

PANIFICIO CREMONA PRODOTTI DA FORNO MADE IN ITALY

Panificio Cremona Italia nasce nel 2005 e diventa un'azienda leader nel settore dei prodotti da forno grazie ad una strategia incentrata sul posizionamento in mercati di nicchia caratterizzati da forti componenti innovative. Fondatore e amministratore è **Stefano Allegri**, una laurea in ingegneria elettrotecnica al Politecnico di Milano e una grande passione per l'attività d'impresa: "Sono sempre stato attratto dai sistemi di produzione e dalla possibilità di fare qualcosa di nuovo. Il pane è tutt'altro che un prodotto conservativo. Se si riesce a coniugare la ricerca dell'eccellenza con una professionalità che dialoga in modo efficace con le necessità dell'industria è possibile realizzare forti innovazioni. Le leve sulle quali agire sono molteplici: le caratteristiche nutritive e prestazionali dei prodotti, le nuove sensibilità dei consumatori, la diversificazione dei canali distributivi, gli investimenti sul fronte tecnologico, la presenza nei mercati internazionali. Il mondo della panificazione, contrariamente a quello che si può pensare, è in continua evoluzione e per una giovane azienda come la nostra rivela straordinarie opportunità di crescita".

I prodotti da forno di Panificio Cremona sono alimenti precotti e surgelati che rispettano i dettami della buona e sana nutrizione. Al primo stabilimento di Grontardo si sono aggiunti altri due siti per un fatturato che ha toccato quota diciassette milioni di euro. L'impianto con sede a Bologna è interamente dedicato alle linee gluten free. Un'ultima acquisizione ha interessato un'area in provincia di Brescia mentre a Cremona, che ospita anche la funzione della logistica, sarà realizzata una cella di stoccaggio con temperature di venticinque gradi sotto lo zero e con una capacità pari a 3mila e cinquecento posti pallet. Un investimento strategico che ha lo scopo di potenziare un servizio molto apprezzato dai clienti in



quanto l'efficientamento dello stoccaggio è propedeutico all'incremento della flessibilità nella consegna della merce. Le aziende partner possono evitare così i costi inattesi dovuti agli imprevisti di programmazione. La cella sarà alimentata con un impianto di pannelli solari per ridurre il consumo di energia elettrica aumentando conseguentemente la quota derivante da fonti rinnovabili. Una scelta coerente con un'impostazione che fa combaciare le ragioni della sostenibilità con una più efficiente gestione delle attività



PANIFICIO CREMONA

N. dipendenti: 100

Fatturato: 17 Milioni

Mercato: Italia, UE, Extra UE

Sede: Grontardo

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
2004

www.panificiocremona.it



Gli alimenti rispettano i principi della buona e sana alimentazione

CERTIFICAZIONI E MODELLO ESG

Panificio Cremona Italia crede nel modello ESG in materia di sostenibilità e nella certificazione come garanzia di qualità. I sistemi di gestione e i prodotti realizzati hanno conseguito oltre dieci certificazioni da parte di organismi accreditati.

produttive riducendo i consumi e gli sprechi.

Il mercato viene suddiviso in tre segmenti nei quali convergono approcci differenti ma complementari. Da un lato Panificio Cremona esprime la grande tradizione del pane italiano riuscendo a soddisfare su scala industriale standard elevati di qualità e producendo, unica realtà a farlo, una ricca varietà di pani soffiati come la celebre michetta. Simultaneamente offre soluzioni con caratteristiche nutritive particolari in risposta alle esigenze alimentari che richiedono un'alimentazione senza allergeni, glutine, lattosio o 'free from'. Studia e propone inoltre alternative in grado di incontrare il favore delle scelte che premiano il biologico, le diete vegane o riflettono altre necessità di gusto o nutritive. La cura nella selezione delle materie prime rappresenta un aspetto prioritario e l'azienda, oltre ad essere dotata di una unità di R&S interna, collabora con atenei universitari e centri di ricerca.

"Ogni anno – spiega Allegri – il nostro team elabora almeno duecento nuovi prodotti. Ma solo un numero esiguo, inferiore alla decina, riesce ad essere immesso nel mercato. È uno sforzo progettuale enorme che testimonia la grande potenzialità dei panificati in riferimento al tema dell'innovazione. Operiamo stabilmente e con riscontri positivi all'interno di nicchie che non devono essere intese come ambiti numericamente riduttivi. Piuttosto sono il frutto di una intraprendenza che punta a realizzare ciò che gli altri non fanno e che invece noi decidiamo di valorizzare mettendo in gioco la nostra esperienza e professionalità. Utilizziamo macchinari di ultima generazione che possono essere impiegati con estrema versa-



TRE SITI PRODUTTIVI

Al primo stabilimento di Grontardo

si sono aggiunti altri due siti. Uno è interamente dedicato alle linee gluten free.

A Cremona sarà realizzata una cella di stoccaggio con temperature di 25 gradi sotto lo zero e una capacità pari a 3.500 posti pallet.

La strategia commerciale punta alla qualità elevata ed è multisettoriale: grande distribuzione, catering aereo, ho.re.ca, alimentare e bakery.



tilità. Questo ci consente di essere molto creativi nel bilanciamento dei parametri fondamentali dell'arte della panificazione quali l'umidità, i tempi di lievitazione, le temperature di cottura. Adottare le migliori tecnologie è una componente indispensabile per essere competitivi ma sono le persone a fare la differenza e a determinare gli esiti finali dei processi di lavoro".

Attualmente i dipendenti sono quasi cento. Gli ambienti sono funzionali all'esercizio delle mansioni e delle attività in contesti in cui al primo posto viene messa la sicurezza alimentare del consumatore. Le persone vengono formate nella consapevolezza che devono vivere con protagonismo la dimen-



Materie prime selezionate, semplici e naturali

Stefano Allegri è stato presidente dell'Associazione Industriali della Provincia di Cremona dal 2021 al 2025 e in precedenza ha guidato il Gruppo Giovani Industriali: "La vita associativa offre importanti occasioni di formazione e di confronto insieme alla possibilità di costruire relazioni di grande spessore. Migliora la cultura imprenditoriale e abitua ad una visione sistemica. La nostra provincia esprime aziende molto competitive ma l'economia territoriale, per non perdere attrattività, necessita di semplificazione e azioni di sviluppo soprattutto sul fronte delle infrastrutture"

sione professionale. Il tragitto produttivo si avvale di materie prime selezionate, naturali, semplici e con spiccate proprietà nutrizionali per realizzare prodotti di buon gusto, dai sapori tradizionali e sani. La fase espansiva dell'azienda scaturisce da una politica della qualità che beneficia di una strategia commerciale multisettoriale: la grande distribuzione con la presenza in oltre trenta catene italiane e internazionali; il catering aereo che prevede la collaborazione con le compagnie che volano in tutto il mondo; il settore ho.re.ca che comprende bar, alberghi, ristoranti



e dove Panificio Cremona serve i principali gruppi attivi sul territorio nazionale; l'industria alimentare e del bakery. Panini per hamburger e hot dog, panini della tradizione e farciti, focacce e foccaccine, pizze in vari formati, soffiati artigianali, veneziane per la colazione, snack per ogni pasto, crostini e pane tostato. Il catalogo di Panificio Cremona è in grado di soddisfare ogni esigenza includendo continuamente soluzioni nuove, fantasiose e mirate a tradurre in realtà le richieste dei clienti. "Stiamo investendo per acquisire quote di mercato – spiega Allegri – e ora sono i grandi player che cercano il nostro know-how per sviluppare i prodotti che intendono lanciare avvalendosi della nostra capacità di personalizzazione le ricette e della nostra attitudine sperimentale. Rispetto della tradizione, alta qualità, versatilità produttiva, dinamismo tecnologico ma soprattutto l'ingegno e la perizia dei nostri tecnici e operatori. Sono questi i fattori decisivi che stanno generando la crescita".

Uno degli asset primari è rappresentato dai mercati esteri. La qualità dei prodotti abbinata alle più evolute tecnologie della surgelazione hanno reso possibile l'inserimento nello scenario dell'internazionalizzazione. La quota dell'export sui ricavi complessivi ha già superato il 30% dimostrando la grande attrattività del cibo made in Italy. "I numeri ci stanno dando ragione – conclude Stefano Allegri – e noi continuiamo a crederci lavorando con passione, entusiasmo, tenacia. Vogliamo che il maggior numero di persone possa conoscere e godere del beneficio generato dai nostri prodotti da forno. Questa è la nostra missione e per realizzarla sappiamo che dobbiamo crescere ancora".