

Alcass vola all'estero

Alcass, azienda tra i maggiori player nel settore dei prodotti surgelati e senza conservanti, continua il percorso di crescita che l'ha contraddistinta negli ultimi anni.

Filo conduttore nelle scelte manageriali è la voglia di essere il partner di riferimento in un mercato, come quello della grande distribuzione organizzata e della ristorazione, che richiede costante innovazione e capacità di cambiare. <<I nuovi stili alimentari, la scelta dei consumatori verso le tematiche salutistiche e della sostenibilità - riferisce Renato Bonaglia, amministratore delegato - stanno velocemente modificando i mercati a livello nazionale e internazionale. I cambiamenti degli stili

PERCORSO DI CRESCITA • Aumento del fatturato del +34%, sbarco su nuovi mercati d'oltreoceano e forte attenzione verso i temi della sostenibilità

di vita e di consumo sono sempre più veloci e le aziende devono sapersi orientare in questo mondo dominato dai social network e dalla crescente consapevolezza che con i propri comportamenti si può incidere sulle scelte dell'industria. Con il nostro marchio Amica Natura stiamo cercando di tessere relazioni dirette con i consumatori per spiegare i nostri valori e cosa vogliamo fare nel prossimo futuro>>.

Punto di forza dell'azienda è il reparto Ricerca e Sviluppo

interno che lavora costantemente per diversificare l'offerta, mantenendo invariati i principi di qualità e salubrità che l'utilizzo del freddo, e della surgelazione in particolare, possono garantire con continuità.

Alcass produce da oltre trent'anni una varietà di prodotti a brand Amica Natura, dalla linea classica a base di carne, al Biologico distribuito presso i negozi specializzati, al Vegano e Vegetariano, fino alle ultime novità sviluppate con l'utilizzo di alimenti "Su-

perfood", su tutti il cavolfiore. In crescita anche il segmento delle "private labels" grazie alla fiducia di prestigiosi partner commerciali.

Venendo ai dati economici principali, l'esercizio 2018 ha visto un'importante crescita, registrando un aumento del 33,6%. In aumento anche la quota export sul fatturato aziendale, che si attesta attorno al 10%, e in ulteriore crescita anche nei primi mesi del 2019. E non a caso, dal momento che negli ultimi anni l'azienda sta concentrando le forze per ampliare l'export, dirigendo lo sguardo verso mercati esteri sempre più attenti al Made in Italy, a un'alimentazione genuina e di qualità.

<<I mercati esteri, soprattutto Stati Uniti e Asia - prosegue Bonaglia - sono molto complessi da affrontare sia per gli aspetti legislativi sia per i gusti e le abitudini di consumo. Il nostro modo di lavorare, tuttavia, ci dà grandi chance poiché da sempre siamo abituati a sfide impossibili e ad adattarci alle richieste del cliente sviluppando prodotti su misura. E' il caso della certificazione Kosher ottenuta la scorsa estate dal prestigioso ente americano "OK Kosher" che ci ha aperto un importante canale in nord America, oppure dello



continua a pag. 14

continua da pag. 12

sviluppo del nuovo prodotto a base di ceci partendo proprio dal seme e non dalla farina, ottenendo così una qualità molto più elevata. E' stata comunque un'ottima annata per tutto, anche per le linee Veg e Bio che hanno aiutato il business oltre confine, dove i valori di genuinità e innovazione sono molto richiesti>>.

SOSTENIBILITA', IL VALORE AGGIUNTO

Il tema della sostenibilità è da sempre prioritario nel piano di sviluppo aziendale. Molte sono le azioni intraprese negli anni per la tutela dell'ambiente, e per la riduzione della cosiddetta "Carbon Footprint" cioè l'impatto che l'Azienda ha sull'ambiente a seguito del proprio agire. In primis l'installazione di un moderno impianto fotovoltaico che, con i suoi 500kWp di potenza copre circa il 50% del fabbisogno energetico dell'azienda, rendendola sempre più indipendente dalla rete elettrica e limitando al contempo l'impatto ambientale. L'installazione dell'impianto, integrato nella copertura dello stabilimento, ha permesso di utilizzare ai fini produttivi quasi la totalità dell'energia solare generata, limitando notevolmente la dipendenza dalle fonti fossili e riducendo le perdite grazie all'autoconsumo. Altro punto molto sensibile è l'attenzione verso il consumo

La storia di Alcass



L'azienda nasce nel 1987 con l'intento di sviluppare una gamma di carni porzionate conservate solo tramite il freddo (surgelazione) senza l'utilizzo di conservanti chimici o antiossidanti aggiunti. Nel corso di un decennio Alcass diviene una specialista del freddo con il lancio di significative innovazioni come i primi vassoi di carne a peso fisso o i primi prodotti di carne bovina certificati da agricoltura biologica. Dal 2000 iniziano gli sviluppi della gamma di prodotti a base interamente vegetale, realizzati con le proteine delle piante (principalmente soia e legumi) al posto di quelle della carne.

E' una fase nella quale il consumo vegetariano e vegano è ancora una piccola nicchia, ma l'azienda intravede in anticipo il potenziale di questi prodotti per il loro elevato contenuto di sostenibilità rispetto alle proteine animali. Nel 2005 nasce il marchio "Amica Natura" che si fa presto strada tra le più importanti catene di distribuzione alimentare in Italia e all'estero, oltre che nella ristorazione collettiva, nel catering e nel food-service. Oggi lo sviluppo continua con l'uso dei nuovi Superfoods, alimenti naturalmente ricchi di proprietà nutrizionali e curative (omega 3, anti tumorali, prevenzione dell'invecchiamento cellulare, antiossidanti, ecc.).

Tutti i prodotti surgelati Amica Natura, grazie alla tecnologia del freddo, come prescrive la legge, non contengono conservanti chimici e preservano sapore e qualità nutrizionali inalterati nel tempo solo grazie alla surgelazione criogenica a cuore.

Riconosciuta dal consumatore come sinonimo di sicurezza, trasparenza e qualità, Alcass propone naturalmente anche una linea classica di carne, rappresentata da secondi piatti surgelati come hamburger, polpette, milanesi, ecc.

Attualmente l'azienda conta circa 40 addetti, opera in un sito industriale di oltre 8.000 mq coperti, esporta attivamente in Europa e negli Stati Uniti d'America scegliendo di continuare il suo operato con gli stessi valori di sempre, puntando su qualità, innovazione e attenzione all'ambiente.

della plastica nelle attività di confezionamento. Negli ultimi 5 anni, l'azienda ha infatti ridotto al minimo lo spessore dei film plastici per il confezionamento dei prodotti, senza limitarne la funzionalità igienica. Tradotto in numeri si è ottenuto un risparmio di circa 15.000 kg di materiale l'anno, con importanti ricadute sull'ambiente.

<<Ma non è certo finita qui - dice Bonaglia - abbiamo in corso di sperimentazione un'innovativa tipologia di film per la protezione igienica dei prodotti che può essere direttamente inserito nel rifiuto organico, in quanto 100% compostabile trattandosi di bioplastica. Se i test effettuati avranno esito positivo potremo introdurre un ulteriore e assai importante miglioramento dell'impatto ambientale dei nostri prodotti e saremmo la prima azienda del settore ad attivare tale innovazione, cosa che ci renderebbe molto fieri perché potremmo fungere da apripista per altri e innestare un circolo virtuoso di cambiamento>>.

Alcass goes abroad!

A new growth path- A 34% increase of turnover, a move into new overseas markets and a great attention to sustainability.