

Strategie. Rinnovata l'azienda vicentina

La controllata King's taglia il traguardo di cento anni d'attività

Cento anni di presenza sul mercato. Per King's, realtà leader nel settore della lavorazione e produzioni di prosciutti, il 2007 è l'anno del centenario e per festeggiarlo l'azienda si è regalata una serie di eventi celebrativi aprendo le porte dello stabilimento di Sossano (Vicenza) ai visitatori. Per l'occasione ha presentato anche l'ultima novità della sua produzione: un prosciutto "in cestello di vimini" destinato ai gourmet.

INUMERI

Il prosciuttificio di Sossano ha sviluppato un fatturato di 46 milioni nel 2006: oltre un terzo del totale realizzato dal gruppo

«Il centenario - afferma Mario Dukcevic, presidente di King's - arriva in un momento molto importante per l'azienda che sta raggiungendo ottimi risultati grazie all'elevata qualità dei prodotti». Uscito dall'orbita Nestlé nel 1999 il prosciuttificio ha da subito impostato la sua produzione secondo tradizione, qualità e territorio avviando una radicale riorganizzazione di stabilimento e strategie distributive.

Oggi la prosciutteria King's può contare su oltre 500 punti vendita specializzati e fidelizzati dove vengono distribuiti prodotti come il "Rebello", il "Val Liona", "Snocciolato" e "Gran Speck", realtà limitate nei numeri, ma dall'alto appeal gastronomico.

L'acquisto da parte della famiglia Dukcevic ha coinciso con un pesante investimento per portare la realtà vicentina agli standard di qualità delle strutture di San Daniele del Friuli. Oggi, gli stabilimenti di produzione di Kipre esprimono una capacità produttiva di 700mila pezzi l'anno.

Ni. C.

120,4 milioni

Nel 2006 il fatturato della Kipre Holding Spa è stato di oltre 120 milioni (46 da King's e 74 da Principe del Friuli) con un incremento del 6,3% rispetto all'esercizio 2005.

6,4%

Mercato interno

È l'incremento registrato sul mercato interno. L'export ha raggiunto i 17 milioni (+6%) consolidandosi su Stati Uniti, Giappone, Germania e Austria.

12,38 milioni

L'incremento del margine operativo lordo sul 2005 è stato pari al 27,4% mentre l'utile consolidato ante imposte ammonta a 7,389 milioni (+56,48%).

10%

Marchi

È la quota del brand Wulevù sul mercato italiano: vale il terzo posto tra i produttori nazionali.