

di Antonella Bodini

Nuova Walcor, nuove idee E l'eccellenza si rinnova

L'AD CAPUANO ILLUSTRRA LE SFIDE
«La filiera del dolciario è un traino
turistico formidabile, basta guardare
i numeri della Festa del Torrone»

Tra le aziende che rendono Cremona capitale d'eccellenza del settore agroalimentare c'è sicuramente Walcor, storico marchio del nostro territorio con sede a Pozzaglio che quest'anno ha tagliato il traguardo dei 70 anni di attività. L'amministratore delegato **Attilio Capuano** illustra le ragioni di un successo così longevo, sfide e obiettivi dell'azienda, ma fa anche il punto sulla realtà del turismo enogastronomico.

Cremona è fra le capitali dell'agrifood: quali sono le prospettive presenti e future?

«Certamente il territorio cremonese si è sempre distinto in ambito agroalimentare. Ci sono eccellenze tali da renderlo, ormai da anni, una locomotiva trainante di questo mercato. La prospettiva futura è importante, le realtà di primo livello che esistono e operano nella provincia di Cremona sono di rilevanza nazionale: dal settore caseario a quello dei salumi, passando ovviamente per la filiera dolciaria. Tutti ambiti che fanno di Cremona una spina dorsale dell'economia agroalimentare italiana».

La vostra azienda è un pilastro da decenni della filiera del dolce e del cioccolato: quali sono le chiavi del successo?

«La sinergia tra tradizione, territorialità e capacità di adattarsi ai cambiamenti del mercato credo sia la ragione di questo successo. Dall'intuizione geniale del fondatore Walter Corasanini nel 1954 l'impresa si è evoluta, passando per la conduzione dei nipoti, la famiglia Santini, fino al 2022 con la nuova società che ha dato nuova linfa. Aggiungo una forte attenzione al mercato circostante per rimanere sempre attuali e riuscire ad essere un'azienda che produceva si ricette della tradizione cremonese, i graffioni, ma con uno sguardo alle tendenze e ai



Alcune fasi della lavorazione per fare le uova di cioccolato e sotto le monete di cioccolato



«La sinergia fra tradizione, territorialità e capacità di adattarsi ai cambiamenti del mercato introducendo nuovi prodotti sono gli elementi alla base del successo»



La Walcor di Pozzaglio e Attilio Capuano amministratore delegato dell'azienda

cambiamenti del mercato. Fino ad arrivare alle uova di pasqua e ad un altro prodotto iconico come le monete di cioccolato che hanno permesso a Walcor di essere presente come fornitore d'eccellenza sul mercato internazionale. La massima attenzione ai controlli qualitativi del prodotto, e di conseguenza le certificazioni a livello internazionale, fanno il resto. E poi la capacità di rinnovarsi e rigenerarsi nei momenti di crisi. Grazie all'appoggio di tutte le istituzioni cittadine e provinciali, che ci circondano e che ci hanno sostenuto, siamo riusciti a rinascere. È di questi giorni la notizia che il tribunale di Cremona ha finalmente decretato la chiusura del concordato preventivo: la situazione si è dunque sanata e rinnovata completamente. E questo lo dobbiamo alla vitalità dell'azienda che è riuscita a rinnovarsi in un momento di crisi con cambiamenti totali: una nuova Walcor fatta di nuove persone, di nuova proprietà, nuova veste e nuove idee».

La lunga tradizione legata al territorio ha permesso a Walcor di ottenere il riconoscimento di marchio storico. Un'ulteriore riprova della vostra eccellenza produttiva.

«Dal 2020 Walcor è marchio storico d'interesse nazionale e da quest'anno facciamo parte dell'associazione dei marchi storici italiani. Cosa molto importante poiché non è solo mera appartenenza, c'è molta sostanza nell'associazione, che è molto attiva. Il principale scopo è quello di promuovere a tutti i livelli l'importanza strategica dei marchi storici italiani sia come sviluppo che impulso business a livello internazionale».

Quali sono le sfide sul mercato nazionale ed estero e i prossimi obiettivi?

«Walcor ha un presente e un futuro intrecciato con un'altra solida realtà italiana del mondo del cioccolato che è Pernigotti. Due aziende d'eccellenza che insieme possono affrontare le sfide future. Si guarda all'estero perché il mondo globale si sta rimpicciolendo: sempre più le aziende hanno un futuro se riescono ad entrare in altri mercati, non solo nazionali, tenendo conto di nuovi consumatori certamente pronti a riconoscere la qualità non solo del made in Italy come una scatola vuota, ma di tutta la filiera produttiva che porta al prodotto finale. Anche per questo Walcor e Pernigotti stanno investendo molto sia sul piano dell'ammmodernamento dei sistemi produttivi che sia nell'ambito di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti».

Le eccellenze agroalimentari sono elemento di richiamo per un turismo di appassionati: che opinione ha in merito?

«Walcor e Pernigotti sono stati sponsor della Festa del Torrone. Una kermesse che ha ospitato decine di migliaia di visitatori entusiasti. Questo fa capire quale ricchezza possa nascondere un territorio come il nostro e l'indotto turistico che si può generare. Ben venga dunque l'industria dolciaria d'eccellenza a supporto dello sviluppo turistico di una città come Cremona da sempre legata a prodotti dolciari iconici come il torrone».