

Il Gruppo Eurofood: contemporaneo, cosmopolita, innovativo e sperimentatore

45 anni di esperienza fanno del Gruppo Eurofood, guidato da Caterina e Federico Boerci, un punto di riferimento per conoscere ed apprezzare le nuove tendenze alimentari provenienti da 5 continenti. "Siamo un'azienda commerciale e al tempo stesso fortemente gestionale - spiega la Presidente - che opera con cinquanta Paesi importando in esclusiva ogni tipologia merceologica: dal secco ai liquidi, dal fresco al surgelato, utilizzando una rete distributiva capillare e presente su tutto il territorio nazionale che interagisce con oltre 15.000 punti vendita di ogni dimensione". La forza del gruppo, che fattura 150 milioni di euro con un ebitda di 9 milioni e una patrimonializzazione di circa 17 milioni di euro, è l'estrema flessibilità. "Siamo in grado di distribuire attraverso tutti i canali di

vendita ogni tipologia merceologica - spiega Caterina Boerci - ogni nostro agente è specializzato in singoli canali, tanto che ne possono convivere anche più di uno nella stessa città".

Trovare il canale di vendita giusto per ogni prodotto è quindi la risposta vincente del Gruppo, che negli ultimi anni si è ingrandito anche attraverso una politica di acquisizioni.

L'ultima arrivata è D&C Spa. "L'operazione che ha portato la storica società di distribuzione ad entrare nel nostro Gruppo, è stata per me motivo di orgoglio: D&C operava ancora prima che mio padre fondasse Eurofood e quindi era per noi un punto di riferimento.

Il ruolo che questa società svolgerà è fondamentale per ampliare i servizi da noi offerti". Il portafoglio prodotti del gruppo di Corsico abbraccia oltre



Caterina Boerci

8 mila referenze, e tra i brand di proprietà distribuiti si evidenziano, Nattùra, KV Nordic, Tropicana, Bronsugar, Nut Club, Foodies Bros e Bosco Buono. "Siamo diventati un punto di riferimento per chiunque voglia importare prodotti alimentari in Italia, sia i grandi gruppi italiani che le multinazionali si rivolgono a noi per avere una distribuzione efficiente.

La nostra storia è piena di innovazione: siamo stati i primi in Italia ad aprire nuovi mercati, come l'etnico 30 anni fa e oggi stiamo portando i consumi del mass market al mondo salutistico: solo rinnovandosi si può continuare a crescere!"



FOODIES ITALIA, L'ULTIMA NATA DEL GRUPPO EUROFOOD

Non solo importatori ma anche esportatori: Foodies Italia, ultima nata del Gruppo Eurofood, vuole dare una risposta concreta alle richieste dei produttori italiani e dei distributori internazionali - "Sfruttando la nostra esperienza e le nostre conoscenze internazionali - spiega Caterina Boerci - abbiamo creato una vera e propria centrale di acquisto per la distribuzione sui mercati internazionali delle migliori tipicità alimentari italiane." Come è nello stile di Eurofood, la nuova società, fornisce, oltre ai prodotti, anche una vasta gamma di servizi, che sono alla base dell'attività di internazionalizzazione. "In Italia - spiega la Presidente - esistono numerose piccole e medie aziende,

che pur avendo prodotti interessanti per i mercati esteri, non hanno la forza commerciale o quella finanziaria per intraprendere un'attività di export". Foodies Italia può supportare i propri fornitori anche finanziariamente attraverso una partnership con il gruppo Unicredit. Offre invece ai propri clienti una varietà di prodotti che spaziano da quelli classici della tradizione italiana a quelli più innovativi e attenti al mondo salutista e bio. Crea, anche a richiesta, marchi privati su misura per i vari mercati e mette a disposizione anche un capillare servizio logistico con più di 10.000 mq di superficie disponibile. "Oltre a marchi di terzi, la società distribuirà il marchio di proprietà Foodies Bros, sotto il quale saranno proposti per il mercato estero i migliori prodotti tipici italiani." In Italia il marchio Foodies Bros sarà invece distribuito da D&C Spa.