

# Gruppo Pedon, partner fisso della Gdo mondiale

di Valeria Torazza

**D**opo aver maturato un'esperienza più che decennale nel commercio all'ingrosso, i fratelli Pedon, a metà degli anni Ottanta, decidono di entrare nel business della trasformazione e commercializzazione alimentare. Il gruppo di Molvena (Vi) diventa sinonimo di legumi e cereali. La sfida imprenditoriale raccolta da Franco, Sergio e Remo Pedon s'intreccia con lo sviluppo della distribuzione moderna, in particolare della Gdo. L'intuizione è quella di lavorare come partner della distribuzione facendone il riferimento più importante nella strategia commerciale e produttiva. Con la crescita si avvia la fase acquisizioni: arrivano due aziende locali, Bosco e Tulipano, la prima specializzata nei funghi secchi e la seconda produttrice di prepara-

**In 15 anni l'azienda veneta è passata da 8 a oltre 70 milioni di euro di fatturato. La produzione per conto dei retailer rappresenta oggi il 70%**

ti per dolci. All'inizio degli anni Duemila la neocostituita divisione Acos (Agricultural Commodity Supply) diventa ben presto un importante riferimento per tutta l'industria conserviera europea. Acos gestisce una rete di "sup-

plying" con stabilimenti produttivi in Cina, Etiopia e Argentina, e di sedi commerciali in Egitto e in Sud Africa. La presenza all'estero permette l'offerta di un'ampia gamma di prodotti, salvaguardando e valorizzando le peculiarità

territoriali e tradizionali. Non si può quindi parlare di delocalizzazione produttiva tout court anche perché, in ambito di filiera integrata, i passaggi produttivi successivi alla prima lavorazione (rilavorazione e confezionamento), insieme a ricerca & sviluppo e logistica restano a capo del quartier generale di Molvena.

## Canali distributivi



Tutte le sedi produttive adottano standard di stampo europeo. La crescita del gruppo è sintetizzabile in due dati: dagli 8 milioni di euro di fatturato nel 1998 agli oltre 70 milioni nel 2012. Entrando nello specifico della produzione retail, i prodotti Pedon sono veicolati per l'87% dalla Gdo. Gli specializzati bio rappresentano l'8% delle vendite, il canale farmacia il restante 5%. Pur essendo predominante la distribuzione moderna (per vocazione, scelta e importanza strategica), nell'ultimo periodo è in crescita il canale degli specializzati bio: nel complesso i prodotti biologici rappresentano il 20% del fatturato.

Il portafoglio prodotti Pedon comprende 3.000 referenze a marchio proprio, oltre 100 linee a private label che realizzano il 70% del fatturato.

La divisione retail del gruppo rappresenta quattro aree di business: legumi, cereali e semi, preparati per dolci, funghi secchi e alimenti senza glutine. La scelta di mantenere gli aspetti strategici sotto il controllo diretto della direzione italiana è connessa alla possibilità di garantire tutti i passaggi.

## La divisione retail del gruppo

product - mix

CATEGORIE	PRINCIPALI BRAND	POSIZIONE COMPETITIVA
Legumi, cereali e semi		Oltre 30 referenze tra legumi, cereali e semi
		Gastronomia, specialità regionali ed eccellenze italiane
		Cereali, legumi e creme vellutate pronti in pochi minuti
		Cereali 100% italiani convenzionali e bio a rapida cottura
		Cereali, legumi e creme vellutate biologici a rapida cottura
		Lenticchie Premium
		Legumi, cereali e semi da agricoltura biologica
Preparati per dolci		Preparati per dolci e decorazioni
Funghi secchi		Porcini secchi e mix funghi da origini selezionate
Alimenti senza glutine		Ingredienti e preparati per dolci e da forno senza glutine

MKTG - Focus on Market

## L'impresa

### PEDON SPA:

Retail: Lavorazione, confezionamento e distribuzione di prodotti alimentari a marchio proprio e a marchio privato.

**ACOS S.P.A** Industria: produzione e vendita di commodities agricole all'industria di trasformazione alimentare e conserviera. Fornitore accreditato World Food Programme.

## LE CIFRE DELLE 2 DIVISIONI

### GRUPPO PEDON INDUSTRIA

**70 mln di euro**

il fatturato 2012

**4**

gli stabilimenti  
produttivi

**37%**

l'export  
in 25 Paesi

**600**

i dipendenti

### DIVISIONE RETAIL: PEDON spa

**40 mln di euro**

il fatturato 2012

**70%**

l'incidenza delle PL  
sul fatturato Agenti/Distributori  
presenti in 15 Paesi

**20%**

l'export

**150**

i dipendenti

### Politiche etiche

Gruppo Pedon ha attuato scelte d'impegno nel sociale e nel rispetto ambientale rinunciando agli ogm e usando pack a basso impatto ambientale nonché utilizzando 58 silos refrigerati per stoccare il prodotto sfuso che evitano l'impiego di circa 37 tonnellate di sacchetti di plastica.

Un'iniziativa che rientra in una scelta etico-sociale da parte della famiglia Pedon è la scuola in Etiopia nata per i figli dei dipendenti e divenuta scuola della comunità, con 250 bambini. Questo progetto ha portato un altro premio nel portfolio di Pedon: l'Ethic Award nel 2009. Altri riconoscimenti collezionati negli anni sono il Sial Trends & Innovation Award, Prodotto dell'anno, Gulfood Selection Award, Superior Taste Award, Sapore dell'anno, FreeFrom Food Award e il Quality Food Award..

### Innovazione

Con la marca "Dalla buona Terra", Pedon offre una gamma completa di zuppe a cottura tradizionale, quindi piuttosto lunga ma come dice il nome molto vicina all'origine e adatta a un consumatore più tradizionalista. Anche la lenticchia Pedina è un prodotto so-

stanzialmente tradizionale ma in questo caso si è valorizzato il prodotto attraverso la marca e come riportato in precedenza il sostegno alla solidarietà.

### Contenuto di servizio

Alcuni elementi hanno rappresentato una chiave di volta nello sviluppo di questa impresa e del mercato in generale. Innanzitutto lo sviluppo del contenuto di servizio: legumi e cereali a rapida cottura sono prodotti e commercializzati sia con linee proprie sia come marche commerciali. I brand di Pedon sono I Salvaminuti, Bio-ritmi e C'è di Buono. I Salvami-



**Controllo diretto della filiera e di approvvigionamento**

**Garanzie di prodotto certificato, no ogm e garanzie etiche**

**Investimenti in ricerca e sviluppo**

**Ricerca vantaggi competitivi e miglior rapporto qualità-prezzo-Innovazione**



**Problematiche legate alle nicchie di mercato**

nuti sono una gamma di singoli cereali e legumi e un mix di prodotti per contorni o vellutate. Dal 2013 questa linea comprende alcune referenze di creme vellutate che cuociono in 2 minuti, mentre i Salvaminuti classici hanno un tempo di cottura di 10 minuti. Oltre ai tempi e alla facilità di preparazione, l'attenzione è stata posta su ampiezza della gamma prodotti, tipicità e biologico. Coniugare il servizio con il bio è una peculiarità di questa azienda. Nelle altre aree di business oltre il marchio ombrello Pedon, l'azienda commercializza con specifiche linee. Nel settore dei funghi secchi il brand è Bosco'S, in quello degli alimenti senza glutine la linea è Easyglut Pedon mentre per i preparati per dolci prevale il marchio Pedon.

Un inciso rispetto ai prodotti privi di glutine: lo sviluppo della ricerca ha incrementato il numero di referenze in grado di soddisfare non solo l'aspetto dietetico ma anche quello organolettico, con proposte adatte a tutta la famiglia. Si pone in quest'ottica anche lo sviluppo della linea Easyglut Pedon, che comprende 18 referenze delle quali 10, presenti nel prontuario AIC, sono mutuabili ed erogate dal Servizio Sanitario Nazionale. Le referenze di preparati per dolci sono oltre 40 e comprendono ingredienti base per dolci, mix per torte, budini, frutta candita, decorazioni, preparati per dolci monodose (cupcake).

### PL e copacking

Pedon produce marchi per numerose catene distributive in Italia e all'estero: fra le quali Rewe e M-Preis (Austria), Asda, Morrisons e Waitrose (UK), Ica e Axfood (Svezia), Dansk Supermarked (Danimarca), Norgesgruppen (Norvegia), Delhaize (Belgio), Loblaw (Canada), Topco, Trader Joe's, H.E.B. e Fairway (USA), Spar (Austria e Ungheria), Aldi (Austria,

## Cosa fa Gruppo Pedon

**Missione:** soddisfare i bisogni dei clienti finali e intermedi con una produzione che rispetti l'ambiente e le persone.

**Attività:** lavorazione, confezionamento e distribuzione di legumi, cereali secchi e semi (core business), funghi secchi, preparati per dolci e alimenti senza glutine. Due divisioni (retail e industria) e 4 stabilimenti in Italia, Cina, Etiopia e Argentina, 4 filiali commerciali a Il Cairo (Egitto), Miami (USA), Dubai (Emirati Arabi Uniti) e a Pretoria (Sud Africa).

**Obiettivi a medio termine:** crescita nel mercato legumi e cereali con l'innovazione di prodotto e lo sviluppo nell'area sud e isole. Maggiore efficienza nel settore preparati per dolci con conseguente riduzione dei costi.

Svizzera e Slovenia), Monoprix e Dia (Francia), Mercator (Slovenia), Pick'N Pay (Sud Africa), Carrefour, Esselunga, Selex, Auchan, Sigma, Dico, Simply, Crai e NaturaSi (Italia), Barry Callebaut e Sugat (Israele).

Sempre nel retail è co-packer per clienti come Cameo, Paneangeli, Elah, Cannamela, Von Houten, Bioitalia, Levoni, Italpepe, Annalisa, Ki Group, La Finestra sul Cielo.

Il posizionamento nella leadership del mercato è il risultato di un impegno costante nel controllo delle fonti di approvvigionamento, nell'investimento in ricerca e sviluppo insieme a partner importanti (associazioni di produttori ed enti di ricerca), negli elevati standard qualitativi perseguiti. ■