

La Doria, fatturato record con il traino della "Linea Rossa"

VENDITE ALL'ESTERO A QUOTA +22,6 PER CENTO +11 PER CENTO IN ITALIA FERRAIOLI: MERITO ANCHE DEGLI INVESTIMENTI EFFETTUATI AD ANGRI

L'ECONOMIA

Nello Ferrigno

Le aspettative non sono state tradite e i grandi investimenti hanno ripagato tanto da far aumentare i ricavi di oltre il 20% rispetto al 2022. È una delle voci del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato al 31 dicembre 2023 approvato dal consiglio di amministrazione de La Doria Spa, azienda di Angri leader nella produzione di derivati del pomodoro, sughi, legumi e succhi di frutta a marchio della Grande Distribuzione. Il fatturato 2023 ha raggiunto la quota record di 1,228 miliardi di euro facendo segnare un +22,6% di vendite nel mercato estero e +11% in quello italiano. A trainare la crescita è stata la Linea Rossa, i derivati del pomodoro, che ha raggiunto il +34%. A seguire Linea legumi, vegetali e pasta in scatola (+27,5%) e Linea sughi pronti (+26,2%). I risultati rispecchiano i grandi investimenti compiuti dal Gruppo, 142 milioni di euro negli ultimi 5 anni, per incrementare la capacità produttiva e logistica, per la sostenibilità e per la digital transformation. Per il 2024 sono previsti ulteriori investimenti per oltre 30 milioni di euro che saranno spesi negli stessi ambiti. «La crescita de La Doria - ha dichiarato il Ceo Antonio Ferraioli - è effetto sia della flessibilità del nostro Gruppo nel fronteggiare le sfide e cogliere le opportunità, sia della nostra capacità di adattamento alle mutevoli condizioni del mercato. Abbiamo mantenuto il focus sullo sviluppo commerciale e sull'espansione dei nostri mercati principali e in parallelo abbiamo continuato a concentrarci sull'ottimizzazione degli approvvigionamenti e dei processi produttivi grazie a nuovi importanti investimenti. In questo modo siamo riusciti a migliorare l'efficienza complessiva e a mantenere una posizione solida e competitiva sul mercato».

I MERCATI

La ripartizione dei ricavi per area geografica mostra un'incidenza del mercato italiano pari al 15,5%, mentre l'export registra un'incidenza dell'84,5%. Il Gruppo esporta in 60 paesi del mondo, il principale mercato estero resta la Gran Bretagna, seguono la Germania, i Paesi Scandinavi, l'Australia e la Nuova Zelanda e i Paesi dell'Est Europa. Le vendite sul mercato estero sono aumentate del 22,6% anche grazie alla soddisfacente crescita dei volumi, mentre il mercato domestico, secondo per dimensione dopo il Regno Unito, ha registrato un fatturato in crescita dell'11%. Grande attenzione continuerà ad essere data ai prodotti alimentari Made in Italy la cui domanda all'estero è in crescita, ma anche al costante sviluppo delle private label. «Per quanto riguarda i prossimi passi, le leve della nostra strategia di crescita rimarranno l'aumento della domanda di prodotti alimentari Made in Italy all'estero e il costante sviluppo delle private label. Guardiamo con fiducia al futuro, consapevoli delle sfide ma convinti di poterle affrontare con successo, anche grazie ai rapporti consolidati con i nostri clienti, e consapevoli di poter generare valore sostenibile per tutti gli stakeholder», ha concluso Ferraioli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA