Pedon e Monini, co-marketing per lo sviluppo di prodotti per la Gdo

isalvaminuti-90secondi-gamma-fe617557

Pedon - big player a livello mondiale per la lavorazione, il confezionamento e la distribuzione di cereali Foto_Pedon_Monini e legumi secchi - ha siglato un importante accordo di co-marketing con Monini, storico produttore italiano di olio Extra Vergine di Oliva. Oggetto della collaborazione è lo sviluppo di prodotti a base di cereali e legumi "ready to eat". E all'accordo è già seguito un passo operativo: a Cibus 2014 è infatti stato presentato il primo risultato di questa partnership, la linea I Salvaminuti 90 secondi. Si tratta di cereali e legumi, pronti al consumo in soli 90 secondi al microonde o in padella, cotti naturalmente a vapore con l'aggiunta del pregiato olio Extra Vergine di Oliva Monini.

«Siamo orgogliosi di questo prodotto - commenta Loris Pedon, direttore generale di Gruppo Pedon - frutto di una partnership, per la quale ringraziamo Monini, che ci conferma che questa è la strada da seguire, ovvero mettere sempre più in luce l'eccellenza dei prodotti italiani, unendo tale aspetto a una costante ricerca legata al packaging e al servizio offerto al consumatore. Stiamo già lavorando per la realizzazione di nuovi prodotti in co-branding, per proporre grandi novità di marca ai nostri consumatori».

«La collaborazione è nata prima tra persone che tra aziende - commenta Maria Flora Monini, direttore comunicazione di Monini -. Pedon e Monini esprimono entrambe un "saper fare" di famiglia che si è evoluto nel tempo per andare incontro alle persone e a bisogni in continuo cambiamento. Prima di mio nonno l'olio extravergine d'oliva era praticamente sconosciuto e non si commercializzava al di fuori del proprio territorio, mentre oggi tutti possono acquistare il nostro Extra Vergine in un qualsiasi punto di vendita, con la stessa sicurezza di qualità e di gusto. Proprio per questo motivo, non posso che sostenere nuovi prodotti "ad alto tasso di servizio" e innovazione come I Salvaminuti 90 secondi Pedon e gli altri che sicuramente verranno». Sono infatti previste altre linee nel progetto che Pedon e Monini intendono sviluppare in co-branding con l'obiettivo di fornire ai consumatori prodotti sani, genuini e ad alto valore aggiunto, distribuiti nelle principali insegne della Gdo italiana ed estera, sia a

marca privata sia con il marchio Pedon e Monini, così da accrescere la brand awareness e aumentare la visibilità di entrambi i marchi.

Gruppo Pedon

Fondata nel 1984 dai tre fratelli Pedon come azienda distributiva all'ingrosso di prodotti alimentari, è oggi presente capillarmente in tutti i moderni canali distributivi, sia con prodotti a proprio marchio, sia come private label per la Gdo con oltre 100 linee a marchio privato e 3.000 referenze. Le aree di business dell'azienda, oltre a quella predominante dei cereali e legumi secchi, si diversificano nei preparati per dolci, funghi secchi, alimenti biologici e senza glutine. Punto distintivo e di forza del Gruppo Pedon è la rete globale di approvvigionamento, presente in 15 Paesi nei 5 continenti, che tramite la divisione Acos riesce a garantire nel tempo elevati livelli qualitativi e il controllo totale delle filiere di approvvigionamento. Gruppo Pedon oggi è il punto di riferimento a livello mondiale per la lavorazione, il confezionamento e la distribuzione di cereali e legumi secchi. Un'impresa di successo che vanta un fatturato di 90 milioni di euro in 25 Paesi (40% export) e impiega 600 persone con propri stabilimenti in Italia, Egitto, Etiopia, Argentina e Cina.

Monini

Nel mondo dell'olio Extra Vergine di Oliva, Monini è sinonimo di tradizione e attenta cura per la qualità. Una storia iniziata negli anni '20 grazie a Zefferino Monini e oggi portata avanti dai nipoti del fondatore, Zefferino e Maria Flora, che con la stessa passione continuano nell'intento di diffondere la cultura dell'Olio Extra Vergine in maniera educativa e autorevole. L'azienda umbra è oggi un punto di riferimento per il settore anche fuori dai confini nazionali: nel 2013, infatti, ha conseguito il 33% del fatturato aziendale all'estero. Russia, Brasile, Stati Uniti (dove Monini ha una filiale dal 2000), Svizzera, Olanda, Francia e Polonia (dove è presente con una filiale dal 2009) i mercati più importanti.