Sammontana Italia compie 80 anni: giro d’affari vicino al miliardo e focus sull’espansione internazionale

3d6d8524-2bd8-4204-a087-6465f126a581

Doppio traguardo per Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit che comprende due marchi fondativi del gusto italiano: Sammontana Gelati all’Italiana, da cui tutto ha avuto inizio, e Bindi dessert, entrambi nati nel 1946.

Quote

Il prossimo capitolo si gioca sull’internazionalizzazione. La sfida è portare il saper fare all’italiana nell’industria dolciaria - dal gelato alla colazione dolce e salata, ai dessert fine pasto - in mercati dove l’autenticità dell’origine, la qualità certificata e la tradizione rappresentano un vantaggio competitivo che nessun concorrente può replicare nel breve periodo. Ottant’anni di Sammontana e Bindi sono un bilancio e una prospettiva. Mio padre Loriano e i suoi fratelli Renzo e Sergio hanno avuto il coraggio di trasformare una piccola latteria di Empoli in un’azienda capace di competere sul mercato nazionale del gelato industriale. Noi abbiamo avuto il coraggio di fare un passo ulteriore: aggregare marchi italiani storici, aprire ai mercati internazionali, costruire una piattaforma industriale all’altezza delle ambizioni. Tutto questo coinvolgendo un partner finanziario come Investindustrial che condivide i nostri obiettivi: generare crescita attraverso lo sviluppo della presenza all’estero, anche mediante acquisizioni, e continuare a portare il meglio del gusto italiano nel mondo. Continuiamo a essere un’azienda familiare e vogliamo tramandarla alle generazioni future.

Leonardo Bagnoli, presidente di Sammontana Holding

Le origini Sammontana nasce a Empoli nel 1946, quando Romeo Bagnoli acquista un bar-latteria. In seguito, Renzo (il figlio maggiore) con Sergio e Loriano avviano la produzione e la vendita di gelato, trasformando quella piccola realtà artigianale in un laboratorio capace di competere sul mercato

nazionale del gelato industriale, con la stessa qualità delle materie prime e la stessa cura del processo produttivo che caratterizzano ancora oggi il marchio. Nello stesso anno, a Milano, la Famiglia Bindi apre una pasticceria destinata a diventare punto di riferimento nel segmento dei dessert da ristorazione, reinterpretando con eleganza le tradizioni dolciarie italiane.

Quote

Entrambe le storie nascono nel dopoguerra di un Paese che si ricostruisce e che, attraverso il cibo, cerca continuità con la propria cultura. Il gelato e il dessert all'italiana - artigianali nelle origini, capaci di scalare l'industria senza perdere l'anima - entrano nell'immaginario collettivo di intere generazioni. È un'eredità che il Gruppo porta con sé nei mercati internazionali come distintiva e vantaggio competitivo strutturale.

Marco Bagnoli, presidente di Sammontana Italia

80 anni in numeri

Dal 1946, Sammontana Gelati all'Italiana ha prodotto oltre 1,5 miliardi di chilogrammi di gelato e più di 500 milioni di Barattolini (equivalenti a 1,3 volte la circonferenza della Terra!). Un formato inventato nel 1955, e mutuato dal grande barattolo di latta da 6 litri per le gelaterie: la sua versione "miniaturizzata" da 500gr che ha ridefinito il modo di consumare il gelato in casa. Barattolino è oggi disponibile in 17 varianti, tra le quali i gusti iconici crema e croccantino o le innovazioni più recenti che uniscono la freschezza del sorbetto alla cremosità del gelato. Sammontana produce ogni anno 59 milioni di chili di gelato.

Negli anni, si sono aggiunti nuovi prodotti come la linea Amando (nata nel 2017), per offrire l'inconfondibile cremosità di Sammontana in un gelato a base vegetale e Gruvi, lo stecco che è riuscito a diventare una autentica ossessione nel giro di poco tempo. Sammontana Italia oggi Sammontana Italia è oggi un gruppo industriale integrato, articolato in tre principali linee di business – gelati, dessert e pasticceria surgelata dolce e salata, e prodotti per colazione e bakery – che, nei diversi momenti della giornata, accompagnano i consumatori e supportano i partner della GDO e del canale Bar horeca, compensando la stagionalità tipica del settore gelato e definendo nuovi percorsi di sviluppo.

Le tre linee di business rappresentano ciascuna circa un terzo dei ricavi complessivi del Gruppo. Il modello di aggregazione adottato valorizza l'identità e le ricette originali di ciascun marchio, evitando

qualsiasi omologazione. Sammontana Gelati all’Italiana, Bindi, Tre Marie, Il Pasticcere, Forno d’Asolo, La Rocca Creative Cakes, Bonchef, Mongelo, Gelpat e La Donatella: dieci storie diverse, ciascuna con il proprio patrimonio di reputazione e di mercato, unite da una piattaforma industriale e distributiva condivisa che ne potenzia la competitività. Nel 2025 il gruppo ha registrato un giro d’affari di oltre novecento milioni di euro, con nove stabilimenti produttivi - sei in Italia, uno in Francia (Saint-Auvent, con Gelpat), uno nel New Jersey (Bindi) e uno recentemente acquisito in Canada (La Rocca) - per oltre 2.400 dipendenti di cui il 76% in Italia. Il Gruppo è oggi una società benefit e in fase di certificazione B Corp del suo intero perimetro aziendale, con un impegno concreto verso la sostenibilità ambientale, il benessere delle persone e la responsabilità d’impresa, declinati come elementi strutturali di statuto e strategia.

I gelati all’italiana “volano” anche negli USA

Oggi i ricavi sono generati per il 75% in Italia e per il 25% fuori dai confini nazionali: un dato che riflette la storia del Gruppo, ma non la sua traiettoria. Sul versante europeo, l’azienda è presente con i suoi brand in diversi Paesi del Nord Europa, in particolare in Germania, Svizzera, Francia, Olanda e Polonia, che rappresentano l’area a maggiore potenziale anche per eventuali acquisizioni strategiche: mercati con elevata propensione alla qualità, sensibilità alla sostenibilità e domanda crescente di prodotti premium con origine italiana.

Quote

Il mercato prioritario per lo sviluppo futuro è sicuramente il Nord America. La strategia complessiva ci vede protagonisti nelle tre categorie sweet pastry, dessert e gelato, nelle quali siamo certi che il saper fare italiano potrà fare la differenza soprattutto nei segmenti premium. Ne è una testimonianza la partenza del lancio del gelato negli Stati Uniti, che ha ottenuto fin da subito un’ottima accettazione raggiungendo già dall’inizio della prima stagione oltre 3.000 punti vendita retail destinati a crescere rapidamente. Ma guardando al futuro è importante rivolgere un pensiero e un ringraziamento a coloro che in tutti questi anni hanno contribuito alla crescita di Sammontana, di Bindi e alla nascita del nuovo gruppo. Tutto quello che abbiamo oggi è frutto di dedizione, intelligenza e di una passione instancabile, la stessa che anima oggi il management e tutte le persone che stanno lavorando giorno dopo giorno per rendere possibile la realizzazione di questo bellissimo e ambizioso progetto.

Alessandro Angelon, amministratore delegato del gruppo Sammontana Italia.