

SURGITAL CORRE NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Pasta ripiena, sughi e piatti pronti surgelati: l'azienda emiliana dal food service al retail. E punta all'estero

di **Giulia Cimpanelli**



L'ampliamento dello stabilimento produttivo di Lavezzola, in provincia di Ravenna, lo sviluppo e il consolidamento di una nuova linea destinata alla grande distribuzione: nonostante il rallentamento del mercato, dovuto alla pandemia, Surgital non si ferma.

L'azienda di pasta ripiena, sughi e piatti pronti surgelati ha come cliente primario la ristorazione: «Abbiamo nove marchi, otto dei quali dedicati al food service — commenta Massimiliano Bacchini, direttore commerciale e membro del consiglio di amministrazione —. La chiusura di ristoranti, bar e hotel è costata complessivamente al gruppo circa il 25% del fatturato (che nel 2019 era di 87 milioni di euro, in crescita del 7% rispetto al 2018) ma siamo molto fiduciosi rispetto alle riaperture e al ritorno ai valori pre-Covid delle nostre attività».

Per questo motivo è in programma entro l'estate l'apertura di nuove linee di produzione nel 4.000 metri quadri aggiunti allo stabilimento e una crescita anche nei mercati stranieri, che oggi valgono il 40% del giro d'affari di Surgital. Due le filiali all'estero: Surgital France a Lione e Surgital Usa, a Los Angeles.

In Italia, l'azienda sta andando alla conquista anche della grande distribuzione con Piacere Mio!, con cui ha debuttato a marchio proprio nel retail. A fianco delle prime sei referenze di primi piatti pronti monoporzionati se ne sono aggiunte altre (un nuovo primo piatto e una linea di sughi sempre pronti): «Siamo già presenti in alcune importanti insegne nazionali di supermercati — aggiunge Bacchini — e puntiamo ad entrare in altre. All'interno del gruppo c'è anche una società di ristorazione, Ca' Pelletti, ispirata alla tipica ca-

sa colonica romagnola, con punti vendita a Milano, Bologna e Padova, e abbiamo intenzione di ampliarla. Stiamo programmando nuove aperture».

Fondata nel 1980 come piccolo laboratorio artigianale, da Romana Tamburini, oggi Surgital è la prima azienda italiana di pasta fresca surgelata, piatti pronti surgelati e sughi in pepite surgelati per la ristorazione, catering e canale bar. Produce ogni giorno 135 tonnellate di pasta fresca, 60 mila piatti pronti monoporzionati e otto tonnellate di sughi in pepite, impegnando oltre 340 dipendenti.

Un'attenzione speciale e distintiva è rivolta al processo di conservazione, che non prevede alcun additivo, ma la sola applica-

zione della tecnologia del freddo: «I prodotti — dice il manager — sono preparati e immediatamente abbattuti, così da mantenere intatti sapori e proprietà nutrizionali. Arrivano poi in breve tempo a -20 °C, consentendo di portare la pasta fresca in tutte le cucine del

mondo».

La sostenibilità è un altro asset su cui Surgital ha sempre puntato. Lo stabilimento di Lavezzola è autonomo energeticamente e in parte anche a livello idrico. Grazie a un sistema integrato costituito da un impianto fotovoltaico e da una centrale di trigenerazione a metano e a una terza centrale elettrica a turbine, è totalmente autonomo nell'approvvigionamento di energia elettrica e nella produzione di vapore e acqua calda per i processi produttivi: «Il sistema — conclude il manager — garantisce un risparmio mensile di 370 tonnellate di CO₂, equivalente all'anidride carbonica emessa percorrendo in automobile circa 2,5 milioni di km».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PER I PROTOTIPI DELLA MODA IL POLO PATTERN

La Borsa, poi un'acquisizione nel 2020: oggi il lusso nasce anche grazie al 3D. L'impegno sostenibile

di **Enrica Roddolo**

«**A** marzo 2020, mentre l'Italia si chiudeva nel lockdown, abbiamo firmato la prima acquisizione dopo lo sbarco in Borsa: la Smt-Società Manifattura Tessile. E non sarà l'ultima: l'obiettivo è dar vita a un Polo italiano della progettazione del lusso», dice a L'Economia Luca Sbrulati, ceo di Pattern, azienda che si è quotata nel 2019 a Milano, specializzata in progettazione e produzione capi sfilata. In altre parole, come spiega Sbrulati: «Dall'idea degli stilisti creiamo i cartamodelli, i prototipi e quindi la modellistica fino ai capi che sfileranno sulle passerelle».

L'azienda da subito ha compreso l'importanza di investire in nuove tecnologie 3D.

«All'arrivo dello tsunami Covid eravamo pronti — dice Sbrulati —. La pandemia ha imposto anche al mondo della moda un'evoluzione tecnologica che altrimenti avrebbe richiesto anni. Noi abbiamo potuto mettere a disposizione dei nostri clienti soluzioni di prototipia 3D, inevitabili in tempi di lockdown. E dire che nel fashion business con stilisti abituati a confrontarsi di persona con stoffe e cartamodelli sembrava l'ultima frontiera della rivoluzione». Invece, oggi questo nuovo modo di progettazione è entrata pienamente a far parte delle linee di business dell'azienda. Dice il ceo: «Delle dieci maison per le quali sviluppiamo prototipi, la metà lo fa ormai in 3D e per quote di prodotto sempre maggiori».

In un anno complesso per la moda, Pattern ha registrato ricavi delle vendite per 52,6 milioni di euro. Gli investimenti al 31 dicembre 2020 sono pari a 5,1 milioni, in aumento rispetto ai 2,1 milioni del 2019, un valore dovuto al completamento dell'acquisizione del 51% in Smt.

La posizione finanziaria netta risulta positiva per 8,8 milioni al 31 dicembre 2020, rispetto ai 12,4 dell'anno precedente. Fondato a Torino nel 2000 da Fulvio Botto e Francesco Martorella, dopo esperienze come modellisti presso case di moda, Pattern lavora con maison che sfilano a Milano, Parigi, Londra e New York.

«Nel 2017, con l'obiettivo di consolidare il percorso di crescita, Pattern ha acquisito il controllo di Studio Roscini, società umbra specializzata nel campo della modellistica delle linee donna», continua Sbrulati, azionista di minoranza del gruppo dove ora è operativa la nuova Digital warehouse: il magazzino totalmente digitalizzato dove ogni capo e ogni ubicazione è identi-

fica con tecnologia Rfid e gestita da un software dipartimentale dedicato, un Wms (Warehouse Management System) completamente interfacciato con il software gestionale aziendale. «Con la blockchain, un chip su ogni capo garantirà l'originalità verso i clienti e i consumatori finali», aggiunge Sbrulati.

L'altro pilastro sul quale il gruppo scommette è la sostenibilità: «Sono stati completati a maggio 2020 i lavori per l'attivazione dell'impianto fotovoltaico che rende l'azienda quasi del tutto autosufficiente, oltre a un impianto di geotermia. Ogni anno Pattern riduce le emissioni di CO₂ per 28 tonnellate e prosegue la strada per diventare totalmente sostenibile e con emissioni zero entro l'anno 2023», conclude Sbrulati, convinto che anche per la ripartenza di lusso e moda made in Italy dopo la pandemia, «realisticamente, nella seconda metà del 2022, sarà indispensabile un vero e proprio green deal del fashion».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A Lavezzola (Ravenna) la prossima estate entreranno in funzione nuove linee di produzione nello stabilimento ampliato

Il ceo Sbrulati: «Con la blockchain, un chip su ogni capo garantirà l'originalità verso i nostri clienti e i consumatori finali»