Baldi, l’hamburger gourmet traina il fatturato a +20%

hamburger-gourmet-chianina-736a8ca9

Andamento in crescita, investimenti, un’immagine totalmente rinnovata. Baldi, azienda con sede a Jesi (An) che si colloca tra i principali player del settore food con core business nel mondo delle carni per la ristorazione, segna il traguardo dei cinquant’anni con importanti risultati e significative novità.

L’azienda che ha inventato l’hamburger gourmet, lanciandolo sul mercato italiano già nel 2007, ha chiuso il 2014 con 26 milioni di euro di fatturato, pari a un incremento del 20% rispetto l’anno precedente, con un picco di crescita nella vendita degli hamburger che fa registrare un +77%. Non è un caso se Mos Food, catena giapponese di fast food di qualità, ha scelto Baldi per gli hamburger serviti nel padiglione Giappone ad Expo 2015.

[caption id="attachment_77959" align="alignleft" width="300"]La famiglia Baldi La famiglia Baldi[/caption]

«La nostra forza è legata al fatto di aver unito industrializzazione e artigianalità, con cibi su larga scala che hanno successo sul mercato e conservano la passione per la qualità e il gusto - dice Emiliano Baldi, direttore generale dell’azienda -. Se abbiamo raggiunto questo traguardo, lo dobbiamo al fondatore, mio padre Umberto, a cui vanno i nostri ringraziamenti e la nostra gratitudine. Ora guardiamo alle prossime sfide, che riguardano i mercati esteri, dove abbiamo avviato le prime esperienze, e l’ingresso nel canale retail dei supermercati e ipermercati».

Dalla nascita della prima macelleria a Jesi per iniziativa di Umberto Baldi nel 1965, oggi l’azienda conta oltre 100 collaboratori e serve più di 3mila clienti. L’attività principale è la produzione di carni selezionate all’origine in Italia e all’estero e destinate prevalentemente al mercato italiano per ristoranti e per le realtà della ristorazione collettiva maggiormente attenta alla qualità, forniti sia direttamente sia tramite i più importanti operatori della distribuzione organizzata, partner commerciali e distributori su tutto il territorio nazionale. Specialità ad hoc vengono create da Baldi per grandi realtà come Autogrill,

Msc, Costa Crociere e Metro. Baldi fornisce inoltre un servizio completo legato alla ristorazione che include anche il no food e la consulenza, un servizio che vede l'azienda in posizione di leadership nell'area Marche-Umbria.

Per i suoi 50 anni, Baldi ha attuato una completa rivoluzione dell'immagine, che punta a rafforzare l'identità aziendale e a favorire l'ingresso in nuovi mercati. Sono stati studiati un nuovo brand, i quattro marchi che rispecchiano le divisioni aziendali (Baldi Carni, Baldi Foodservices, Baldi Mare e Baldi Bottega) e un packaging innovativo, dove un sistema di icone ed elementi grafici comunica con immediatezza al cliente le caratteristiche del prodotto, i plus di qualità e le informazioni sull'utilizzo.

Il rinnovo dell'immagine si aggiunge agli investimenti che negli ultimi anni hanno accompagnato il processo di crescita: l'ampliamento dello stabilimento di Jesi con un nuovo reparto produttivo, la riorganizzazione della forza di vendita e il raddoppio del parco automezzi; investimenti supportati dal positivo andamento dell'Ebidta, in crescita del 26% rispetto al 2013 e del 93% rispetto al 2012. Per il 2015 sono previsti ulteriori investimenti per 800mila euro che riguardano le tecnologie per il freddo, la logistica e l'organizzazione.