



L'AZIENDA IN PILLOLE

NOME - Panificio Cremona Italia**FONDAZIONE** - 2005**ATTIVITÀ** - Industria alimentare che realizza prodotti da forno precotti e surgelati, di altissima qualità**DIPENDENTI** - 40**PRODOTTI** - Pane, filoncini, focacce, pizza, snack**LINEE** - Tradizionale, Biologico, 'Glutens'**STABILIMENTI** - Levata (Grontardo) e Persichello**PRODUZIONE** - 14 tonnellate di prodotti finiti al giorno**CERTIFICAZIONI** - Il Panificio Cremona Italia è certificato BRC ed UNI EN ISO 9001:2008**MERCATI** - Europa, America

GLI OBIETTIVI PER IL 2016

- Raggiungere un 30% in più in termini di valore e volumi
- Integrare le certificazioni
- Ampliare il peso dei mercati esteri

Impresa Nel 2016 + 30% in termini di volumi e valore. Nell'ultimo anno e mezzo 8 nuovi assunti

Panificio Cremona Italia in volo

Contratto in esclusiva con 'Emirates Airlines' per le tratte intercontinentali

di Alessandro Rossi

«**P**er il 2016 l'obiettivo è un più 30% in termini di valore e volumi, anche

grazie ad un continuo ampliamento della nostra presenza sui mercati esteri». **Stefano Allegri**, titolare del Panificio Cremona Italia di Levata (Grontardo), guarda con fiducia al futuro della sua attività che, nel corso degli anni, ha fatto dell'innovazione di prodotto e di processo, della sicurezza alimentare e della qualità del prodotto le armi vincenti di uno sviluppo davvero scoppiettante. Una case history, il Panificio Cremona Italia, di cui Mondo Padano si è occupato in passato (anche per le importanti certificazioni ottenute, ndr), che sta riscuotendo interesse ed attenzione ben oltre i confini nazionali. Mercoledì 8 giugno (box a destra) un'importante delegazione di giornalisti specializzati provenienti da diversi Paesi sarà in visita proprio presso l'azienda di Allegri, scelta come modello di piccola e media impresa in campo alimentare che utilizza la tecnologia del controllo delle temperature nel proprio processo produttivo. Per il Panificio Cremona Italia il 2016 si annuncia come un anno molto importante: «Gli ultimi due anni - spiega Allegri - sono stati davvero intensi, sia sotto il profilo commerciale che rispetto all'ultimazione delle qualifiche - un aspetto, questo, per noi sempre più importante - relative alla sicurezza e alla qualità dei prodotti». Fra i motivi del successo dell'azienda, sempre più apprezzata in giro per il mondo, l'utilizzo di materie prime rigorosamente made in Italy: «La mozzarella, il latte e la polpa di pomodoro - conferma Allegri - sono al 100% italiane».



Pane, filoncini, focacce, pizza, snack e la linea 'glutens', il fiore all'occhiello, con cui l'azienda, nata nel 2005, ha compiuto il vero salto di qualità, «diventata un punto di riferimento sia per noi che per il mercato» - spiega Allegri - perché ci ha consentito di intercettare alcuni mercati nei quali, con il prodotto tradizionale, sarebbe stato più difficile entrare». Innovazione e tradizione sono, come si diceva, il mix ideale scelto dall'imprenditore per caratterizzare l'azienda e farla emergere all'interno di un settore sicuramente molto affolla-

to. «La novità su cui stiamo puntando ora - continua Allegri - è il biologico, che abbiamo introdotto circa un anno fa e che ha subito riscosso un grande successo». Ma oltre che sul prodotto, Panificio Cremona Italia ha puntato e investito molto sulla diversificazione commerciale. Una conquista importante è stato il contratto sottoscritto per servire Emirates Airlines, la più importante compagnia aerea del medio oriente, in virtù del quale il Panificio distribuisce i propri prodotti, tradizionali e senza glutine: «Siamo presenti su tutti i loro voli intercontinentali, che partono da Malpensa e Fiumicino, e per altre compagnie lavoriamo negli aeroporti di Venezia, Pisa, Bologna e Linate. Gradualmente potremo arrivare a servire 24 scali nazionali, per avere il prodotto a bordo basta richiedere il pasto gluten free». Una commessa importante, raggiunta non solo grazie alla qualità del prodotto e alla disponibilità della linea senza glutine, ma anche «grazie alle numerose certificazioni di cui il nostro Panificio è dotato, comprese quelle richieste dalla recente normativa antiterrorismo che impone rigidi capitoli». E i

Nelle immagini alcuni momenti della produzione del Panificio Cremona Italia. A sinistra il titolare Stefano Allegri

risultati, anno dopo anno, stanno arrivando: «Anche se l'Italia rappresenta ancora circa il 90% del nostro giro d'affari - spiega Allegri - il peso dell'estero sta aumentando considerevolmente. Oggi i nostri mercati di riferimento sono la Germania, l'est Europa, Malta, gli Stati Uniti, la Gran Bretagna e la Spagna e i Paesi del nord, come la Svezia».

L'espansione dell'azienda si è tradotta in un aumento del giro d'affari, dei volumi prodotti e dei dipendenti. «già a metà 2015 - spiega Allegri - lavoravamo su due turni che corrispondevano ad una produzione di circa 7/9 tonnellate di prodotto finito al giorno, oltre ad una tonnellata di prodotto senza glutine. Dal luglio dello scorso anno è stato introdotto un terzo turno che ha fatto lievitare la produzione fino a 10 tonnellate al giorno, per arrivare alle 14 tonnellate di oggi». Un aumento così importante è stato reso possibile dall'installazione di due nuove linee di produzione, oltre alla realizzazione di sale ed impianti specifici, per un investimento di circa due milioni di euro negli ultimi due anni. Importanti, come si diceva, anche le ricadute a livello occupazionale: «Nel 2015 - conferma Allegri - abbiamo assunto quattro persone e altre quattro sono state assunte quest'anno. Attualmente la nostra azienda dà lavoro a circa 40 persone» che operano nei due siti produttivi di Levata, a Grontardo, il principale e quello di Persico, dedicato al 'glutens', con una capacità di 1,5 tonnellate al giorno. Numeri importanti che fanno sicuramente ben sperare per il futuro: «L'obiettivo per il 2016 - conclude Allegri - è raggiungere un 30% in più in termini di valore e volumi e di integrare le certificazioni che rappresentano indiscutibilmente uno dei nostri punti di forza».