AGENZIA STAMPA QUOTIDIANA NAZIONALE
Prima Pagina News

Economia - *Il Gruppo Bauli investe e punta al miliardo di fatturato entro il 2030 con un nuovo portafoglio prodotti*

Verona - 22 ago 2024 (Prima Pagina News) **Una nuova brand architecture incentrata sui marchi Bauli e Motta, con un investimento di circa 82 milioni di euro per lo sviluppo di nuove linee di prodotto, l'innovazione di processi produttivi e il riposizionamento del marchio.**

Il Gruppo Bauli intraprende una nuova fase del proprio percorso di crescita e mira a raggiungere l'ambizioso obiettivo di 1 miliardo di fatturato entro il 2030, attraverso una chiara strategia basata su tre direttrici: la diversificazione e l'innovazione delle categorie di prodotto, dei canali di vendita e il rafforzamento della presenza nei mercati esteri chiave. Per far fronte alle sfide del mercato bakery, caratterizzato da frammentazione e polarizzazione dei prezzi, il Gruppo Bauli, con un investimento nel biennio 2024-25 di circa 82 milioni di euro, lancia la nuova brand architecture che si inserisce nel percorso di crescita tridirezionale e consiste in una semplificazione della struttura. Al centro di questa rivoluzione i due brand iconici del Gruppo, Bauli e Motta, che saranno oggetto di una profonda trasformazione e di un riposizionamento, seguendo una strategia di portafoglio orientata alla creazione di valore: - Bauli, forte di un alto livello di awareness e apprezzamento da parte dei consumatori, diventerà la "capogruppo", ottimizzando la propria offerta e andando a includere anche alcuni prodotti iconici come Buondì e Girella. Il Dna del marchio sarà ricostruito attorno al concetto del lievito madre, un ingrediente che l'azienda custodisce da più di 100 anni e che è alla base di tutti i suoi prodotti; - Motta subirà un vero e proprio riposizionamento: con la sua expertise pasticcera su alcuni dei prodotti più iconici in Italia, a partire dal Panettone di Milano, diventerà il brand premium del Gruppo. L'intera trasformazione si fonda su un significativo cambio di paradigma: l'obiettivo è quello di implementare un approccio focalizzato sempre di più sulla valorizzazione del business attraverso investimenti in innovazioni dei processi, di prodotto e talenti. "Crediamo che attraverso la differenziazione e la creazione di valore per il consumatore, ci sia ancora spazio per crescere sia in Italia che all'estero. Forti della nostra expertise centenaria nel mondo del bakery, guardiamo con entusiasmo agli obiettivi futuri, facendo dell'innovazione a 360° la nostra principale leva strategica per raggiungere nuovi target di consumatori, in diverse occasioni di consumo e di acquisto", afferma Fabio Di Giammarco, AD del Gruppo Bauli Le tre direttrici di sviluppo del Gruppo che guidano l'azienda verso la crescita futura: - nuovi prodotti: si proseguirà nel percorso di diversificazione, sviluppando nuove categorie e investendo sull'innovazione di prodotto, rafforzando il posizionamento del Gruppo quale azienda sia delle festività sia per 'ogni giorno' e 'ogni esigenza', accelerando lo sviluppo del segmento delle ricorrenze, quello del consumo quotidiano così come quello dedicato ai consumatori con esigenze dietetiche particolari; - nuovi canali: si

investirà sempre di più nel canale Out Of Home e nell'espansione della rete di punti vendita "Minuto Bauli", che conta oggi 13 location e dove è possibile gustare il prodotto sfornato al momento; - nuove geografie: il percorso di internazionalizzazione subirà un'accelerazione, rafforzando la presenza dell'azienda in mercati chiave, quali Stati Uniti, India e Sud Est Asiatico, ma anche in nuove aree geografiche, come il Sud America e il Medio Oriente.

(Prima Pagina News) Giovedì 22 Agosto 2024

Verbalia Comunicazione S.r.l. Società Editrice di PRIMA PAGINA NEWS
Registrazione Tribunale di Roma 06/2006 - P.I. 09476541009
Iscrizione Registro degli Operatori di Comunicazione n. 21446

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
Redazione Tel. 06-45200399 r.a. - Fax 06-23310577
E-mail: redazione@primapaginanews.it