



A CREMONA 1 NUOVA PUNTATA DI "IMPATTO ZERO"

Pane quotidiano

A Levata di Grontardo sostenibilità declinata a 360 gradi: ingredienti, macchinari, lavoro

di Simone Arrighi

«Lasciare il mondo come l'abbiamo trovato. O, se possibile, migliore»: è la ricetta della sostenibilità secondo Stefano Allegri, presidente dell'Associazione Industriali di Cremona e amministratore delegato di Panificio Cremona Italia. Pochi ingredienti per mantenere sano il settore del food made in Italy. Anzi, made in Cremona. A Levata di Grontardo si sforna il "Pane quotidiano" che fa da titolo alla settima puntata di Impatto Zero, il viaggio di Cremona1 tra le realtà aziendali che puntano alla sostenibilità. Un equilibrio sottile, da raggiungere in un ambito in cui la concorrenza con l'estero si è fatta sempre più pressante. La buona cucina, la qualità dei prodotti italiani, a rischio nel confronto con altri mercati in cui le materie prime possono essere più facilmente reperibili e le politiche meno stringenti su temi del rispetto dei diritti e dell'ambiente. La lavorazione, il saper fare del Belpaese nell'industria del food come punto di partenza per mantenere alta l'asticella: «Il nostro primo obiettivo - spiega Allegri - è la sicurezza alimentare che viene garantita dalle materie prime utilizzate e dal packaging. Per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, il primo passo lo abbiamo fatto cercando di produrre riducendo al massimo i nostri impatti. Stiamo costruendo parchi fotovoltaici, a terra e sui tetti dei nostri impianti, stiamo cercando di utilizzare linee che performi-



A fianco, un momento della lavorazione del pane. A sinistra Stefano Allegri, sotto Matteo Piazza



Da sinistra, Ada Amadei, Luigi Bombardieri e Simone Candini. Sotto, Samuele Cavalli e Cristina Bolzoni



IN SINTESI

"Impatto Zero" nasce dall'idea di Cremona1 di documentare esempi di rivoluzione green, di economia circolare, di settori avviati verso la transizione ecologica e strettamente legati al nostro territorio. Il format, 25' di reportage, ha proposto dieci puntate nella prima edizione del 2022 (tutte disponibili sul sito www.cremona1.it e sull'app dell'emittente televisiva). In onda il venerdì alle 20:55 sul canale 19, la trasmissione curata da Simone Arrighi con le riprese di Marco Zambelli e il montaggio di Anna Nolani, si inserisce nella serata green di Cremona1, con il tradizionale format legato al mondo dell'agricoltura "Punto Verde", condotto da Giovanni Rossi e Michela Cotelli. La quarta puntata di "Impatto Zero", in onda venerdì 31 marzo alle 20:55 su Cremona1, sarà disponibile ondemand dal giorno successivo nell'apposita sezione dedicata alla trasmissione e presente nel menù dei programmi sul sito www.cremona1.it. Non solo: sul portale dell'emittente televisiva è possibile trovare tutte le puntate sia della prima che della seconda stagione. Sul canale 19 è prevista una replica, domenica alle 22:30.

Primo obiettivo, la sicurezza

Garantita dalle materie prime e dal packaging. Sul fronte ambientale, Panificio Cremona Italia si è mosso a tutto campo con nuovi parchi fotovoltaici, linee produttive che calcolano la riduzione di CO2 per ogni chilo di panino prodotto, l'utilizzo di fornitori che usano fonti rinnovabili

no meglio calcolando la riduzione di CO2 per ogni chilo di panino prodotto. C'è poi l'aspetto legato ai trasporti: è più sostenibile una materia prima consegnata da un fornitore che utilizza fonti rinnovabili per produrre il suo prodotto, piuttosto che altre formule molto più impattanti». Gli investimenti fatti nel corso degli anni hanno portato Panificio Cremona Italia ad una crescita aziendale costante: «Se si esclude il

periodo pandemico, con i settori dei supermercati, della ristorazione e degli aerei bloccati, l'evoluzione è stata continua. L'anno scorso addirittura siamo cresciuti del 40%, proiezione che verrà confermata quest'anno. Crescere significa ampliare, sia in termini di linee produttive che di nuovi siti industriali». L'appetito vien mangiando, passare dalla teoria alla pratica significa entrare in azienda per scoprire dove si sfornano idee e prodotti. Con un occhio sempre vigile sulla sostenibilità, anche energetica, di primaria importanza per un'azienda che tra celle refrigeranti e forni ha un quotidiano conto in bolletta da affrontare: «Panificio Cremona Italia quando acquista un nuovo macchinario per la produzione va a controllarne in primis le caratteristiche di consumo - specifica Matteo Piazza, direttore di stabilimento - Due anni fa abbiamo investito in nuovi forni capaci di quantificare il gas consumato per cuocere ogni singolo panino e la CO2 emessa in ambiente. Con questi dispositivi abbiamo ottenuto un 25% di risparmio energetico perché più rapidi nel raggiungere il picco di temperatura». L'innovazione ha riguardato anche controlli e la percezione della qualità: «Se prima il consumatore ci chiedeva solo prodotti buoni, oggi vuole anche sicurezza e rispetto di valori ambientali ed etici - approfondisce Ada Amadei, del team che assicura la qualità - In tutto il nostro processo produttivo ci stiamo impegnando sempre di più nella ricerca di fornitori che possano darci materie prime sostenibili». Contenere l'impatto ambientale significa anche "diminuire gli sprechi alimentari, puntare sulla riciclabi-

SVILUPPO

L'anno scorso siamo cresciuti addirittura del 40%, proiezione che verrà confermata quest'anno

STEFANO ALLEGRI

tente finale sia disposto anche a spendere qualcosa in più per comprare un prodotto che non sia solo buono, ma abbia anche migliori certificazioni». Tema che si amplia al fabbisogno energetico: «Panificio Cremona Italia si avvalora esclusivamente di fornitori di elettricità e gas da fonti rinnovabile: da centrali idroelettriche, solari o a biomassa - così Samuele Cavalli, che si occupa di schemi di certificazione ambientale, sostenibilità ed etica - Obiettivo del 2023 è il raggiungimento della Iso 14001, per far fronte alle normative comunitarie. L'azienda ha ottenuto anche la medaglia d'argento EcoVadis, riconoscimento in tema di sostenibilità visti gli impegni in campo ambientale». Non solo: per stare al passo l'ampliamento della forza lavoro, è stato redatto un codice etico: «Non ci sono disparità di genere e discriminazioni, né in ambito produttivo né in fase di selezione di nuovi dipendenti - illustra Cristina Bolzoni, reparto risorse umane - Abbiamo implementato un sistema di monitoraggio delle dinamiche lavorative. All'interno dell'azienda esiste un team che documenta il rispetto del nostro codice etico e fa tesoro delle indicazioni degli stessi dipendenti». Ultimo aspetto della sostenibilità da affrontare, è quello dell'impegno personale dell'a.d. Stefano Allegri, che ricopre la carica di presidente dell'Associazione Industriali di Cremona. «Il primo aspetto, ancora prima che lavorativo è familiare, ma fortunatamente a casa mi sopportano e supportano - sorride Allegri - In azienda, il fatto di dovermi dedicare anche ad altri impegni, ha favorito la crescita di responsabilità nelle diverse professionalità interne a Panificio Cremona Italia».

lità, migliorare il rapporto con le persone e il territorio che ci circonda - aggiunge Luigi Bombardieri, che ricopre il ruolo di coordinatore gestione qualità - Il mercato globale vede da sempre il made in Italy come elemento di fiducia e preferenza, dalle performance organolettiche dei prodotti alle esigenze di sicurezza alimentare. In questo l'Italia sta facendo un ottimo lavoro a livello internazionale». Nel settore alimentare, a fare la differenza entro e oltre confine sono bontà e certificazioni, sempre più richieste a livello globale. «In Italia e all'estero diverse aziende che collaborano con noi cercano prodotti con determinate garanzie - spiega Simone Candini, responsabile commerciale di Panificio Cremona Italia - Sostenibilità e competitività devono andare di pari passo. Ricerche di mercato recenti testimoniano come l'u-