



Giovedì 22 Novembre 2018



# Cremona Oggi

Il quotidiano online di Cremona



CRONACA POLITICA SPORT CULTURA ECONOMIA SPETTACOLO FESTE E TURISMO EVENTI AMBIENTE

LETTERE

STRADIVARI memorialday

## Gidon Kremer - Mario Brunello - Kremerata Baltica

18 dicembre 2018 - ore 21 - Auditorium Giovanni Arvedi - Cremona



**SPACCIO PROSUS**  
Una vasta gamma di **PRODOTTI GENUINI**  
[www.prosus.it](http://www.prosus.it)



22 novembre 2018

COMMENTA

## Sperlari si rilancia sul territorio: comunicazione a 360 gradi e nuove linee produttive



**GRUPPO BOSSONI**  
[www.gruppo-bossoni.it](http://www.gruppo-bossoni.it)  
**ALFA ROMEO GIULIETTA** | PARTICOLARI NON SONO UN DETTAGLIO

**AMBULATORIO ODONTOIATRICO MARTEO**  
SEMPRE VICINI AI NOSTRI PAZIENTI  
Via Gardesani, 25 Castelverde (Cr) - Tel 0372 422000 - Fax 0372 423343



Sperlari sceglie di investire e di crescere, partendo proprio da Cremona, dove, nell'ambito della Festa del Torrone si è svolto il Media Day dell'azienda. Un'azienda che proprio in occasione di questo Natale ha deciso di portare avanti un'importante campagna pubblicitaria, sia attraverso un nuovo spot, che verrà lanciato nei prossimi giorni e che vede protagonisti i torroncini Sperlari prodotti nello stabilimento di Cremona (Sperlari produce circa 10 milioni di stecche di torrone ogni anno), sia attraverso diverse iniziative di comunicazione.



Ma si parla anche di innovazione, come spiega Piergiorgio Burei, Ceo Sperlari: “Da 183 anni simbolo dell'industria dolciaria, l'azienda continua a lavorare sulla tradizione, coniugandola con l'innovazione. Questo significa mettere insieme le antiche tradizioni ma anche lanciare nuovi prodotti, cosa che faremo proprio in occasione di questo

Natale. Ma stiamo anche rafforzando il dialogo con i nostri consumatori, proprio grazie all'importante campagna di comunicazione di quest'anno, su cui abbiamo investito”.

L'azienda sta curando il rilancio dopo il passaggio di proprietà da Cloetta alla tedesca Katjes International GmbH & Co. KG, la holding company internazionale del Gruppo Katjes, che circa un anno fa ha acquisito la Cloetta Italia S.r.l. e i suoi marchi. “Stiamo cercando di dare un orientamento e una prospettiva all'azienda, dandoci una direzione nel lungo periodo”. Ma non manca l'ambizione, ossia quella di “tornare a crescere, cosa che abbiamo fatto nell'ultimo anno, e diventare l'azienda leader nel mondo per i prodotti dolciari” continua Burei, ma anche “instaurare un circolo virtuoso e darci credibilità, cercando ed eliminando le eventuali inefficienze, trovando così nuove risorse.

La strategia di crescita non riguarda soltanto l'Italia, ma anche l'estero: “l'export è uno degli elementi più importanti nei nostri progetti di crescita nel lungo periodo. Storicamente Sperlari non ha mai importato tanto, ma sicuramente lavoreremo in quella direzione”.



Lo stabilimento di Cremona sarà protagonista di questa crescita, in quanto proprio qui “sono concentrate diverse linee produttive” spiega ancora il Ceo. “Vi sono tante idee innovative sulla produzione del torrone, che sarà diretta a conquistare nuovi canali di vendita, diversificando anche gli ingredienti. Intanto sono già state create una

nuova linea di torroni premium, e torroncini dal formato più piccolo di quelli classici”.

“La nostra Provincia è leader per la produzione dolciaria e per il settore agroalimentare” evidenzia il sindaco Gianluca Galimberti. “Per noi è importante inserire le imprese che scelgono di restare qui e di fare innovazione in un territorio in grado a sua volta di innovarsi. Per questo si sta lavorando per infrastrutturare il territorio come un centro di sapere, soprattutto nel settore agroalimentare. In questa direzione va l’investimento fatto per la realizzazione di un campus universitario in cui confluirà proprio la facoltà di Agraria dell’università Cattolica”.

“L’importanza di Cremona all’interno del contesto culturale della nascita del Torrone è fondamentale” racconta Enrico Manfredini, responsabile marketing prodotti di ricorrenza Sperlari. “Sembra che la ricetta fosse di origine araba, e che sia arrivata fin sotto il Torrazzo, zona che all’epoca era al centro dei commerci del Mediterraneo, grazie alla presenza del fiume Po, e che qui abbia trovato terreno fertile per un grande sviluppo. Nel 1880 a Cremona c’erano 19 ditte che producevano Torrone e la sola Sperlari impiegava 70 persone”.

Oggi l’azienda guarda avanti e punta sull’innovazione, che passa da una grande ricerca della qualità. “In Italia abbiamo grande biodiversità in cui i dolci sono rappresentazione concreta della necessità di dialogare tra territori e di trovare gli ingredienti attraverso la cultura dello scambio” evidenzia Silvio Barbero, vice presidente dell’università di scienze gastronomiche di Pollenza. “Dunque a fare la differenza può essere la capacità di essere chiari e trasparenti sugli ingredienti e sulla provenienza degli stessi. E’ importante raccontare la filiera del prodotto, che deve essere sostenibile, e curare la qualità delle materie prime. Ed è questa la sfida che devono raccogliere le aziende italiane”.

Del resto i numeri sono davvero notevoli: come spiega Mario Piccialuti, direttore Aidepi (Associazione delle industrie del dolce e della pasta), “il dolce in Italia vale circa 14 miliardi di fatturato, di cui quasi un terzo sono proventi dell’export. Il Natale del settore dolciario vale 740 milioni di euro. In questo, circa 50 milioni di euro è il numero del commercio dei torroni mentre 30 milioni vale quello dei torroncini. Un settore che ha vissuto una crescita di circa il 5%”.

**Laura Bosio**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**TAGS** CREMONA, CREMONESE, CREMONESI, SPERLARI