Pinsami, l'export traina il fatturato a 24,4 milioni di euro (+45%)

20240716185506pisami-481a34ac

Pinsami chiude il 2023 con un **fatturato record di 24,4 milioni di euro**, segnando un **incremento del 45%** rispetto all'anno precedente (16,8 milioni di euro). Ciò è avvenuto per merito dell'**export** che nel 2023 è **aumentato del 125%**, con un'incidenza sul fatturato del 55%.

Altrettanto **positive le stime per il 2024**, che prevedono un ulteriore **+30%**, per un totale di 33 milioni di euro. I mercati esteri, sempre più vitali per l'impresa, già presente in 36 Paesi, avranno un peso ancora maggiore, arrivando a coprire il 75% dei ricavi complessivi.

Dal 2021 controllata dal fondo di private equity tedesco Deutsche Invest Capital Solution, Pinsami ha recentemente lanciato un **nuovo piano di sviluppo** di quasi 21 milioni di euro e 67 nuove assunzioni, destinato a una nuova linea produttiva che verrà installata a breve nello stabilimento di Reggio Emilia, in grado di realizzare da sola **140mila pinse al giorno**. A regime i volumi quasi triplicheranno rispetto agli attuali, arrivando a 220.000 pinse al giorno, per consentire di rispondere alla domanda crescente del mercato in Italia e all'estero.

Sul fronte dei prodotti, tra le new entry più recenti c'è **Pinsa Margherita Premium Frozen**, una versione ricettata già pronta da infornare, sempre fatta col tipico mix di farina di frumento, riso e soia, a cui si aggiungono pomodoro e mozzarella 100% italiani.

È solo la prima di una serie di novità che arriveranno nei mesi a seguire: *«LAvoriamo alacremente allo sviluppo di nuovi prodotti, ma li lanceremo al momento opportuno perché in questo momento la richiesta di pinsa da parte del mercato è talmente elevata che non ha senso puntare su altro»* spiega **Fabio Grillo**, ceo di Pinsami.

Insieme a qualità del prodotto e innovazione, fra i pilastri dell'azienda emiliana anche le **attività di marketing e comunicazione**, a cui sono dedicati investimenti costanti. Attualmente è in corso sia una

campagna di influencer marketing molto corposa, sia **“Pinsami on the road”**, una strategia di local marketing che prevede la presenza di un food truck brandizzato a grandi eventi. Previste anche attività in store attraverso una cooking station per esaltare le caratteristiche di versatilità e velocità di preparazione della pinsa.

«Gli investimenti in termini di innovazione, di marketing e di sostenibilità, insieme alla coerenza e all’affidabilità, due principi per noi fondamentali e irrinunciabili, ci hanno permesso di ***diventare*** ***leader internazionali*** ***nella produzione di pinsa premium*** *e di conquistare i consumatori, che apprezzano la distintività della nostra pinsa e ne riconoscono il valore»,* conclude **Mauro Dalle Vacche**, l'altro ceo di Pinsami.