Surgital, cresce la fiducia guadagnata oltre i confini

surgital-azienda-stabilimento-lavezzola-1c261bc0

Nonostante il contesto difficile con cui le imprese, di qualsiasi comparto, si stanno oggi confrontando, Surgital mantiene fede alla propria promessa di portare la pasta fresca italiana nel mondo. Europa e Usa sono oggi i due principali mercati esteri di riferimento dove l'azienda continuerà a investire per ampliare il business, tornato ai valori 2019 dopo lo stallo pandemico mondiale.

Le **esportazioni** rimangono **strategiche** per recuperare quanto perso durante gli ultimi due anni di crisi sanitaria (l'export pesa per oltre il 40% sul fatturato) tanto che, come spiega Alberto Bondanelli, export director di Surgital, l'azienda è riuscita a riportare il fatturato praticamente ai valori del 2019 dopo la voragine del 2020 e dei primi mesi del 2021.

"C'erano tutti i migliori presupposti per affrontare un 2022 con ottimi auspici, ma è scoppiato l'imponderabile in Ucraina, con le conseguenze inflattive, le materie prime schizzate e l'accesso ai mezzi logistici reso più oneroso, con costi triplicati – spiega **Bondanelli**. *Il mercato russo, per proprie caratteristiche, per noi è sempre stato marginale. Direttamente, i nostri fatturati export in questo Paese sono stati colpiti molto poco, anche se è evidente che il conflitto in corso, oltre al dramma che rappresenta, ha reso* ***lo scenario mondiale notevolmente più complicato****".*

Ma la tempesta perfetta, come l'hanno chiamata gli analisti, non trova impreparata la solida governance di Surgital, che ha imparato ad **affrontare le crisi con pragmatismo**. Lo fa con la consapevolezza di poter contare su un'idea imprenditoriale – quella della surgelazione della **pasta fresca** – di cui è stata apripista e per la quale le viene riconosciuto il primato. *"Siamo stati i primi a portare nelle cucine del mondo la migliore pasta fresca, che non esisteva da nessuna parte tramite la surgelazione* – ricorda ancora Bondanelli. *In questo modo esportiamo l'Italia stessa, rappresentando quel grande patrimonio gastronomico che la contraddistingue".*

Lo stesso vale per la **fiducia guadagnata nel mondo**, altro elemento che consente all'azienda di non risentire degli alti e bassi dovuti alle mode momentanee. Surgital porta agli chef le specialità della tradizione italiana sviluppata su scala industriale tramite innovazioni tecnologiche e di prodotto. *"Abbiamo costruito una solida base di credibilità aprendoci alle esportazioni negli anni Novanta, e oggi l'export è oltre il 40% su 80 milioni di euro totali. Siamo presenti in 60 Paesi".*

Gli ampliamenti costanti di mercato vanno di pari passo con la crescita del gruppo attraverso una rete strutturata formata da export manager che presidiano i Paesi di riferimento, da dipendenti diretti all'estero, in particolare **in Gran Bretagna e Germania**, e da strutture commerciali proprie in Francia e **Stati Uniti**. *"Il nostro scopo è aumentare l'integrazione con i mercati di riferimento, in particolare gli Usa, che oggi sono il primo bacino di esportazione con un ampio potenziale di crescita"* sottolinea ancora Bondanelli. *Per il mercato a stelle e strisce, Surgital ha coniato un brand ad hoc - Pastificio Bacchini - che ripropone il nome della famiglia come elemento storico che denota la tradizionalità del marchio. "**Il mercato Usa è il primo obiettivo che ci poniamo nel medio-lungo periodo**, senza tralasciare il grande bacino dell'Europa, Gran Bretagna compresa, che rimane uno dei principali".*