Ambrosi S.p.A.: l'intero capitale passa al gruppo Lactalis

shutterstock-1935523906-3355c997

Il gruppo Lactalis e la famiglia Ambrosi hanno siglato un accordo di cessione dell’intero capitale della società Ambrosi S.p.A. L’accordo, che è subordinato alle autorizzazioni da parte delle autorità competenti previste per legge, prevede anche che il gruppo Emmi, proprietario del 25% del capitale della Ambrosi S.p.A., ceda a sua volta la propria partecipazione a Lactalis.

Il Gruppo Ambrosi opera con oltre 430 collaboratori nel mondo con un fatturato di circa 420 milioni di euro. **Ambrosi S.p.A.** è specializzata nella produzione e distribuzione di Grana Padano e Parmigiano Reggiano, i due più importanti formaggi DOP italiani, un settore in cui Lactalis era finora presente in misura limitata. L’accordo prevede la **conferma dell’attuale management**, con l’obiettivo di accelerare ulteriormente la crescita internazionale dell’attività.

Per **Giovanni Pomella**, Amministratore Delegato delle società del gruppo Lactalis in Italia “*Questa operazione conferma l’interesse del gruppo a sostenere e sviluppare la filiera lattiero-casearia italiana: grazie alla forte capacità di penetrazione della rete commerciale internazionale di Lactalis, due formaggi eccezionali come il Grana Padano ed il Parmigiano Reggiano, potranno consolidare la loro presenza internazionale ed espandersi in nuovi mercati*”.

“*Dopo 80 anni di storia e di successi che hanno permesso al Gruppo Ambrosi di sviluppare le vendite dei propri formaggi in Italia e nel mondo, con una presenza in oltre 50 paesi, abbiamo scelto un’altra impresa familiare, affidando a Lactalis lo sviluppo futuro dei formaggi Ambrosi*", ha detto **Giuseppe Ambrosi**, Presidente e Amministratore Delegato della Ambrosi S.p.A. "*Questa scelta rappresenta la migliore garanzia di successo per i dipendenti del nostro Gruppo e per i nostri prodotti: prova di ciò è quello che Lactalis è riuscita a realizzare con la crescita del mercato della mozzarella. Lactalis ha dimostrato di saper coniugare il rispetto delle tradizioni con lo sviluppo dei brand*”.