

IDB BORSARI



Andrea Muzzi

È soddisfatto l'amministratore delegato del Gruppo IdB Borsari, Andrea Muzzi: "Siamo molto contenti per i numeri ottenuti in Italia e all'estero. Abbiamo chiuso il 2014 con un +22% e il 2015 prosegue il trend, aiutato da una buona Pasqua". L'export, che rappresenta il 30% del fatturato aziendale, è in fase di sviluppo: "Europa e Stati Uniti sono i nostri principali destinatari: negli Usa le vendite hanno subito un incremento a tre cifre, ma gli affari vanno a gonfie vele anche in altri nuovi mercati". In fiera l'azienda ha presentato le due nuove referenze del panettone biologico a marchio Borsari, in versione classica (che ha vinto il premio "Tuttofood qualità certificata" e al gusto cranberry e crema yogurt, oltre al panettone imbibito con Passito di Pantelleria Nun (azienda vitivinicola micelli) di G.Cova & C., brand che quest'anno festeggia 85 anni con un'intera linea dedicata.

In foto: Andrea e Cristiana Muzzi

DULCIOLIVA



Filippo Benvenuto

"Se il 2014 si è chiuso con una crescita del 2%, il 2015 sta facendo registrare un +40%, con buone prospettive per i prossimi mesi", afferma Filippo Benvenuto, amministratore delegato di Dulcioliva. Abbiamo guadagnato quote di mercato in Italia, mentre ne abbiamo perse all'estero, dove attualmente realizziamo il 40% del nostro fatturato". Ma l'azienda, che esporta soprattutto negli Stati Uniti, in Svizzera, Austria e Russia, è convinta di poter recuperare e chiudere l'anno raggiungendo l'obiettivo dei 7,5 milioni di euro in giro d'affari. "Le nostre principali novità riguardano l'ampliamento delle referenze dragées e scorze di frutta con cioccolato; le confezioni regalo per i nuovi gusti dei cuneesi: ripieno al caramello e ai frutti di bosco; il nuovo pack per i gianduisti".

GRUPPO MANGIARSANO GERMINAL



Paolo Zilio

Numerose le novità di prodotto biologiche presentate dal Gruppo Mangiarsano Germinal. "Anzitutto, la linea senza lievito", spiega il product manager, Paolo Zilio, "composta da tre tipi di biscotti, due diversi filoncini e piadine; quelli della gamma superfrutti, con aggiunta di Goji; poi i prodotti senza glutine al Tefl, un cereale no gluten di origine africana, e i biscotti della linea Germinal Bio Vegan al tè verde e alle gocce di cioccolato, ai quali si aggheranno, in giugno, quelli alle nocchie e quelli formulati con farina macinata a pietra". L'azienda, che ha chiuso il 2014 in netta crescita rispetto all'anno precedente (+20%), realizza il 90% del fatturato in Italia, ma ha recentemente stretto accordi interessanti con importanti insegne del Regno Unito.



DI LEO



Pietro Di Leo

"La nostra capacità di offrire prodotti che incontrano le esigenze del mercato ci sta regalando un trend in costante crescita da qualche anno", esordisce Pietro Di Leo, amministratore unico dell'omonima azienda, attiva in paesi quali Australia, Belgio, Croazia, Grecia, Albania, Francia, Germania, Uk, Canada, Usa e Israele, per un fatturato estero che rappresenta l'8% del totale. "Negli ultimi anni abbiamo incrementato la produzione di biscotti 'free from', in cui l'olio extravergine di oliva o l'olio di mais rappresentano l'unico grasso".

PANIFICIO ZORZI



Barbara Gherardi

"Abbiamo chiuso il 2014 in crescita sui numeri dell'anno precedente", dice Barbara Gherardi, responsabile Brand di Panificio Zorzi. "Il 2015 sta proseguendo in questo cammino di sviluppo, anche grazie ai diversi nuovi progetti avviati". Una generale crescita che, nei piani dei vertici dell'azienda, includerà anche l'export. "L'obiettivo è d'incrementare la nostra quota di vendite oltreconfine: oggi rappresentano il 10% del nostro fatturato". Tra le novità presentate dall'azienda a Tuttofood, la linea di Sfizzi nel formato monodose per l'Horeca e, soprattutto, la nuova linea Senza Glutine 100% naturale, sviluppata con solo ingredienti naturalmente senza glutine e nessun tipo di additivo.

In foto: Daniele Marinelli e Barbara Gherardi

ALCE NERO



Gianluca Puttini

"Nei primi 4 mesi del 2015 Alce Nero registra un trend ancora migliore del 2014, chiuso con un fatturato a +26% rispetto all'anno precedente", così Gianluca Puttini, responsabile marketing di Alce Nero. Circa il 17% del giro d'affari viene realizzato in export: "Esportiamo, grazie a un distributore per ciascun paese, prevalentemente in Giappone, Cina, Russia e da qualche mese anche in Germania, uno dei mercati più importanti per il comparto del biologico". La presenza a Tuttofood rafforza quella in Expo, dove Alce Nero con Berberè cura il ristorante nel padiglione del biologico. "Stiamo anche lavorando per entrare nel mondo del fresco, ampliando la gamma inaugurata sei mesi fa con le uova".

RONCADIN



Dario Roncadin

Anno da record per Roncadin: "Il fatturato 2014, anno in cui abbiamo prodotto 63 milioni di pizze con circa 370 ricette, è stato di 78 milioni di euro", racconta Dario Roncadin, managing director dell'azienda, "mentre prevediamo di chiudere il 2015 a 85 milioni, con circa 70 milioni di pizze". I piani aziendali prevedono l'espansione e l'ottimizzazione della capacità produttiva, attraverso nuove assunzioni e l'implemento delle linee produttive. "Il 72% del fatturato proviene dall'estero e dalla PI, prevalentemente straniera (90% della quota totale del fatturato)". A Tuttofood Roncadin presenta tre novità: due pizze 'bianche', Bufala e Mediterranea, e una pizza con farcitura alla 'nduja.