

Tel / 075.851781

Fax / 075.8517804

Mail / info@giuntinipet.it; info@italianwaypet.it

Sito / www.giuntinipet.it; www.italianwaypet.it

Pagine social /

www.facebook.com/giuntinipet;

www.instagram.com/giuntinipet;

www.facebook.com/ItalianWayPet;

www.instagram.com/italianwaypet

Numero di negozi serviti /

2.000 punti vendita

Numero dipendenti / 140

Fatturato 2020 / 80 milioni di euro

Trend di crescita fatturato 2020

vs 2019 / +8%

Obiettivo fatturato 2021 / 84 milioni