Forno d’Asolo al traguardo dei 100 milioni

particolare-dazienda-forno-dasolo-f845d8f2

Forno d’Asolo, azienda italiana leader nella produzione di brioche e prodotti da forno e pasticceria, controllata da 21 Investimenti, continua a muoversi lungo la sua traiettoria di crescita dopo la recente acquisizione del 100% di La Donatella, una delle principali aziende italiane nella produzione di torte farcite e da forno con un fatturato 2015 superiore ai 15 milioni di euro di cui il 30% realizzato sui mercati esteri.

Forno d’Asolo ha chiuso l’anno 2015 con un fatturato complessivo pari a circa 90 milioni di euro, in aumento del 15% rispetto all’anno precedente. Fattore determinante per la crescita è stato il network di vendite diretto, composto da 200 agenti monomandatari capillarmente distribuiti in tutta Italia. L’EBITDA ha raggiunto 14 milioni di euro, +8% circa, nonostante i significativi investimenti operativi realizzati per potenziare le attività di comunicazione e marketing e per il rafforzamento della struttura e della logistica commerciale. Inoltre, la società impiega oggi 360 addetti complessivamente tra dipendenti e agenti, con un incremento di 90 persone rispetto a marzo 2014, momento di ingresso di 21 Investimenti in Forno d’Asolo.

Per il 2016, la società prevede di superare la soglia dei 100 milioni di euro di fatturato, con una crescita attesa del 20% circa. Considerando anche la recente acquisizione di La Donatella, il Gruppo prevede nel 2016 di superare i 120 milioni di euro, con un EBITDA prossimo a 20 milioni di euro. In questo momento, oltre che in Italia, Forno d'Asolo è presente in 15 Paesi in tutto il mondo.

*Alessandro Benetton**«La crescita in Italia e all'estero è la priorità nello sviluppo della strategia di Forno d’Asolo*, dichiara **Alessandro Benetton**, Presidente di 21 Investimenti, *abbiamo identificato una chiara opportunità di espansione e di consolidamento della nostra leadership, che intendiamo perseguire con la più alta determinazione»*.

L’acquisizione di La Donatella darà ulteriore impulso alla crescita all’estero di Forno d’Asolo con l’accesso a nuovi mercati - Francia, Regno Unito e Stati Uniti su tutti - e con l’obiettivo di proporre un più vasto portafoglio di prodotti Made in Italy (oltre al tiramisù, il dolce più conosciuto al mondo), e di

acquisire nuovi clienti. Forno d’Asolo, seguendo la logica di approccio ai progetti del socio di riferimento 21 Investimenti, da sempre improntata alla realizzazione di progetti industriali di sviluppo e valorizzazione di aziende leader nel proprio segmento di mercato, ha continuato nel corso degli ultimi due anni a effettuare investimenti volti all’ampiamento dello stabilimento produttivo e del magazzino, all’ulteriore miglioramento del prodotto e all’innovazione, come il lancio della nuova linea di prodotti vegan, oltre all’ottenimento delle più importanti certificazioni internazionali (BRC, IFS Food, ISO 22000:2005).

Forno d’Asolo ha avviato il Progetto Academy con l’obiettivo di accompagnare gestori e operatori del canale Ho.re.ca. in un percorso di formazione finalizzato allo sviluppo del punto vendita e alla soddisfazione del consumatore finale. L’Academy, oltre a essere itinerante, ha il suo cuore pulsante all’interno dell’headquarter di Forno d’Asolo.

http://www.fornodasolo.it