

PELLINI CAFFÈ, GIORGIO MOLINARI È IL NUOVO DIRETTORE GENERALE

PERSONE

🕒 3 min.

30 Marzo 2026



Nuova fase di sviluppo per l'azienda veronese: struttura manageriale potenziata e focus sul piano strategico 2025–2028



Pellini Caffè annuncia la nomina di **Giorgio Molinari** (nella foto) a **Direttore generale**, segnando un passaggio chiave nel rafforzamento della governance e nell'evoluzione del modello organizzativo.

Manager con oltre 25 anni di esperienza in contesti multinazionali e imprenditoriali, Molinari ha sviluppato competenze trasversali in ambito sales, trade marketing, marketing e finance. Già strategic planning Officer dell'azienda dalla metà del 2024, assume ora la guida operativa con l'**obiettivo di consolidare la crescita e supportare l'esecuzione del piano strategico 2025–2028**.



PERFORMANCE E CRESCITA

Il percorso di trasformazione avviato negli ultimi anni ha consentito all'azienda di presentarsi al 2025 con una struttura più solida e orientata allo sviluppo. Tra i principali indicatori, spicca il **superamento dei 5,9 milioni di kg di caffè venduti a marchio Pellini**, a conferma della capacità del brand di generare valore nei diversi canali e mercati.

IL RUOLO DELLA NUOVA GOVERNANCE

Secondo **Beatrice Pellini**, **Consigliera d'amministrazione e Direttrice marketing** del gruppo, la nomina si inserisce in un percorso di trasformazione articolato: negli ultimi due anni l'azienda ha affrontato rebranding, riorganizzazione interna e revisione dei processi, con il supporto consulenziale di Eim (Executive interim management) e della client Partner Silvia Granocchia. *"L'esperienza di Molinari, maturata sia in contesti multinazionali sia in realtà padronali, rappresenta l'expertise necessaria per una governance ambiziosa ed efficace"*, sottolinea **Beatrice Pellini**.



LA STRATEGIA 2025–2028 DI PELLINI

Il nuovo Direttore generale punta a **rafforzare la presenza dell'azienda nel mercato italiano e in quelli esteri**, valorizzando un percorso di crescita sostenibile e innovativa. In Italia, la strategia prevede il rafforzamento della presenza nel canale Horeca attraverso una maggiore copertura diretta e lo sviluppo di partnership strategiche con operatori regionali, mentre nella Gdo l'obiettivo è ampliare ulteriormente la distribuzione ponderata e introdurre nuove referenze in linea con i trend emergenti: incluso il segmento monoporzionato. A livello internazionale, **Pellini mira a consolidare il presidio nei mercati già attivi e a sviluppare nuove opportunità in aree ancora poco esplorate**, sostenendo questa espansione con un incremento degli investimenti in marketing volto a rafforzare la riconoscibilità del brand.



EVOLUZIONE INDUSTRIALE E DI BRAND

Nel triennio 2023–2025, Pellini ha intrapreso **un percorso di evoluzione che ha portato al rafforzamento della struttura manageriale**, all'introduzione di nuovi modelli di pianificazione e all'ottimizzazione dei processi interni per migliorare l'efficienza complessiva. Al tempo stesso, l'azienda ha investito nel rinnovamento del marchio con un nuovo logo e una nuova brand visual identity, accompagnati da un restyling dei packaging basato su materiali monomateriali più sostenibili e su formati flessibili pensati per garantire maggiore freschezza e qualità delle miscele. Nello stesso periodo sono state aggiornate le gamme Horeca, è stata potenziata l'offerta destinata ai mercati del Nord Europa e sono stati realizzati interventi di efficientamento industriale attraverso l'ottimizzazione delle linee produttive.