



MICHELE ANDRIANI
Scommessa Usa
per la pasta Felicia,
amata dagli sportivi

di ISIDORO TROVATO 10

ANDRIANI, LA PASTA SALUTARE PUNTA AL RADDOPPIO GLOBALE

L'azienda pugliese specializzata in healthy food a base di legumi, cereali senza glutine e alga spirulina (brand Felicia), nel 2028 prevede ricavi a 200 milioni. Va alla conquista degli Usa con uno stabilimento in Canada. E vuole fare acquisizioni...

di ISIDORO TROVATO

Se l'ambizione è pari all'impegno in ricerca e sviluppo si può mutare un'azienda pugliese di pasta in uno dei massimi player del food italiano. È questo l'ingrediente segreto che in pochi anni ha trasformato Andriani in un'azienda leader nell'innovation e healthy food con l'ambizione di guidare la transizione alimentare a livello globale.

«Stiamo per chiudere un altro anno di crescita significativa — spiega Michele Andriani, presidente e amministratore delegato dell'omonimo gruppo — frutto di una strategia focalizzata su tre elementi chiave: innovazione, capitale umano e investimenti in infrastrutture tecnologiche e sostenibilità. Negli ultimi 5 anni abbiamo investito circa 10 milioni di euro all'anno in tecnologia, infrastrutture e progetti di sostenibilità, tra cui la transizione energetica e l'economia circolare, puntando a migliorare sempre la nostra capacità produttiva e l'efficienza dei processi. Inoltre, siamo riusciti a consolidare la nostra posizione di leadership grazie a prodotti unici che rispondono alle esigenze dei consumatori in termini di salute e benessere. Questa visione ci permetterà di chiudere il 2024 con un fatturato di 115 milioni di euro, segnando una crescita del 10% rispetto al '23».

L'America

Andriani nasce come azienda familiare, poi, la trasformazione in impresa industriale e la successiva partnership con Nuo spa siglata nel 2022, hanno portato ad un ampliamento del board con competenze specializzate per so-

stenere la crescita e l'espansione internazionale dell'azienda mirando a consolidare la sua posizione come leader nell'innovation food. «L'azienda — continua Andriani — da sempre punta sui mercati internazionali e oggi siamo presenti in oltre 40 Paesi con i nostri prodotti. La propensione a guardare all'estero ci ha spinto verso il Nord America che rappresenta per noi un mercato strategico data la crescente domanda di prodotti healthy e la sensibilità dei consumatori verso la salute e il benessere. Con l'apertura del nuovo stabilimento produttivo in Canada, previsto per il secondo semestre del 2025 e per il quale l'azienda sta investendo 35 milioni di euro, saremo in grado di rafforzare la nostra presenza locale, riducendo i costi di logistica e aumentando la nostra capacità di risposta alle esigenze del mercato nordamericano. Un'espansione accompagnata dall'apertura di una filiale commerciale a New York già operativa, che ci consentirà relazioni più strette con partner commerciali e distributori locali, accelerando ulteriormente la crescita in quest'area».

Il mercato globale dell'healthy food ha raggiunto nel 2023 il valore di 1,12 trilioni di dollari e prevede una crescita annua del 6% fino al 2032. In questo segmento il fiore all'occhiello di Andriani è il brand Felicia, una linea di pasta totalmente integrale realizzata con legumi e cereali naturalmente privi di glutine. La crescita annuale in Italia di Felicia si attesta sul 20%, a fronte di una media del segmento del 5%. Nel mese di ottobre 2024 Felicia si è posizionata al secondo posto nella classifica di settore (pasta healthy) con una quota del quasi 10%.

«Il brand Felicia — continua l'ad di Andriani — è il risultato della nostra

ambizione di innovare l'offerta alimentare con prodotti che rispondano a un'ampia varietà di esigenze nutrizionali. Abbiamo lavorato molto per posizionarlo come marchio di riferimento nel settore dell'healthy food (molto apprezzato dagli sportivi), grazie a una gamma di prodotti naturalmente privi di glutine e realizzati con materie prime biologiche e innovative. La nostra strategia di crescita si fonda su tre pilastri di investimenti: nella distribuzione, in comunicazione per raccontare la storia e i valori di Felicia e in r&d e innovazione»

La transizione

Ma l'obiettivo del prossimo futuro è un ulteriore salto di qualità che permetta al gruppo di guidare la transizione alimentare. «Stiamo definendo il nuovo piano strategico — afferma Andriani —. Prevediamo investimenti per circa 32 milioni di euro da destinare all'innovazione, alla digitalizzazione e all'internazionalizzazione, con l'obiettivo di superare i 200 milioni di euro di fatturato entro il 2028, per competere a livello globale con i grandi player del mondo dell'healthy food. La transizione alimentare è al centro della nostra strategia aziendale. Abbiamo abbracciato un modello di business rigenerativo che ci consente di offrire prodotti che non solo soddisfano i bisogni nutrizionali, ma rispettano l'ambiente grazie all'uso di materie prime da filiere controllate. Siamo impegnati nel creare valore lungo tutta la filiera grazie a partnership di lungo periodo con stakeholder chiave, dagli agricoltori ai consumatori, adottando pratiche virtuose in ogni fase del processo produttivo, così da guidare un cambiamento positivo e duraturo»



Nella strategia di sviluppo, rientrano anche piani di m&a. «Il nostro dna di innovatori ci porta sempre a guardare altre realtà e a fare scouting. Vogliamo rafforzare il nostro portafoglio attraverso acquisizioni di linee esterne mirate, con l'obiettivo di innovare anche diverse occasioni di consumo oltre alla pasta. Negli ultimi anni abbiamo

completato operazioni di m&a con partecipazioni in realtà industriali tra cui il 100% di Nove Alpi, azienda toscana che produce alimenti da forno senza glutine e aproteici, e una quota di controllo di ApuliaKundi, start up specializzata nello studio e coltivazione di alga spirulina 100% italiana e biologica ad uso alimentare. È in corso di finaliz-

zazione l'acquisizione di una quota di minoranza di una startup innovativa specializzata nella transizione proteica. Crediamo che l'm&a, approcciato in modo virtuoso, possa accelerare la nostra crescita, integrando competenze nuove e tecnologie che completano l'offerta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● **Chi è**

Michele Andriani è presidente di Andriani spa, azienda nel settore agroalimentare, nota per il marchio Felicia, specializzato in pasta e prodotti healthy food a base di materie prime alternative. Il gruppo prevede di chiudere il 2024 con un fatturato di 115 milioni di euro: +10% rispetto al 2023

Il gruppo è presente in 40 Paesi e l'espansione all'estero fa perno anche su una filiale commerciale a New York



Al timone Michele Andriani, presidente e ad del gruppo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



161507