

Il gruppo Croci di Castronno acquista la francese Canifrance

Pubblicato: Lunedì 22 Febbraio 2021



Il **gruppo Croci**, leader italiano negli accessori per cani, acquista la società francese Canifrance, una storica azienda transalpina del settore animali domestici, fondata nel 1946, e specializzata nella produzione di collari e guinzagli di alta qualità per cani e gatti, con un marchio molto noto (Bobby) e una presenza capillare e consolidata sul mercato francese.

L'azienda francese realizza un fatturato annuo di circa 5 milioni di euro tramite la vendita di oltre 600mila articoli. Oltre che in patria, Canifrance vanta anche una presenza nei negozi specializzati e nelle boutique per cani e gatti in Europa, a Hong Kong e negli Emirati Arabi.

“L'operazione Canifrance ha un duplice valore strategico – **spiega Dario Croci, fondatore dell'omonimo gruppo** – Da un lato, grazie alla nostra esperienza nel settore, potremo rafforzare la presenza e le vendite del marchio francese sui suoi tradizionali mercati di sbocco. Dall'altro, potremo usare la rete di distribuzione della società transalpina per promuovere e commercializzare i prodotti Croci in Francia”.

L'acquisizione di Canifrance rappresenta un'ulteriore tappa del **processo di internazionalizzazione del gruppo Croci** iniziato nel 2010 con l'acquisto della **tedesca Amtra** e proseguito nel 2019 con **l'apertura di una filiale in Cina**. Croci ha chiuso il 2020 con un **fatturato di 36 milioni di euro**.

Grazie all'acquisizione di Canifrance e alla crescita delle vendite a livello mondiale, quest'anno **il gruppo varesino prevede di aumentare il giro d'affari a 48 milioni di euro (+33%)**. Nel catalogo

Croci figurano oltre 8mila prodotti che spaziano dagli accessori per animali domestici al pet food, dagli acquari all'abbigliamento per cani, che vengono distribuiti in Italia e sui mercati internazionali tramite i classici pet shop, la grande distribuzione organizzata, i centri di garden e su piattaforme digitali.

Il successo registrato dal gruppo varesino (il giro d'affari ha registrato un incremento di quasi il 30% in soli due anni) è legato a un'intuizione di Dario Croci: **estendere il concetto di Italian Design al mondo animale**, creando delle vere e proprie collezioni moda di abbigliamento e accessori per cani.

“È un'idea in cui ho sempre creduto, nonostante lo scetticismo dei miei colleghi – spiega Croci – La provenienza da una famiglia di commercianti tessili e la profonda conoscenza del mondo canino accumulata in trent'anni di attività mi hanno sicuramente aiutato a realizzare un progetto che sembrava impossibile”.

Le collezioni griffate Croci sono progettate **nel centro di ricerca e sviluppo di Castronno** in cui il gruppo investe ogni anno circa il 4% per cento del fatturato. L'approccio strategico ai mercati di Croci punta particolarmente al posizionamento del marchio con un duplice obiettivo. Il primo è soddisfare la crescente domanda dei consumatori che, come accaduto in altri settori merceologici, oggi cercano sempre di più prodotti sofisticati, di elevata qualità e legati a un brand riconoscibile. Il secondo è aiutare i distributori a integrare la loro offerta con un ampio portafoglio prodotti sempre più di tendenza, in grado di fare leva sull'immagine e sul potere evocativo di un marchio leader di settore.

“Oltre alla spinta sull'internazionalizzazione – conclude Dario Croci – le nostre strategie di sviluppo prevedono un ampliamento dell'offerta di prodotto scommettendo su sostenibilità, tecnologia, innovazione, fashion design, digitalizzazione e un nuovo approccio ai consumatori”.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it