

Largo Consumo



Le filiere produttive

STORIA, CIFRE, PRODOTTI, CANALI DI VENDITA, ASSETTO INDUSTRIALE,
PROCESSI, CERTIFICAZIONI, SCELTE COMUNICATIVE

Secondo



LA TUA VERDURA SCEGLIE CONIP



LE NOSTRE CASSE IN PLASTICA SONO
100% RICICLATE E LO SONO
ALL'INFINITO



consorzio nazionale imballaggi plastica

#anchetuconconip
conip.org

SOMMARIO

Le Filiere Produttive

secondo



Amadori

Carni avicole

p. 4



Asdomar

Conserve Ittiche

p. 8



La Doria

Conserve di pomodoro

p. 12



Pastificio Liguori

Pasta di Gragnano IGP

p. 16



Surgital

Pasta fresca surgelata e piatti pronti

p. 20

Direttore: Armando Garosci

Pubblicità e comunicazione: Alessandro Rosso e Daniele Shahdadian

Comunicazione di impresa a cura di Maria Eva Virga

Grafica e impaginazione: Raffaella Varotti

Copyright 2021 Editoriale Largo Consumo srl

le Filiere produttive è:



Le eccellenze industriali



La filiera collegata



I sistemi e processi



L'innovazione di prodotto



Le certificazioni



Il packaging



La RSI come fattore competitivo



I mercati servizi



Il management



La comunicazione



Il trade marketing

AMADORI



IL GRUPPO È UNO DEI PRINCIPALI LEADER DEL COMPARTO AVICOLO NEL SETTORE AGROALIMENTARE ITALIANO, CON ALL'ATTIVO SIGNIFICATIVI INVESTIMENTI PER SVILUPPARE LA SUA FILIERA INTEGRATA E CERTIFICATA.

La storia del **Gruppo** ha inizio in Romagna intorno agli anni '30 del secolo scorso, quando la **famiglia Amadori** comincia a commercializzare in ambito locale pollame e animali da cortile. Negli anni '50 gli Amadori decidono di mettere a punto un intero sistema di filiera avicola, costruendo a Cesena il primo mangimificio (1965), l'incubatoio (1966) e il primo impianto di macellazione (1968). Il **1969** è l'anno della **fondazione ufficiale dell'azienda**, a **San Vittore di Cesena**. Nel corso dei decenni l'azienda incrementa i siti produttivi in Italia e rileva altre aziende del settore.

Oggi, con **oltre 1,3 miliardi di fatturato**, è uno dei principali leader nel settore agroalimentare italiano, specialista nel comparto avicolo. Il Gruppo ha messo in campo investimenti significativi per continuare a crescere e sviluppare tutta la sua **filiera integrata, certificata, 100% italiana** e alla base del suo successo, garantendo innovazione nei processi produttivi con tecnologie all'avanguardia e sviluppando un'accurata politica di sostenibilità, sia a livello ambientale, per incrementare la produzione di energia da fonti rinnovabili, che sociale, sostenendo le comunità in cui opera.

L'azienda in cifre

Nome: **Gruppo Amadori**
 Sede centrale: **San Vittore di Cesena (FC)**
 Stabilimenti di trasformazione: **6**
 Centri di distribuzione: **19**
 Piattaforme logistiche: **3**
 Incubatoi: **5**
 Mangimifici: **4** (più 1 in conto lavorazione)
 Allevamenti: **oltre 800**
 (tra proprietà e in convenzione)
 Collaboratori: **oltre 8.500**
 Fatturato 2019: **oltre 1,3 miliardi di euro**



La filiera integrata

Amadori gestisce direttamente l'intera filiera, tutta in Italia, per garantire la provenienza delle materie prime, il controllo di ogni fase del ciclo produttivo e la massima sicurezza del prodotto, dalla realizzazione alla distribuzione ai clienti finali. Nei **mangimifici** esperti nutrizionisti studiano la dieta ideale - a base di grano, mais, orzo, soia e sali minerali - preparando i mangimi per assicurare la crescita degli animali. Negli **allevamenti da riproduzione**, in aree protette, sono allevati i galli e le galline che depositano le uova destinate agli **incubatoi** di filiera, dove avviene lo sviluppo e la schiusa delle uova fecondate sotto un costante controllo dei parametri di umidità, temperatura e ventilazione, secondo rigorose



norme igienico-sanitarie. Negli allevamenti, organizzati per garantire le migliori condizioni climatiche, gli animali sono tutti liberi di muoversi a terra e, per le filiere Il Campese e BIO, anche all'aperto. Tutti gli **stabilimenti di trasformazione alimentare** sono certificati ISO 9001 e dotati di tecnologie all'avanguardia. Infine la **distribuzione**: grazie a un sistema logistico avanzato, la quasi totalità delle consegne avviene entro sole 24 ore dalla presa ordine, salvaguardando la shelf life dei prodotti.

Nuova comunicazione per "Il Campese"

È iniziata a fine febbraio, su tutti i principali network televisivi italiani, la nuova campagna pubblicitaria dedicata a **Il Campese** Amadori, **il pollo allevato all'aperto** senza uso di antibiotici, alimentato con mangime esclusivamente vegetale e no OGM. Il nuovo spot è stato realizzato da **VMLY&R** e prodotto da **Movie Magic** e vede protagonista un esemplare di Il Campese intento a raccontare la sua missione, portare nelle case degli italiani

eccellenza e alta qualità, e a mostrare il "suo" regno: un allevamento all'aperto della filiera d'eccellenza Amadori, inserito in un territorio unico quale il **Tavoliere delle Puglie**, dove si trova la quasi totalità delle strutture avicole. La **campagna Tv** - film di 30" e 15" - è affiancata da una **pianificazione digital** e da un'attività di **comunicazione social**; a Il Campese è inoltre dedicata una sezione rinnovata del sito **www.amadori.it**.



DOTI PARTICOLARI

Il legame fra benessere, nutrizione e sport



"Amadori alimenta lo Sport" è il progetto con cui Amadori vuole porsi come interlocutore di riferimento per tutti coloro che abbinano **stili di vita attivi** a un'**alimentazione corretta ed equilibrata**. Il Gruppo diventa **"ambasciatore" delle carni bianche italiane di**

alta qualità, grazie ai plus differenzianti delle sue filiere di eccellenza Qualità 10+, Il Campese, BIO. Il progetto ha preso il via nel 2019, con la partnership a fianco del **CONI** e di **Italia Team**, e vede Amadori fornitore ufficiale dei centri di preparazione olimpica e di **Casa Italia** alle **Olimpiadi** di Tokyo. L'offerta Amadori, infatti, risponde in modo puntuale alle esigenze di nutrizione sia degli **sportivi di ogni livello** (dagli atleti fino agli amatori), così come dei **bambini**, delle future e neo **mamme** e dei **senior**, per i quali le proteine nobili delle carni bianche sono elemento insostituibile di un regime alimentare completo e bilanciato. Il progetto "Amadori Alimenta lo Sport" sta proseguendo in questi mesi con la collaborazione con istituzioni sportive (come la **Federazione italiana Fitness**), con ambassador appartenenti al mondo dello sport, della nutrizione e del lifestyle (come i due olimpionici **Alice Volpi** e **Marco Lodadio**) e la partecipazione a importanti eventi e appuntamenti dedicati a salute e benessere.



Francesco Berti
Amministratore Delegato
di Amadori

“Un business fatto di rispetto ed equilibrio”

«Filiera integrata vuol dire non solo qualità 100% italiana: la nostra attività d'impresa è inserita in un contesto territoriale e di comunità in cui vogliamo essere protagonisti attivi. Per questo abbiamo scelto un modello di business in grado di conciliare gli obiettivi aziendali con quelli sociali e ambientali, in un'ottica di trasparenza e coerenza. Rispetto ed equilibrio guidano la responsabilità d'impresa Amadori, che coinvolge tutta la filiera integrata e ci vede impegnati nei confronti delle **persone** - dipendenti, consumatori e comunità - degli **animali**, a cui garantiamo attenzione e cura in ogni fase, e dell'**ambiente**. In Amadori, inoltre, continuiamo a innovare i nostri processi produttivi con l'obiettivo di soddisfare, attraverso le linee di alta qualità (Il Campese, BIO e Qualità 10+) e un'offerta versatile e variegata, tutti i target di riferimento. Crediamo fortemente nello sviluppo del settore in un'ottica di modernità, efficienza, innovazione, qualità e sostenibilità. **La nostra filiera, integrata, certificata e 100% italiana resta il faro dei nostri investimenti**, mirati ad accrescere la nostra qualità, per poterci presentare come l'azienda di eccellenza in questa categoria».

Il portafoglio prodotti

Amadori si propone al consumatore come azienda di riferimento nel comparto avicolo per qualità e differenziazione dell'offerta, con oltre 1.500 referenze, dai tagli tradizionali fino ai prodotti elaborati e cotti. Eccellenza dell'offerta è **Il Campese**, pollo certificato a lento accrescimento, allevato all'aperto senza uso di antibiotici, alimentato con mangime vegetale e no OGM, 100% italiano a tracciabilità garantita, lavorato solo con fonti di energia rinnovabile. **La filiera del pollo e tacchino Qualità 10+** è invece costituita da animali 100% italiani, allevati senza uso di antibiotici e alimentati con mangime vegetale e no OGM. **La filiera BIO**, infine, è caratterizzata da polli 100% italiani, tutti provenienti da allevamenti biologici della filiera Amadori, dove gli animali hanno la possibilità di muoversi all'aperto e sono nutriti con cereali e legumi provenienti da agricoltura biologica.



Qualità controllata e garantita

Nel 2020 hanno lavorato per Amadori:

- **54 addetti Assicurazione Qualità** a presidio della filiera e nei laboratori di analisi
- **9 veterinari** interni
- **51 tecnici d'allevamento** a presidio dell'area zootecnica
- **2 nutrizionisti** addetti alla formulazione dei mangimi e alla elaborazione dei piani alimentari



La novità

Prodotti tradizionali

La gamma de "Il Campese" confezionato - pensata per venire incontro alle esigenze del

consumatore moderno - è sul mercato con confezionamenti **a peso fisso confezionati in LID**, tecnologia che, oltre a garantire una conservazione ideale del prodotto fresco, lo presenta esteticamente *premium*, con una migliore chiarezza espositiva nei banchi.

Queste nuove referenze sono caratterizzate da **un alto contenuto di servizio**, pronte per essere facilmente cotte e gustate. Si tratta di **tagli innovativi, dai formati ridotti**, studiati per le scelte d'acquisto delle famiglie moderne. **È stata inoltre rinnovata anche l'immagine dell'etichetta**, per comunicare con maggior forza e distintività i numerosi plus de "Il Campese".



Sono state effettuate **oltre 578mila analisi** microbiologiche, sierologiche, chimiche, di biologia molecolare e diagnostica dai Laboratori interni in un anno.

Sono state **oltre 105mila le analisi sui prodotti finiti** realizzate dai laboratori interni in un anno.

Investimenti in tecnologie

Il Gruppo investe in maniera costante lungo tutta la filiera integrata. Fra i più recenti investimenti, nell'area zoomangimistica è stata rafforzata la filiera nel Centro-Sud Italia con un **nuovo incubatoio** in Molise, a Bojano (CB), e un **nuovo mangimificio** in Abruzzo, a Fossacesia (CH). Per quanto riguarda la fase di trasformazione alimentare, alla **"Sala Taglio"** presso il sito principale di Cesena (uno degli stabilimenti più innovativi



d'Europa, dedicato alle prime e seconde fasi della lavorazione del pollo) si stanno affiancando importanti investimenti sugli altri siti per potenziare tutte le linee dei prodotti, in particolare quelle dedicate alle referenze ad **alto contenuto di servizio**.

Per quanto riguarda l'efficienza distributiva, è a pieno regime la realizzazione della nuova piattaforma logistica, presso il sito principale di Cesena, una struttura all'avanguardia nel settore.



La sostenibilità ambientale

Amadori dedica da tempo grande attenzione alla **gestione ambientale ed energetica** delle proprie attività. Negli anni sono stati installati impianti con una potenza nominale complessiva di oltre 25 MW, per produrre parte dell'energia che viene consumata: impianti fotovoltaici sui tetti degli allevamenti di proprietà e delle filiali; impianti di cogenerazione alimentati a biogas, gas metano o ad olio vegetale presso diversi siti della filiera.

Nel complesso, il Gruppo si attesta su una percentuale intorno al 30% di energia auto-prodotta rispetto al totale dei consumi. Una percentuale che sale a circa l'80% per il sito principale di Cesena,

dove si trovano una centrale termica integrata a due impianti di cogenerazione a gas metano, un biodigestore anaerobico da cui si recupera biogas, un impianto di depurazione biologica a fanghi attivi e un impianto rendering per la trasformazione dei sottoprodotti. Un altro esempio virtuoso riguarda la lavorazione del pollo Il Campese, a Mosciano S. Angelo (TE), che utilizza al **100% energia da fonti rinnovabili**. Per quanto riguarda l'uso delle risorse idriche, dove possibile, viene utilizzata acqua di recupero proveniente dagli impianti di depurazione, grazie a

potabilizzatori per trattare le acque di superficie, riuscendo a impiegarle fino al 70% delle necessità in stabilimento. In un'ottica di **economia circolare**, infine, grazie a moderni impianti per la lavorazione dei sottoprodotti a Cesena e a Mosciano S. Angelo, questi diventano materia prima per il pet food. Il grasso, inoltre, viene certificato come biocombustibile, mentre la pollina, oltre alla concimazione, viene anche veicolata a terzi, specializzati in produzione di energia. Uno dei prossimi investimenti è il nuovo impianto rendering presso lo stabilimento di Mosciano S. Angelo.



ASDOMAR

GENERALE CONSERVE, CON IL MARCHIO ASDOMAR E LA PRODUZIONE DI IMPORTANTI PRIVATE LABEL È OGGI LA SECONDA AZIENDA DEL MERCATO ITALIANO TRA I PRODUTTORI DI CONSERVE ITTICHE E LA PRIMA PER PRODUZIONE DI TONNO DA INTERO



L'azienda in cifre

Sede Amministrativa

e Commerciale: **Genova**

Siti produttivi: **2 (in Italia e Portogallo)**

Fatturato 2020: **circa 159 milioni di euro**

Collaboratori: **645**

Il marchio **ASDOMAR** compare già negli anni '40 ma la società di distribuzione nasce sul finire degli anni '80 e nell'arco di qualche decennio l'azienda è passata da essere una piccola realtà a una società di produzione, oltre che di commercializzazione, che oggi conta 644 collaboratori - distribuiti tra la sede amministrativa di Genova e gli stabilimenti in Sardegna (Olbia) e Portogallo (Vila do Conde) - e che ha chiuso il 2020 con un fatturato di circa 159 milioni di euro. Il fatturato è sviluppato per il 60% circa da marchi propri e per il restante 40% da Private Label.



La produzione

In Italia, negli anni della delocalizzazione estrema, ASDOMAR è stata una delle pochissime realtà ad aver portato la produzione nel Paese grazie

all'acquisizione, nel 2008, di macchinari e impianti di uno stabilimento di lavorazione del tonno ad Olbia.

L'azienda ha successivamente costruito un nuovo stabilimento inaugurandolo nel 2010. Nello stabilimento di Olbia il numero medio di collaboratori è di 220 persone, mentre in Portogallo di 401. Dal 2010 lo stabilimento portoghese è stato acquisito definitivamente e li

Generale Conserve produce lo sgombrò, il salmone e, dal 2016, anche il tonnetto striato. Le alte percentuali di donne presenti nei due stabilimenti (per una media totale di 82% donne e 18% uomini) testimoniano l'importanza del lavoro femminile nella lavorazione del tonno e dello sgombrò che viene effettuata a mano da esperte artigiane del taglio, della pulitura e della preparazione.

Mercati e canali

Generale Conserve ha raggiunto importanti obiettivi in ottica commerciale: l'accreditamento per la vendita negli Stati Uniti, in Brasile e in Australia. La strategia di internazionalizzazione fa leva sull'asset più storico e driver più importante dell'azienda, il marchio ASDOMAR. In Italia, nel mercato del tonno sott'olio, è del 6,5% la quota in valore di ASDOMAR e del 16% circa la quota di Generale Conserve (dati aggiornati al 2020). Sono oltre 200 i player della distribuzione con cui l'azienda intrattiene rapporti commerciali.



DOTI PARTICOLARI

Tonno "zero spreco"

L'efficienza del processo produttivo ottimizza l'utilizzo della materia prima e un impianto per la produzione di farine di pesce destinate alla zootecnia consente ad ASDOMAR di produrre tonno senza scarti di lavorazione: **"Tonno Zero Spreco"**. L'industria del tonno genera dalla lavorazione in media oltre il 50% di scarti che normalmente vengono gettati in discarica. Generale Conserve riutilizza al 100% questi scarti per la produzione di mangimi per la zootecnia, creando un valore di economia circolare. Inoltre, i brodi di cottura del tonno vengono filtrati per recuperarne le parti proteiche per arricchire le farine di pesce. Una parte dei brodi di pesce viene inoltre estratta e utilizzata per produrre il gel ricco di vitamine che viene inserito nelle scatolette di pet food.



Locandina



Giovanni Battista Valsecchi
Direttore generale
di Generale Conserve

“Innovazione e Automazione”

«Generale Conserve continua a investire in Ricerca e Sviluppo e Innovazione industriale, sia presso lo stabilimento di Olbia sia presso quello di Vila do Conde. Gli obiettivi perseguiti tramite gli investimenti riguardano: efficientamento della capacità produttiva, valorizzazione di sotto-prodotti di lavorazione, flessibilità produttiva, diversificazione delle produzioni e sicurezza globale dei processi. I progetti sono concepiti e attuati in modo da coniugare le performance in termini di produttività, qualità dei prodotti e sicurezza dei collaboratori. Il miglioramento delle rese tecniche e della produttività, nonché la capacità di assecondare le tendenze e gli stili di consumo dei consumatori sono alla base della competitività dell'azienda. L'azienda investe continuamente nella tecnologia per massimizzare l'efficienza e l'innovazione, con il risultato del miglior equilibrio possibile tra la tecnologia avanzata e la tradizione del know-how manifatturiero della lavorazione artigianale, preponderante nelle fasi chiave della produzione. Attualmente gli obiettivi di breve periodo riguardano investimenti e lavori per l'ammodernamento dell'impianto di aria compressa, al fine di conseguire risparmi di energia elettrica e garantire una maggiore efficienza per far fronte a picchi di produzione giornalieri più alti».

Qualità e Sostenibilità

Generale Conserve unisce alla ricerca della massima qualità anche un rigoroso e concreto impegno per la tutela del benessere dei lavoratori e la sostenibilità. La valorizzazione delle artigianalità locali è uno dei pilastri fondamentali dell'azienda. Mantenere, infatti, le fasi della produzione del tonno a pinne gialle in Italia e dello sgombero e del tonnetto striato in Portogallo, contribuisce a sostenere il territorio e l'indotto a livello locale. La sostenibilità è il cuore pulsante dell'etica aziendale e si traduce costantemente in azioni concrete intraprese per il miglioramento dei processi industriali e produttivi e alla tutela della risorsa ittica. Le materie prime utilizzate, in tema di sostenibilità della pesca, sono garantite da **Friend of the Sea (FOS)**, un programma di certificazione internazionale che



nasce dal successo e dai risultati tangibili ottenuti dal progetto **Dolphin-Safe dell'Earth Island Institute**, NGO no-profit internazionale. Seguendo le Linee Guida della **FAO** per i prodotti ittici, FOS ha definito criteri di certificazione molto selettivi: il tonno utilizzato, infatti, è accettato solo se proveniente da zone di pesca idonee, se è conforme ai rigidi criteri di certificazione per la sostenibilità a lungo termine degli stock (popolazioni)

ittici e se pescato con metodi selettivi e non impattanti per il fondo del mare. Massima trasparenza anche sull'etichetta delle confezioni dove sono riportati la specie, il metodo di pesca, l'oceano, la zona FAO, oltre alla possibilità per il consumatore di richiedere la completa tracciabilità attraverso il sito. Non da ultimo, i materiali impiegati per il packaging dei prodotti ASDOMAR sono riciclabili al 100%.

IPER + SUPER + LS TOT. ITALIA

ANNO 2020	Vendite in Valore	Var. %	Vendite in volume	Var. %
Tonno Sottolio Fino A 300 Gr	892.848.232	+6,2	76.525.427	+5,2
Totale Tonno Olio Medium	744.772.452	+6,0	69.497.202	+5,2
Totale Tonno Olio Premium	148.075.765	+7,0	7.028.226	+5,6
Di cui Filetti in Vetro	122.459.153	+8,8	5.858.112	+7,2

Fonte:
IRI Anno terminante
27/12/2020 Market
Overview Tonno

La novità

Formati nuovi per una gamma più ampia

Negli ultimi anni è stata data grande rilevanza all'ampliamento della gamma dei formati e della riduzione dello

spreco, assecondando anche le necessità di grammature diverse, dalla monoporzione al formato per la famiglia. I filetti di tonno in formati di dimensioni più contenute (da 105 grammi e da 250 grammi in porzioni) sono stati pensati per prevenire gli sprechi alimentari e per soddisfare i nuovi stili di vita. La novità 2020 è la nuova variante da 150 grammi all'olio extravergine di oliva, che va ad aggiungersi

e ad affiancare i gusti classici olio e naturale e la versione grigliata all'olio, nello stesso formato. La linea tonno all'olio di oliva «**Meno Olio**» affianca la linea standard per offrire tutta la qualità ASDOMAR, con meno olio. I nuovi formati conterranno la stessa quantità di tonno della lattina classica, che non avrà più bisogno di essere sgocciolato per gustarne tutta la bontà.



La sicurezza alimentare

La salubrità e la sicurezza alimentare sono garantite da controlli continui di laboratorio, con risultati in tempo reale e feedback immediati con la produzione. Il laboratorio analisi dello stabilimento di Olbia è certificato da **Accredia** (l'ente di accreditamento italiano) come terza parte indipendente, il che denota gli altissimi livelli di competenza tecnica e la conformità dell'operato del laboratorio ai più alti standard di riferimento. Vengono quotidianamente effettuate analisi sui principali elementi della produzione e, in particolare, sono

condotte internamente più di 5.000 analisi al mese per valutare la qualità del tonno e dell'olio utilizzati (in particolare 200 analisi al giorno di istamina, oltre a mercurio, cloruri, azoto basico volatile totale e analisi centesimali). In media a Olbia sono stati effettuati oltre 11.000 controlli a campione su ciascun lotto di tonno in ingresso e 35.000 controlli sul prodotto finito tonno; a Vila do Conde oltre 1.000 controlli a campione effettuati su ciascun lotto in ingresso di tonnetto striato, sgombero e salmone (dati 2019).



Riconoscimenti

Ad aprile 2020 Generale Conserve è stata insignita del **Premio Speciale BBS - Biblioteca Bilancio Sociale**, nella categoria 'Ambiente', in particolare per i progetti legati all'approvvigionamento produttivo a beneficio di tutti, all'utilizzo della risorsa marina vissuta come bene collettivo e al raggiungimento degli "zero scarti" di lavorazione. Il tonno ASDOMAR è posizionato al primo posto dell'ultima classifica (ultimo aggiornamento 2016) effettuata da **Greenpeace "Il Rompiscatole"** - è l'unico marchio in fascia verde - sulla sostenibilità del tonno e al primo posto (unico marchio con soli segni positivi) nell'indagine sulla trasparenza in etichetta, sempre tenuta da Greenpeace.



GENERALE CONSERVE SPA

P.zza Borgo Pila 39 - 16129 Genova (I) - www.asdomar.it

LA DORIA



È TRA I BIG PLAYER ITALIANI NELLA PRODUZIONE DI DERIVATI DEL POMODORO, SUGHI PRONTI, LEGUMI IN SCATOLA E SUCCHI DI FRUTTA. QUOTATA IN BORSA, LAVORA PER L'80% CON L'EXPORT ED È SPECIALIZZATA NELLE PL

La Doria - headquarter ad Angri (Salerno), quotata in Borsa - è un gruppo italiano leader nel settore delle conserve alimentari vegetali - e in particolare nella produzione di derivati del pomodoro, sughi pronti, legumi in scatola, succhi e bevande di frutta. La Doria è un'azienda familiare alla seconda

generazione, fondata nel 1954 dalla **Famiglia Ferraioli** che detiene il 63% del capitale sociale, a fronte di un flottante del 37%. Nel 2020 La Doria ha registrato un fatturato consolidato di 848,1 milioni di euro con una forza lavoro composta da 820 dipendenti fissi. La Doria è stata quotata per la prima volta nel segmento ordinario

MTA di Borsa Italiana nel 1995 e successivamente quotata nel segmento Star, dedicato alle aziende che rispondono a requisiti di eccellenza in tema di trasparenza informativa, liquidità e corporate governance.

Nel 2018 il Gruppo ha lanciato un piano di investimenti per 138 milioni di euro, volto



L'azienda in cifre

Anno fondazione: **1954**

Fatturato consolidato 2020:

848,1 milioni di euro

Valore PL: **97%**

Valore Export 2020: **oltre l'80%**

Siti produttivi: **6 (in Italia)**

Superficie totale: **792.000 mq**

(di cui coperta): **307.000 mq**

Collaboratori: **820 dipendenti fissi (circa 900 stagionali)**

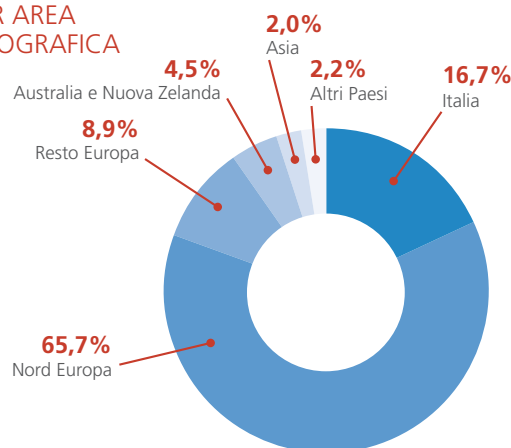
all'aumento della capacità produttiva, all'ottimizzazione industriale e logistica e alla riduzione dei costi. Negli ultimi 10 anni sono state investite risorse complessive per 235.3 milioni di euro.

Mercati e canali

Oggi La Doria è il principale produttore europeo di legumi in scatola, pelati e polpa di pomodoro nel segmento retail, il primo produttore europeo di sughi pronti a marchio privato e tra i principali produttori italiani di succhi e bevande di frutta. La Società può vantare posizioni di leadership in mercati esteri particolarmente competitivi come il Regno Unito, l'Australia e il Giappone. È al primo posto nel mercato inglese per la produzione di derivati del pomodoro e baked beans a marchio privato.

La forte caratterizzazione internazionale è confermata dal fatto che i ricavi sono realizzati per oltre l'80% all'estero e, in particolare, per il 65,7% nel Nord Europa (principalmente Regno Unito e Paesi Scandinavi), che rappresenta quindi il bacino di utenza principale per il Gruppo.

RIPARTIZIONE DEL FATTURATO PER AREA GEOGRAFICA



Fonte: dati aziendali

I PUNTI DI FORZA

- Prodotti di alta qualità a prezzi competitivi;
- Forte efficienza industriale che consente di essere altamente competitivi nei costi grazie ad elevata tecnologia di processo, economie di scala, utilizzo ottimale della capacità produttiva e integrazione verticale con la produzione interna di scatole in banda stagnata;
- Volumi elevati in grado di soddisfare le esigenze dei maggiori player della Distribuzione Moderna;
- Ampiezza e profondità della gamma;
- Segmentazione dell'offerta private label a presidio di tutti e tre i segmenti: value / entry level, marchio insegna / mainstream e premium;
- Continua innovazione di prodotto a servizio dei marchi privati, in linea con i nuovi trend di consumo e le innovazioni dell'industria di marca;
- Elevata flessibilità nella personalizzazione delle ricette, packaging e servizio;
- Know-how specialistico nella produzione di prodotti a marchio del Distributore che ha consentito lo sviluppo di relazioni consolidate di lungo termine con i maggiori players della Grande Distribuzione;
- Modello di business sostenibile



DOTI PARTICOLARI

La specializzazione nelle private label

Fornitore privilegiato delle maggiori catene della Grande Distribuzione e dei Discount in tutto il mondo, La Doria si caratterizza per essere un Gruppo vocato prevalentemente alla produzione delle "private label", i marchi commerciali dei grandi Retailer: circa il 97% del fatturato,

infatti, è realizzato in questo canale.

La mission dell'azienda è quella di fornire ai propri clienti in tutto il mondo prodotti di ottima qualità a prezzi altamente competitivi, alternativi alla marca.



Stefano Grieco
Quality & Product
Development Director

“Pomodoro al 100% italiano, tracciato e sostenibile”

«Attraverso un rapporto di stretta collaborazione e continuo confronto con gli agricoltori, che diventano veri e propri partner, La Doria riesce a seguire da vicino tutte le fasi di coltivazione del pomodoro, dalla semina al trapianto, garantendo la qualità e la sostenibilità del processo. La Doria accompagna la crescita dei frutti garantendo anche servizi di consulenza agronomica e specifiche sessioni di formazione con gli agricoltori su tematiche legate ad esempio all'utilizzo responsabile degli agro-farmaci, utilizzati solo se strettamente necessario.

La sostenibilità ambientale ed etica della coltivazione viene perseguita attraverso l'attivazione di specifici progetti formativi che coinvolgono la base agricola su tematiche di rilievo come la riduzione del consumo di acqua o l'incremento del numero di api fondamentali per l'impollinazione. Vengono selezionate solo le migliori varietà di pomodoro non geneticamente modificato che, grazie alla prossimità geografica tra gli stabilimenti e i campi di coltivazione, viene trasformato subito dopo la raccolta preservando i suoi valori nutrizionali. Il pomodoro da poco raccolto arriva nei nostri stabilimenti di Angri (SA), Sarno (SA), Fisciano (SA) e Lavello (PZ) dove viene sottoposto a ulteriori controlli qualità prima di iniziare il processo di trasformazione con le più moderne tecnologie di produzione e qualità certificata. Il controllo lungo la filiera garantisce la piena tracciabilità dei prodotti, dai campi agli scaffali e viceversa».



La produzione

Una storia col pomodoro al centro

La Doria è leader europeo nella produzione di pelati e polpa di pomodoro e tra i principali produttori italiani degli altri derivati del pomodoro nel segmento retail. Per raggiungere questo risultato l'azienda lavora da oltre sessant'anni a stretto contatto con la base agricola, con la quale ha instaurato un vero e proprio rapporto di partnership fatto di supporto e continuo confronto.

Questo contatto diretto le consente di acquistare ogni anno le migliori varietà di pomodoro 100% italiano che, grazie alla prossimità geografica

con i campi, viene lavorato appena raccolto. **Tracciabilità e sostenibilità** sono per La Doria qualità imprescindibili nella realizzazione dei propri prodotti e rappresentano un impegno che l'azienda garantisce ai propri clienti attraverso diverse certificazioni tra cui la certificazione **ISO 22005** che attesta la trasparenza de La Doria nei confronti del mercato grazie alla capacità di ricostruire, in ogni momento e rapidamente, la storia del prodotto certificato. **Friend of the Earth** certifica l'impegno di La Doria a salvaguardia e tutela dell'intero ecosistema attraverso il

mancato utilizzo di sostanze pericolose, la gestione responsabile dei rifiuti e dell'energia e la responsabilità sociale di tutta la filiera.

Quattro dei sei stabilimenti di proprietà del gruppo sono attivi nella produzione dei derivati del pomodoro: lo stabilimento di Angri (SA), quello di Sarno (SA), quello di Fisciano (SA) e quello di Lavello (PZ) per una capacità produttiva totale di 283.000 tonnellate di conserve di pomodoro. Gli altri due stabilimenti produttivi sono ubicati sempre in Italia, a Parma e Faenza (RA).



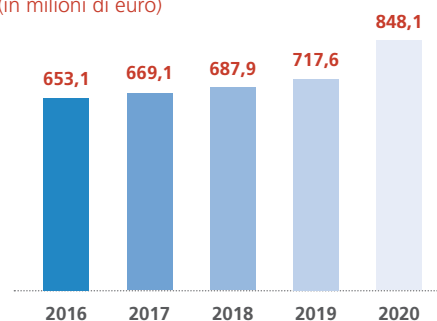
La sostenibilità

Perseguire la crescita nel rispetto di valori irrinunciabili che permeano il modo di operare aziendale e sono integrati in ogni anello della catena del valore del Gruppo: dall'approvvigionamento delle materie prime fino alla realizzazione dei prodotti. Per La Doria sostenibilità significa innanzitutto **TERRA**, la risorsa più importante. La Doria riesce a destinare al recupero il 98,9% dei rifiuti prodotti in un anno dalle proprie produzioni. **IMPEGNO**, La Doria vuole essere un'azienda solida e responsabile in una visione di lungo termine, cercando di assicurare condizioni di lavoro sicure, mitigare gli impatti e generare valore condiviso. È l'impegno di tutte le persone che vi lavorano, non solo all'interno dell'azienda ma anche verso gli interlocutori esterni, dagli agricoltori ai clienti. Con questo impegno riesce, ad esempio, a soddisfare il 99,1% del fabbisogno di scatole in banda stagnata

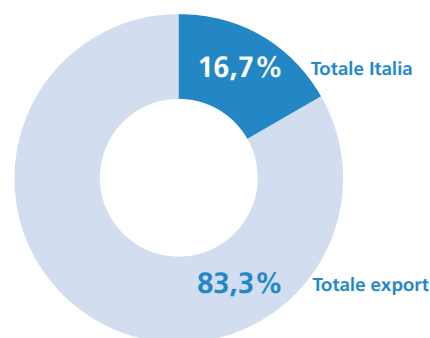


con l'autoproduzione, limitando impatti ambientali legati ai trasporti; **PASSIONE**: La Doria desidera che la nostra tradizione italiana sia apprezzata e rimanga un elemento di distinzione per qualità ed eccellenza. La passione perciò è un elemento indispensabile per fare bene il proprio lavoro contribuendo alla qualità dell'intero sistema aziendale. Nel 2020 l'azienda ha sviluppato per i propri clienti 124 progetti di sviluppo nuovi prodotti, migliorando ricette esistenti o creandone di nuove, combinando flessibilità, efficienza produttiva e bassi impatti ambientali.

PROGRESSIONE RICAVI CONSOLIDATI (in milioni di euro)



RIPARTIZIONE DEL FATTURATO 2020 (in %)



Fonte: dati societari



Giuseppe Tamaro
Direttore Commerciale
Italia

“L'innovazione per lo sviluppo”

«La Doria, anche grazie a un «Discovery Team» focalizzato sull'Innovazione e a una cucina sperimentale all'avanguardia, è in grado di replicare le tecnologie di processo e di prodotto e di fornire ai propri clienti un prototipo in linea con il prodotto da realizzare. Per noi l'innovazione ha due principali direttrici: creare nuove linee di prodotto e adeguare quelle esistenti ai nuovi trend di mercato; rendere gli stabilimenti più efficienti, innovando il processo stesso di produzione. Siamo produttori a marchio private label, per noi quindi l'innovazione di prodotto non può prescindere dalla stretta collaborazione con i nostri clienti. Ciononostante siamo attenti a cogliere le tendenze di mercato, le aspettative dei consumatori ed a proporre le novità di prodotto e processo ai nostri clienti e partner commerciali.

Nell'ambito dell'innovazione di prodotto abbiamo dato particolare attenzione all'innovazione sul packaging, per rispondere alla crescente domanda del mercato di prodotti sostenibili ed a ridotto impatto energetico/ambientale, esplorando nuovi materiali e nuove tecnologie applicative. Un esempio può essere il progetto di riconversione dei multipack del pomodoro da plastica in cartoncino. Per i succhi di frutta abbiamo effettuato il passaggio al brik Tetra Crystal caratterizzato da una minore quantità di plastica e dunque dal minore impatto ambientale. Nell'innovazione di processo dedichiamo attenzione agli interventi di ottimizzazione produttiva e di mitigazione degli impatti ambientali della produzione».

La Doria SpA

via Nazionale 320, 84012 Angri (SA) - Phone: +39 081 5166 111
www.gruppoladoria.it - commerciale.italia@gruppoladoria.it

PASTIFICIO LIGUORI



IL PRIMO PASTIFICIO INDUSTRIALE A OTTENERE LA CERTIFICAZIONE IGP PASTA DI GRAGNANO. LIGUORI È SINONIMO DI MADE IN ITALY E DI ALTISSIMA QUALITÀ



L'origine del **Pastificio Liguori** ha oltre 200 anni. Nel 1795 infatti **Gaetano Liguori** ottiene dal Consiglio delle Municipalità di Gragnano la concessione di «fare e vendere maccheroni di buona qualità ed unica sorte» all'interno della sua bottega, creando una delle più antiche aziende produttrici di pasta in Italia e nel mondo. Nel 1820 suo figlio, **Vincenzo Liguori**, fonda il Pastificio Liguori nella storica sede di Via Roma a Gragnano utilizzando i primi macchinari azionati dalla forza umana atti alla produzione di quantitativi di pasta maggiori, per soddisfare una sempre maggiore richiesta di prodotto sempre crescente. Già attiva nel commercio di cereali e derivati, la **famiglia Casillo** guida da due generazioni il Pastificio Liguori. Nel 2013 la Commissione Europea conferisce

L'azienda in cifre

Nome: **Pastificio Liguori**

Sede: **Gragnano (Na)**

Siti produttivi: **2**

Area stabilimenti: **30.000 mq**

Fatturato 2020: **66 milioni di euro**

Linee produttive: **6**

Capacità produttiva annua: **100.000 tonnellate**

la Certificazione IGP alla Pasta di Gragnano. Il Pastificio Liguori è il primo pastificio industriale ad ottenere tale certificazione e uno dei soci fondatori del **Consorzio di Tutela della Pasta di Gragnano IGP**. Nel 2019 Liguori ha acquisito le quote di maggioranza del **Pastificio della Forma Srl**, che è confinante con il Pastificio Liguori ed è adibito alla produzione di pasta a lentissima essiccazione in celle statiche. Oggi Liguori è sinonimo di pasta di altissima qualità 100% made in Italy, con 8 gamme e oltre 100 formati, e fornitore consolidato di private label per i maggiori retailer in Italia e nel mondo. Il fatturato 2020 è stato di 66 milioni di euro, il 15% in più rispetto all'anno precedente, e in crescita ininterrotta dal 2017.

La produzione

Su una superficie totale di 30.000 mq, il pastificio opera in continuità su 6 linee di produzione (4 di pasta corta e 2 di pasta lunga) con una capacità produttiva annua di 100mila tonnellate.

Tra il 2015 al 2019 sono state installate una nuova linea di produzione sia per la pasta corta che per la pasta lunga, nuove linee di confezionamento per la lavorazione dei pack in carta riciclabile, e

un impianto di trigenerazione. Sono stati inoltre acquisiti altri 10mila mq adiacenti l'azienda dove sarà creato un ulteriore magazzino totalmente automatico,

per il prodotto finito. Infine sono stati installati un silos e una nuova linea di confezionamento per i formati speciali industriali.



L'evoluzione del brand

Tre anni fa è stato effettuato un importante lavoro di rebranding e rinnovo del packaging. È stato infatti ritrovato e utilizzato il logo storico degli anni '50 con i suoi colori istituzionali, bianco e blu. La scelta di effettuare un rebranding così radicale nasce dall'esigenza di valorizzare l'identità del pastificio ed esaltare la qualità del prodotto. Il pastificio Liguori, infatti, vanta un'attività produttiva di oltre due secoli, durante i quali l'arte di "saper fare" la pasta è stata tramandata di generazione in generazione, una caratteristica fondamentale da comunicare attraverso il pack. Inoltre l'azienda sceglie di utilizzare un pack in carta 100% riciclabile, per promuovere la fondamentale e virtuosa pratica del riciclo a casa.



DOTI PARTICOLARI

Il processo di pastificazione

Il Pastificio Liguori impiega da sempre una materia prima di altissima qualità che, trasformata, porta ad un prodotto finito unico ed eccellente. Tale risultato è raggiungibile solo con una trasformazione della materia prima che sia quanto meno non invasiva e quindi dannosa a carico della materia prima stessa. La semola impiegata contiene una quantità molto elevata di proteine, le quali durante la fase di impastamento e successiva trafilazione al bronzo si strutturano e formano il glutine. Un composto proteico fatto da una fitta e stretta rete all'interno della quale restano intrappolati i frammenti di amido. Questa struttura chimica è responsabile della tenuta in cottura, della patinosità e del nerbo del prodotto cotto. Successivamente un processo di essiccazione lenta e a bassa temperatura fa sì che il prodotto non venga "stressato" in fase di essiccazione e dunque che la struttura del prodotto, creatasi con l'impastamento, non subisca alterazioni, oltre a mantenere intatte le caratteristiche organolettiche tipiche dei migliori grani duri italiani, ossia colore giallo paglierino, profumo e sapore. I tempi essiccazione del Pastificio Liguori vanno oltre le 18 ore per le paste lunghe, a una temperatura mai superiore ai 72 gradi.



Per le paste corte si raggiungono anche le 10 ore. Il disciplinare di produzione della Pasta di Gragnano IGP comporta l'impiego esclusivo della trafilatura in bronzo, che rende porosa la superficie del prodotto, in modo da trattenere perfettamente i condimenti. Una delle caratteristiche principali del metodo di impasto è l'acqua utilizzata, l'acqua sorgiva del Parco Regionale dei Monti Lattari, che, utilizzata a temperatura di sorgente, è ricca di sali minerali e con una durezza dai valori ottimali per conferire una consistenza ideale all'impasto.



Aurora Casillo
General Manager
di Pastificio Liguori

“Garanzia totale per il consumatore”

«La pasta Liguori racchiude i trend di mercato degli ultimi anni ma che in realtà noi proponiamo da oltre un decennio. La Pasta Liguori è Pasta di Gragnano IGP, prodotta con grano 100% italiano di filiera certificata e coltivato nei campi del Tavoliere delle Puglie. Inoltre la nostra pasta contiene una percentuale proteica del 14,5%. Ci distinguiamo per il processo di produzione, in particolare per l'essiccazione, lenta e a basse temperature, e perché confezioniamo il prodotto in un pack premium ed ecosostenibile, in carta 100% riciclabile (riciclabilità certificata Aticelca 501).

Le nostre scelte sono frutto di un'etica di fondo che da sempre ci accompagna: per noi è di primaria importanza valorizzare il territorio e le eccellenze del nostro Paese, tra cui troviamo il grano duro. Quello da noi selezionato nei campi del Sud Italia è unico per gusto, aroma, colore e tenacità e noi rispettiamo queste caratteristiche qualitative nel processo di produzione, in particolare durante la lenta essiccazione a basse temperature, un metodo che da sempre ci contraddistingue, tramandato dal know-how secolare dei nostri capi pastai, fondamentale per garantire un'eccellente tenuta in cottura e una pasta al dente e tenace. Per noi etica significa incentivare il lavoro degli agricoltori italiani, fissando un prezzo minimo garantito e, in aggiunta a questo, delle premialità in base alle caratteristiche qualitative del grano».



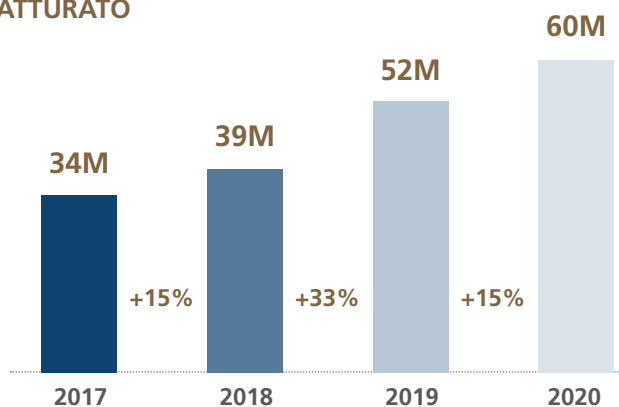
Mercati e canali

Il fatturato del pastificio Liguori è suddiviso al 50% fra Italia ed estero, dove l'azienda distribuisce i prodotti in oltre 40 paesi sia nel canale retail che horeca. Dal 2013 è il primo player nella distribuzione di pasta di Gragnano IGP. Uno dei mercati storici per Liguori è quello asiatico, ultratrentennale, in particolare quello giapponese, dove il brand è particolarmente riconosciuto per le sue elevate qualità. I prodotti sono ben distribuiti in tutti i paesi europei, dove la qualità premium dei prodotti e il pack in carta riciclabile sono ritenuti requisiti fondamentali. Infine è unico fornitore di pasta secca di semola di grano duro per una delle principali società d'importazione di food degli Stati Uniti, è presente in alcune parti della Russia, degli Emirati arabi e perfino in Australia. Inoltre è presente con il marchio in Sud America, presto in Canada e nei mercati sviluppati del continente africano.

L'evoluzione del fatturato di Pastificio Liguori: 2017 - 2020

(in mln di euro e var. % anno su anno)

FATTURATO



Fonte: dati aziendali



Le certificazioni di qualità

Il Pastificio Liguori ha ottenuto la certificazione ISO 22005 del Sistema di Gestione Tracciabilità di Filiera da Dnv-GI. Ciò significa che qualità e sicurezza sono presenti e controllate in tutta la filiera agroalimentare. Inoltre documenta la storia e la provenienza del prodotto, con una trasparenza massima, perché nella filiera sono identificate tutte le parti responsabili, dal campo, attraverso il processo produttivo, fino allo scaffale. In pratica in un qualunque momento è possibile risalire alla "storia" del singolo il pacchetto di pasta.

La certificazione 22005 viene rinnovata di anno in anno partendo da accordi con gli agricoltori e passando poi dai molini all'interno dell'azienda. In base alle quantità di prodotto finito che si ritiene di lavorare anno per anno, in fase di semina si stabiliscono le quantità di grano ricavate durante il raccolto.



LE CERTIFICAZIONI

Liguori è una tra le aziende del settore food con più certificazioni in Italia, garanzia di affidabilità e fiducia per consumatori e partner commerciali.



Il tipo di grano prescelto dipende dalle annualità, a seconda della resa qualitativa e quantitativa delle sementi.

Il grano viene poi portato nei centri di stoccaggio (i molini) e durante l'anno viene trasformato in semola.

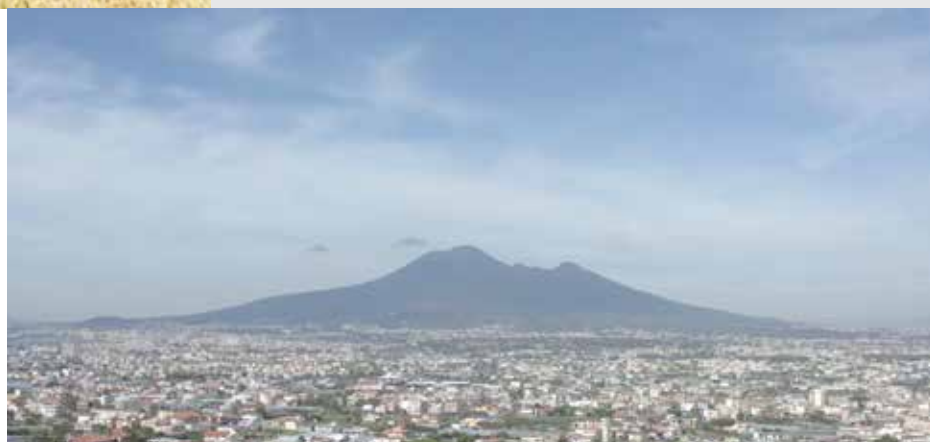
Quando la semola arriva in struttura, viene interamente verificata e controllata. In base al disciplinare della pasta di Gragnano Igp, per quanto riguarda la materia prima, le proteine contenute devono essere almeno in misura del 13% e il contenuto in ceneri non superiore allo 0,86%.

Liguori possiede dei plus che vanno oltre l'Igp: l'origine, 100% italiana, supportata dalle certificazioni di tracciabilità, il contenuto di proteine maggiore del 14% e il contenuto il cenere dello 0,84%. Infine vengono valutati anche il colore della semola, l'indice di glutine, la sua tenacità.

Gli investimenti in sostenibilità

Il piano d'investimento 2015-2019 di 23 milioni di euro ha previsto anche l'installazione di un impianto di trigenerazione adibito al recupero dell'energia che viene poi reinvestita in azienda e che ha portato a una riduzione del 21% delle emissioni di gas serra. Obiettivo primario del Pastificio Liguori è infatti la tutela dell'ambiente; l'impegno dell'azienda in tema di ecosostenibilità è costante e guida ogni processo.

Dal 2021 al 2024 sono previsti investimenti per 30 milioni di euro e gli obiettivi primari saranno, per l'appunto, ridurre ulteriormente l'impatto



ambientale dell'azienda e migliorare la qualità del prodotto.

È prevista una ulteriore diminuzione del 30% di utilizzo dei combustibili fossili e una diminuzione del 30% di utilizzo di acqua. Inoltre, sia dal punto di vista strutturale che impiantistico, l'azienda si

dedicherà all'implementazione delle linee di produzione, investendo nell'evoluzione degli standard qualitativi.

Tutti gli sforzi saranno concentrati sul metodo di produzione della lenta essiccazione a basse temperature che da sempre caratterizza il pastificio.

Pastificio Liguori Spa

Via dei Pastai, 50 - 80054 Gragnano NA - www.pastaliguori.com

SURGITAL



AZIENDA LEADER IN ITALIA PER LA PRODUZIONE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SURGITAL HA PORTATO LA QUALITA' DEI SUOI PIATTI E SUGHI PRONTI DAL FOOD SERVICE ALLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Surgital stabilimento Lavezzola

Surgital è la primaria azienda italiana produttrice di pasta fresca surgelata, piatti pronti surgelati e sughi in pepite surgelati per la ristorazione, catering e canale bar. Fondata nel 1980, l'azienda ha la sede produttiva a Lavezzola (RA) ed è guidata da **Romana Tamburini** (Presidente) e dal marito

Edoardo Bacchini (AD) insieme ai figli **Massimiliano**, **Elena** ed **Enrica**. Surgital è la capogruppo del Gruppo Surgital, di cui fanno parte anche **Surgital France sarl**, **Surgital America Inc.**, **Ca' Pelletti Retail srl**. Il fatturato di gruppo Surgital è 86,5 milioni di euro. L'ingresso in Gdo è avvenuto nel 2019.

L'azienda in cifre

Nome: **SURGITAL**

Sede centrale e stabilimento produttivo: **Lavezzola (RA)**

Filiari commerciali: **2 (Francia e Usa)**

Collaboratori: **340**

Fatturato del Gruppo 2019: **86,5 milioni di euro**

La produzione

Nata come piccolo laboratorio artigianale, Surgital ha saputo portare la genuinità dei suoi prodotti su scala industriale, arrivando a produrre ogni giorno 135 tonnellate di pasta fresca, 60.000 piatti pronti monoporzione e 8 tonnellate di sughi in pepite, impegnando oltre 340 dipendenti. Un'attenzione speciale e distintiva è rivolta al processo di conservazione, che prevede la sola tecnologia del freddo: i prodotti sono preparati con la stessa cura con cui verrebbero fatti a casa e immediatamente surgelati, così da mantenere intatti i sapori e le proprietà nutrizionali. Tutte le referenze arrivano in breve tempo a -20 °C, consentendo di portare la pasta fresca in tutte le cucine del mondo.





Per una resa ancora migliore, ogni singolo pezzo (anche i singoli chicchi, nel caso del riso) viene surgelato separatamente secondo il Metodo IQF - *Individually Quick Frozen*. Completano l'eccellenza del sito produttivo di Surgital anche i 70.000 metri cubi di celle frigorifere e un magazzino automatizzato a -20 °C da 14.000 posti pallet in cui sono stoccate oltre 600 referenze di prodotto, tutte preparate con ingredienti della tradizione italiana e materie prime acquistate integre e lavorate nelle cucine interne, molte delle quali certificate D.O.P.

DOTI PARTICOLARI

La sostenibilità



La sostenibilità è un asset su cui Surgital ha costruito la propria unicità. Lo stabilimento di Lavezzola è infatti autonomo energeticamente e in parte anche a livello idrico. Grazie a un sistema integrato costituito da un **impianto fotovoltaico** da 1.000 kW/h e da una **centrale di trigenerazione a metano** con una potenza elettrica di 6.000 kW/h e a una terza **centrale elettrica a turbine** con potenza elettrica da 600 kW/h, è totalmente autonomo nell'approvvigionamento di energia elettrica e nella produzione di vapore e acqua calda per i processi produttivi. Surgital vanta così un risparmio mensile di CO2 pari a 370 tonnellate, equivalente all'anidride carbonica emessa percorrendo in automobile circa 2,5 milioni di km.

Mercati e canali

"Piacere Mio!" in Gdo

Il core business di Surgital è quello del canale food service, ma a ottobre 2019 l'azienda ha lanciato il brand **"Piacere Mio!"**, entrando nella Grande Distribuzione Organizzata con un marchio di proprietà. Destinato al canale Gdo, il brand **"Piacere Mio!"**, è una linea di primi piatti monoporzione e sughi pronti, sei referenze tutte ispirate a ricette tradizionali reinterpretate con elementi di modernità che permettono a questi piatti di assolvere alla funzione insieme di appagare il gusto ed essere pratiche soluzioni salva tempo e salva fatica perfette per i consumatori moderni. In generale oggi il fatturato di Surgital è così ripartito: l'horeca rappresenta il 67%, Gdo e Door to Door il 29, mentre le forniture industriali coprono il 4%. Con lo sviluppo del progetto Piacere

Mio!, l'obiettivo è aumentare la quota destinata alla Gdo. Per quanto riguarda l'export, attualmente Surgital esporta in 60 Paesi nel mondo. Il focus nel medio-lungo termine è quello di ampliare il presidio in Europa, ma guardando da vicino i mercati target più interessanti come Canada, alcune aree del Far East

(Singapore, Hong Kong, Giappone) e potenziando gli investimenti nella penisola araba (Arabia Saudita e Paesi Arabi). Anche gli USA restano un mercato strategico: qui, a fronte di un rallentamento forte del food service nei mesi scorsi, si è registrato un aumento di ordini di referenze destinate alla Gdo.





Massimiliano Bacchini
Direttore Commerciale
di Surgital e Consigliere
d'Amministrazione

“Il presidio della grande distribuzione”

«Abbiamo analizzato per alcuni anni il comparto in cui operiamo, prima di consolidare il progetto “Piacere Mio!” che è nato due anni fa con l’obiettivo di mettere al servizio della grande distribuzione il know-how acquisito in quarant’anni di attività - dichiara **Massimiliano Bacchini**, direttore commerciale -. Oggi siamo pronti a soddisfare una reale domanda dei consumatori: quella di poter trovare al supermercato soluzioni pronte surgelate di elevata qualità e con un alto contenuto di servizio per il consumatore domestico. Le referenze a marchio ‘Piacere Mio!’ oggi sono sei, tutti primi piatti monoporzione, ma tra gli obiettivi di Surgital c’è un rafforzamento del presidio della grande distribuzione puntando a una maggiore capillarità e, insieme, anche un ampliamento di gamma. Quest’ultimo è un progetto già avviato: è stata aggiunta, ai sei primi piatti pronti con cui la linea ha debuttato, una nuova referenza con sugo a base di pesce, e verrà presentata a breve la linea di sughi pronti surgelati in pepite».

La novità. Dai primi piatti ai sughi

Nei primi mesi del 2021 sarà disponibile nel banco freezer di diverse insegne su tutto il territorio anche la settima referenza del brand “Piacere mio!”. Si tratta degli **Spaghetti al ragù di seppia**: è un piatto che prima di essere lanciato sul mercato è stato testato presso un panel di consumatori che lo hanno scelto tra diverse alternative. Tramite le metodologie di cottura impiegate da Surgital, gli spaghetti restano perfettamente al dente anche dopo il rinvenimento e le seppie risultano morbide e appetitose. Altra novità riguarda invece la diversificazione di gamma Piacere Mio! che dalla prossima primavera non sarà più composta solo da primi piatti monoporzione ma anche da sughi surgelati



in pepite, in confezione da 300 grammi. Forte dell’esperienza maturata anche su questa tipologia di prodotto in ambito foodservice, Surgital ha scelto di destinare anche al consumatore domestico quattro referenze che si prestano perfettamente ad essere usate come condimento di primi piatti (pasta o riso), in accompagnamento di antipasti, aperitivi (perfetti sulle bruschette) e come salse per carne o pesce. Una versatilità di impieghi per prodotti eccellenti da un punto di vista gustativo, pratici da tenere in freezer, da dosare al bisogno senza alcuno spreco e da rinvenire in pochi minuti in padella o in microonde.

Surgital Spa in cifre

Fatturato del Gruppo 2019	86,5 milioni di euro
Ripartizione % per canali	Horeca 67% / Gdo+Door to Door 29% / Forniture industriali 4%
Ripartizione % per area geografica	Italia 60%; estero: 40%
Produzione	
Sede centrale e stabilimento produttivo	Lavezzola (RA)
Produzione giornaliera	135 tonnellate di pasta fresca; 60.000 piatti pronti monoporzione; 8 tonnellate di sughi in pepite
Collaboratori	340
Filiali commerciali	2 (Francia e Usa)
Investimenti	
Nuova superficie dello stabilimento produttivo	+4mila metri quadrati (aggiunti ai 28mila esistenti)
Linee produttive	5 nuove linee dedicate alle paste ripiene, alle paste lunghe e ai piatti pronti.

Fonte: dati aziendali

Tradizione, territorio e innovazione

Proprio da una culla della gastronomia italiana, luogo di grandi tradizioni anche e soprattutto in tema di pasta fresca, il primo piccolo laboratorio artigianale del 1980, grazie a una grande visione industriale e al legame con il passato più buono del nostro Paese, ha saputo diventare in quarant'anni una realtà industriale punto di riferimento per la ristorazione ma anche indotto lavorativo ed economico molto importante per tutto il territorio. La tradizione è uno dei valori fondamentali per Surgital, intesa come gusto, ma anche come modalità di preparazione: l'obiettivo di Surgital è sempre stato quello di mettere la

tecnologia a servizio di un'esperienza di gusto confortevole e familiare. Alla base della filosofia aziendale vi è l'integrazione tra esperienza umana e innovazione tecnologica, tramite un incontro unico in cui la sapienza tradizionale incontra le potenzialità del nuovo, configurando così l'ingrediente principale della pasta fresca in Emilia Romagna e in Italia: a questo scopo sulle linee di produzione sono impiegate macchine che impastano e tagliano la pasta come fosse fatta da mani esperte in cucina. Anche il valore del territorio è nel cuore di Surgital: nonostante sia diventata una realtà enormemente

più grande rispetto agli esordi, non si è mai allontanata dalla sua Romagna. Un territorio che Surgital si impegna a rispettare limitando al massimo il suo impatto sull'ambiente e cercando di svolgere un ruolo attivo nel suo contesto sociale, anche con la promozione e il sostegno di iniziative benefiche a carattere locale e nazionale.



Sicurezza e qualità

L'intera produzione risponde alle regole di sicurezza alimentare per assicurare la salute dei consumatori: un impegno che coinvolge tutti i dipendenti nello svolgimento sicuro del lavoro, rispettando i piani di autocontrollo costruiti con il metodo HACCP. **Il Sistema di Gestione integrato** è conforme alle più importanti certificazioni volontarie riguardanti

l'organizzazione aziendale (ISO9001), il rispetto dell'ambiente (ISO14001), la responsabilità sociale (SA8000) e ai requisiti più restrittivi definiti dagli standard internazionali BRC ed IFS per la sicurezza alimentare. Ogni materia prima viene acquistata da fornitori qualificati, a garanzia di un costante livello qualitativo eccellente, mentre alcuni prodotti possiedono anche le certificazioni di prodotto da agricoltura biologica e certificazioni religiose quali Halal e Kosher. Garantire la sicurezza e la fiducia delle persone che collaborano con Surgital è da sempre una delle priorità. In linea con questo pensiero, dal 2011 sono stati inseriti nel sistema di gestione integrato i principi di salute e sicurezza sul lavoro e i requisiti previsti dallo standard internazionale Social Accountability 8000, nato per tutelare i diritti dei lavoratori e migliorare le loro condizioni lavorative, favorendo una cultura aziendale fondata su principi condivisi.

Gli investimenti

Se il fatturato consolidato di gruppo nel 2019 è stato di 86 milioni di euro (+7% rispetto al 2018), il 2020 è stato, per note ragioni, un anno altalenante, con un inizio molto positivo (nel primo bimestre c'è stato un importante incremento rispetto allo stesso periodo del 2019), poi la forte crisi di tutto il settore nei mesi primaverili e autunnali, con una parentesi di ripresa in quelli estivi.

Surgital ha parzialmente compensato le perdite Nell'horeca con gli altri canali che presidia, dal door to door alla Gdo in modalità PL e, dalla fine del 2019, con una gamma a marchio proprio "Piacere Mio!". La crisi non ha però fermato importanti investimenti che Surgital ha pianificato a livello industriale. **4mila metri quadrati** di nuovi reparti produttivi si aggiungeranno ai 28mila

attuali, con nuove linee di produzione e tecnologie che consentiranno all'azienda di aumentare la capacità produttiva e sviluppare nuove categorie di prodotto. Entro giugno 2021 entrerà in funzione la nuova area produttiva in cui troveranno spazio 5 nuove linee dedicate alle paste ripiene, alle paste lunghe e ai piatti pronti. Obiettivo è la crescita organica per linee interne.

Surgital Spa

Via Bastia 16/1 48017 Lavezzola (RA) Emilia-Romagna ITALIA - Tel: 054580328 - Fax: 054580121
surgital@surgital.it - www.surgital.it



Editoriale Largo Consumo srl
Via Bodoni, 2 - 20155 Milano
Tel. +39 02 3271646 (digitare 2) Fax +39 02 3271840
redazione@largoconsumo.it | www.largoconsumo.info