Robo, nuova veste per rafforzare la presenza nel food service

sabato-damico-aef6cb3d

Il marchio **Robo**, dal 1938 punto di riferimento per i professionisti dell'Ho.Re.Ca., ha trovato nuovo slancio con l'acquisizione - perfezionata nel 2018 - da parte di **D'Amico**, azienda leader nella produzione di conserve alimentari. L'operazione, che ha portato lo storico marchio Robo all'interno del Gruppo D'Amico, permetterà all'azienda di rafforzare il proprio presidio nel Food Service e confermare il suo ruolo tra i maggiori player nel canale.

L'expertise di D'Amico nella selezione della materia prima e nei processi di lavorazione dei prodotti agroalimentari conformi ai più elevati standard di qualità e sicurezza, maturata nel core business dei **sottoli, sottaceti, olive, vegetali al naturale, salse, creme e pesti, legumi e cereali**, si è integrata con naturalezza nella "filosofia" Robo, improntata all'eccellenza qualitativa. L'assortimento Robo, forte oggi di oltre 600 referenze proposte nei formati più adatti alle esigenze di Ristorazione e Catering, è composto di ingredienti e ricettazioni semplici ma di altissima qualità che sono scelti da chef e ristoratori in tutto il mondo per trasformare ogni piatto in un'opera d'arte.

L'obiettivo di D'Amico è di recuperare la visibilità e la posizione di primo piano che competono a Robo nel panorama del Food Service italiano e internazionale. Il nuovo posizionamento di Robo, difatti, è quello di **esperto nello scouting dei migliori ingredienti del mondo**, legittimato dalla commercializzazione in 66 Paesi e potenziato da numerose iniziative pubbliche, tra cui la partecipazione con D'Amico ai principali appuntamenti fieristici di settore.

"A pochi mesi dall'acquisizione del marchio Robo siamo più che soddisfatti di come sta procedendo il percorso d'integrazione e rivitalizzazione di questo storico brand del canale Ho.Re.Ca.", dichiara **Sabato D'Amico**, Amministratore Delegato D&D Italia. "Le premesse strategiche dell'operazione, ovvero ampliare e rafforzare il nostro presidio nel Food Service ed espandere la nostra presenza sui mercati internazionali, stanno iniziando a tradursi in risultati tangibili".