

Economia

AZIENDE IN CRESCITA PIADINE E TANTO ALTRO



Alcune immagini della linea di produzione dell'azienda

Acqua, farina, passione e tradizione per 4 poli produttivi e 100 dipendenti

Il segreto del successo di Alimenta Produzioni: «L'assoluta qualità dei prodotti selezionati e delle materie prime, l'artigianalità della lavorazione, l'offerta di servizi efficienti»

RICCIONE

NICOLA STRAZZACAPA

Acqua, farina, passione e tradizione. O meglio capacità di innovare con lo sguardo al futuro e all'innovazione e i piedi ben saldi in quel passato fatto di saperi e sapori della nostra terra. Eccola la "vera" ricetta che fa di Alimenta Produzioni un modello imprenditoriale all'insegna della qualità della proposta.

Era infatti appena il 2013 quando cinque soci fondatori hanno deciso di mettere insieme le rispettive esperienze pluridecennali nel mondo dell'alimentare partendo proprio dal cuore della Romagna, da Riccione. Esperienze che hanno messo nelle mani di un organico selezionato, giovane, attento alla ricerca e al costante perfezionamento del prodotto e dei servizi offerti.

Da allora di acqua (e in que-

sto caso appunto farina) sotto i ponti non ne è passata tantissima visto che si parla di appena sei anni, ma il trend di crescita e sviluppo è stato talmente impressionante che oggi l'amministratore delegato Valter Baldacci può parlare con orgoglio di «quattro poli produttivi fra Riccione, Saludecio e Fano, oltre un centinaio di dipendenti, esportazioni in tre continenti e la patente di primo produttore di piadine Igp con un fatturato di oltre 21 milioni di euro».

"Piadine" ed "Igp" sono però solo una parte del mondo Alimenta, che si è articolato nel tempo in svariate proposte collezionando certificazioni di qualità di ogni tipo.

Baldacci, partiamo dalla base perché come si suol dire "il primo amore non si scorda mai": cosa rende tanto ricercata e appetibile sul mercato la piada Alimenta Produzioni? La vostra



Valter Baldacci

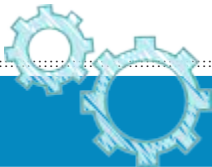
linea "Acqua Farina"?

«L'assoluta qualità dei prodotti selezionati e delle materie prime, l'artigianalità della lavorazione, l'offerta di servizi efficienti in termini di serietà nei rapporti contrattuali e logistici e la significativa capacità produttiva e sulla consegna puntuale della merce. Ogni passaggio, curato nei dettagli, è volto a soddisfare tutte le richieste, anche le più impegnative ed è così che ci siamo fatti largo fin da subito».

Dopo l'ingresso boom sul mercato e i 3 milioni di fatturato superati già nel 2015 con piadine Igp, farcite e cascioni, nel 2016 ecco la nascita della "Linea Forno", le basi pizza e i saltimbocca. Siete in evoluzione costante.

«L'origine della Piadina Romagnola è antichissima e risale addirittura al tempo dei Romani. Si tratta di un cibo semplice, che nel corso dei secoli ha iden-

Economia



Sopra lo stabilimento di Riccione e sotto l'impastatrice

tificato e unificato la terra di Romagna sotto un unico emblema passando da simbolo della vita rustica e campagnola (il 'pane dei poveri') a prodotto di largo consumo. Oggi il mercato è però alla costante ricerca di prodotti dall'elevato valore aggiunto, sia in termini di qualità che di distintività e abbiamo così inserito altre tipologie di prodotti, la Linea Forno, basi pizza, saltimbocca, Panpizzato, Pinsa, e anche una linea gourmet».

Quali i punti di forza di questa nuova linea gourmet?
«L'offerta si basa su un assortimento ben focalizzato: basi pizza gourmet, da guarnire, focacce gourmet, che possono essere proposte con farciture da chef. A fare secondo noi la differenza sono in entrambi i casi la qualità delle materie prime e le modalità di lievitazione dell'impasto e di cottura. La nostra Pinsa viene infatti realizzata con farine di grano 100% Italiane, un blend di farina Tipo 2 e

farina di grano tenero tipo 0, senza conservanti, grassi animali e/o additivi. La ricetta sviluppata dopo anni di lavoro, la doppia lievitazione naturale, il contenuto di fibre e il solo olio extra vergine di oliva assicurano altissima digeribilità, praticità e velocità di utilizzo in ogni contesto: ristoranti, pizzerie, hotel, bar e casa. Entrambe le due linee di prodotto hanno poi una differenziazione basata su grammature (dai 250 grammi fino a 1 kg) e forme (lingue e

linguacce rettangolari, pizze alla pala dalle diverse porzioni e le classiche tonde per le esigenze più canoniche). La particolarità della produzione è il rispetto dei tempi, delle temperature e degli ingredienti ben selezionati. Le basi pizza e focaccia necessitano diversi livelli di cottura e di massa iniziale, ma la ricetta è la medesima».

Lasciando da parte per un momento il fatturato, cosa l'ha portata a dire un giorno fra sé e sé “ce l'abbiamo fatta?”.
«L'azienda si è posta da sempre, come obiettivo principale, quello di voler diventare il punto di riferimento nella produzione e vendita del prodotto più tipico della cultura romagnola - la piadina IGP e suoi derivati - e ci è riuscita già nel 2018. Quello è stato un vero orgoglio. Come il poter dire oggi di essere certificati IGP, IFS, BRC e BIO avendo mantenuto nel tempo la genuina semplicità delle ricette legate al nostro territorio con la caratteristica artigianale del nostro prodotto. Il Biologico per la linea forno è stata l'ultima frontiera e con la nuova linea Forno Bio ci eravamo posti l'obiettivo, raggiunto, di superare il muro dei 20 milioni di euro di fatturato nel 2019. Avere tutte le certifica-

zioni è inoltre garanzia di tracciabilità e qualità e viene a costituire una bella tutela per il cliente: diciamo i nostri sforzi e la nostra passione sono stati premiati».

E vengono premiati quotidianamente dai tantissimi che vi scelgono in Italia e sul mercato internazionale. Quale è la geografia della vostra clientela?
«I nostri stabilimenti hanno ampia capacità produttiva sia sul fronte piadine che nella linea forno (comprende anche saltimbocca napoletani e forarina, articoli a lunga lievitazione, tutti prodotti di alto livello qualitativo) che ci ha consentito di sviluppare il food service. Oggi il nostro è un mercato ancora principalmente italiano, ma le esportazioni all'estero sono in crescita costante e si attestano attualmente nell'ordine del 15%: serviamo principalmente il Nord Europa (in particolar modo la Scandinavia) l'Australia e gli Stati Uniti. Il nostro Paese è ovviamente coperto in toto nella grande distribuzione e nella distribuzione organizzata sia a marchio nostro che a marchio del distributore. Stiamo infine come detto investendo molto nel canale food service sia in Italia che all'estero e i nuovi sviluppi arriveranno da lì».

<<

L'offerta si basa su un assortimento ben focalizzato: basi pizza gourmet, da guarnire e focacce gourmet»

<<

A fare secondo noi la differenza sono la qualità delle materie prime e le modalità di lievitazione dell'impasto e di cottura»

COOP
STARTUP
ROMAGNA

💡🔧

12MILA EURO
PER LA TUA
IDEA

3^a
EDIZIONE

SENZA
LIMITI
DI ETÀ

BANDO
PER NUOVE
COOPERATIVE

ISCRIVITI
ENTRO IL
31 GENNAIO

FINO A 4
PROGETTI
VINCITORI

social
#coopstartup

per iscrizioni

coopstartup.it/romagna

Info / whatsapp

342 8166903