



Morando (petfood) accelera sull'export: prossimi obiettivi, Brasile, Sud-Est asiatico e Far East

Morando (petfood) accelera sull'export: prossimi obiettivi, Brasile, Sud-Est asiatico e Far East : Adriano Moraglio Oggi vale il 15% di un fatturato 2017 complessivo che chiuderà a 112 milioni (100 a fine 2016), ma Morando, tra le aziende più importanti del petfood italiano (alimenti per gatti, cani e anche cavalli), sta accelerando nel suo impegno per l'export. E così, in vista del 2018, sta preparando il suo attacco, con nuovi canali distributivi "soprattutto in Brasile, Sud-Est asiatico e Far East", ma anche "con strategie di consolidamento strutturale dei Paesi dove Morando conta una presenza massiva a scaffale con l'introduzione e il roll out di tutti i nuovi concetti e le novità lanciati nel 2017". Ad annunciarlo è uno degli amministratori del gruppo di Andezeno (Torino), Franco Morando (nella foto), nipote di Enrico Riccardo Morando (nella foto), morto alcuni giorni fa, il "pioniere" e "fondatore del petfood italiano" – come l'ha definito Guido Minciotti, nel suo celebre blog sul Sole 24 Ore – il blog di Guido Minciotti L'anno prossimo la Morando festeggia i 70 anni di attività. "Sui mercati esteri – spiega Franco Morando – vogliamo andare a sviluppare una cultura di prodotto non solo legata al prezzo. E' fondamentale lo sviluppo di una gamma di alimenti ad alto valore aggiunto soprattutto nei mercati emergenti. Le nostre future politiche commerciali sono rivolte al miglioramento delle performance per un brand che 100% made in Italy e interamente costituito e prodotto con materie prime italiane, per dare una forte garanzia di filiera produttiva". "Le relazioni commerciali all'estero – aggiunge Franco Morando – sono iniziate nei primi anni Novanta con Grecia, Croazia e Slovenia e si sono sviluppati nel tempo interessando ormai circa 40 Paesi al mondo con una crescita costante ogni anno. Oggi siamo molto ben rappresentati in Europa dell'Est, Middle East, Nord Africa, Sud Est Asiatico. Siamo leader di mercato in Libano". Morando è presente, a seconda della specificità del Paese in cui opera, attraverso catene specializzate nel petfood o mediante la distribuzione organizzata. I marchi di maggiore successo all'estero sono Migliorcane e Migliorgatto, Miocane e Miogatto, un po' come in Italia. "L'azienda – precisa Franco Morando – sta rapidamente crescendo su concetti innovativi con insight specifici come Migliorcane Unico e Migliorgatto Sterilized". Morando è costantemente presente in tutte le fiere internazionali di settore maggiormente rappresentative (da quella di Bologna a Norimberga, da Atene a Madrid a San Pietroburgo). La Morando dà oggi un significativo contributo all'occupazione in Italia, con 150 dipendenti ad Andezeno (dove sono prodotti i cibi secchi per cani, gatti e cavalli), 200 nello stabilimento a Molfetta, in Puglia (in cui si produce il petfood umido) e altri 250 collaboratori impegnati nella rete commerciale. Il modello di business di Morando si avvale di una rete di distributori e agenti con i quali ha un rapporto di partnership e commitment molto stabile sul brand. La Morando, evidentemente, ama gli animali..., e lo fa con l'impegno di una famiglia che segue l'intuizione e il genio imprenditoriale di Enrico Riccardo Morando, dai figli, Walter e Giovanni, ai nipoti, Franco e Laura. E' recente la nomina di un manager esterno alla famiglia, Giuliano Rombolà, che ha assunto l'incarico di direttore generale. Nella foto qui di seguito, da sinistra, Franco Morando, Walter Morando (padre di Franco), Giuliano Rombolà, Giovanni Morando, papà di Laura, e Laura Morando; nell'altra foto, i cugini Franco e Laura, terza generazione. L'azienda non è soltanto un'eccellenza italiana nel petfood e negli alimenti per cavalli, ma anche nel comparto vitivinicolo – con i brand Montalbera – Terra del Ruchè e con Vigneti e Cantine Enrico Morando -. E' presente pure nel settore immobiliare, con Morando Real Estate. La famiglia Morando, infatti, ha posto particolare attenzione al "mattoncino" già verso la metà degli anni Ottanta. Centri commerciali, residenze abitative, strutture a carattere socio sanitario e socio assistenziale: sono questi il core-business degli attuali investimenti. www.morandocorporate.com Il tuo indirizzo email non verrà pubblicato