Surgital debutta nel Bakery con la nuova linea Pastificio Bacchini

9a4ff3dd-dd42-458f-b05d-47909f491570

Surgital conferma la sua leadership nel settore della pasta fresca surgelata e amplia l’offerta per i professionisti della ristorazione. L’anno 2026 sarà caratterizzato da un consolidamento della strategia industriale e commerciale dell'azienda, con investimenti mirati all’innovazione, alla qualità del prodotto e alla digitalizzazione dei processi produttivi. Con la nuova linea Bakery Pastificio Bacchini, poi, l’azienda debutta in un nuovo segmento, a conferma di una visione strategica di sviluppo e crescita costanti.

Ingresso nel segmento Bakery

Dopo quattro decenni di esperienza, Surgital amplia oggi il proprio portafoglio con il lancio della Linea Bakery Pastificio Bacchini, presentata alla recente edizione di TuttoFood Milano. Questa nuova offerta, che include pancakes e crêpes, risponde alle crescenti esigenze della ristorazione contemporanea, intercettando trend emergenti come la “snackizzazione” e l’aumento delle occasioni di consumo fuori casa.

Quote

Con la Linea Bakery Pastificio Bacchini, abbiamo voluto interpretare una tendenza che si sta consolidando che vede la moltiplicazione delle occasioni di consumo di pancakes e crêpes, rendendole più fluide nell’arco della giornata. Le nostre proposte, pur diverse da quelle che rientrano nel core business di Surgital, sono perfettamente coerenti con la nostra identità e promessa al mercato: offrire soluzioni che uniscono la qualità alla praticità di impiego, oltre a garantire un food cost monitorabile.

Massimiliano Bacchini, Chief Sales and Commercial Officer, CDA/Board Member

Bilancio 2025: fatturato a 126 milioni

Il 2025 si è chiuso con risultati positivi. Il fatturato consolidato del gruppo ha raggiunto 126 milioni di euro, con un Ebitda pari a 19,8 milioni di euro, corrispondente al 15,4% dei ricavi. Il mercato estero continua a rappresentare un elemento chiave per la crescita di Surgital, con una presenza in 65 Paesi e un fatturato estero pari al 46%, di cui circa il 15% verso gli Stati Uniti, principale mercato di esportazione. Il 2025 ha visto inoltre importanti investimenti, con 4 milioni di euro dedicati all'ammodernamento delle linee produttive e all'ottimizzazione dei processi industriali.

Nel 2026, nonostante i primi mesi abbiamo mostrato una stagnazione dei consumi fuori casa, la reputazione del brand resta solida. Per questo motivo, l'azienda proseguirà nel processo di digitalizzazione e automazione delle linee, con approccio Industria 5.0; il piano industriale 2026 prevede ulteriori 7 milioni di euro di investimenti in innovazione, digitalizzazione e automazione, confermando l'impegno costante nel miglioramento tecnologico e nella sostenibilità operativa. Di pari passo prosegue il rafforzamento dei principali mercati internazionali, già presidiati.

Quote

La nostra strategia di sviluppo continua a concentrarsi su Europa e Nord America, anche grazie al rafforzamento delle reti commerciali intrapreso nell'ultimo biennio, in particolare in Germania e Francia. In merito ad altre aree di crescita, osserviamo con interesse i paesi dell'America Latina, anche grazie alle ultime disposizioni Mercosur, e l'Asia, paese in cui Surgital esporta con continuità, aree comunque che continuiamo a monitorare a causa degli eventi geopolitici in corso. Nonostante l'instabilità globale e le sfide del settore, restiamo positivi e pronti a proseguire il nostro percorso di crescita e innovazione.

Massimiliano Bacchini, Chief Sales and Commercial Officer, CDA/Board Member