Tipaldi, Gruppo Sammontana: «Obiettivo raddoppio del fatturato nei prossimi cinque anni»

20260330111655mattia-tipaldi

Nella nuova posizione, quella di Chief Commercial Officer del Gruppo Sammontana Italia, è arrivato lo scorso gennaio, dopo essere stato Chief Commercial Officer Estero per Sammontana Italia e, prima ancora, aver ricoperto lo stesso ruolo presso il Gruppo FdA. Adesso, per Mattia Tipaldi, un passato di oltre quindici anni nel settore Food & Beverage come Business Unit Director in Est Europa e in Sud America per il Gruppo Lavazza, si aprono le porte della guida commerciale del nuovo Gruppo Sammontana Italia, con una visione e un programma in grado di supportare la crescita dell'azienda in Italia e all'estero.

Obiettivo raddoppio del fatturato nei prossimi cinque anni

«*L'obiettivo del Gruppo è il raddoppio del fatturato nell'arco dei prossimi cinque anni, con un mix 50-50 suddiviso tra il mercato italiano e l'estero*», racconta Tipaldi, incontrato durante l'ultima edizione di Sigep. Per farlo, bisogna però passare dalla costruzione di un'organizzazione commerciale unica, che contenga al suo interno le due business unit, Italia e estero, con l'obiettivo di rendere più rapidi i processi gestionali interni.

Se per quanto riguarda i mercati internazionali, Tipaldi sottolinea la necessità di aumentare il portafoglio di dessert e gelato, l'Italia rimane il mercato principale con circa il 75% del business del Gruppo. «*Dobbiamo muoverci velocemente, il 2025 ha visto un ottimo andamento del segmento horeca, con una crescita della gamma dando solzuioni ai consumatori in linea con i trend esistenti. Da parte nostra, dobbiamo mettere in piedi una squadra commerciale con attenzione ai clienti, che non ci devono vedere solo come fornitori, ma anche come consulenti capaci di suggerire le soluzioni adatte per crescere*».

Sul fronte delal domanda, secondo Tipaldi, il consumatore sta reagendo alla complessa situazione attuale con spese pianificate e sempre più selettive, «Crediamo che il mercato ita sia pronto per la ripartenza nel 2026, ci aspettiamo una crescita dell'1'% in volume e del 3-4% in valore). La sensazione è che la fase negativa si sia ormai stabilizzata, siamo alla vigilia della ripresa».

I prodotti in mostra a Sigep

Sul fronte dei prodotti, alla recente fiera riminese, Sammontana Gelati all'italiana ha valorizzato la propria tradizione con la linea Cupola, presentando nuovi gusti iconici come Panna & Fragola e Wafer. Il Pasticcere ha presentato una proposta orientata all'efficienza e alla qualità, con il debutto del Fagottino Dorato al Tiramisù, sviluppato in collaborazione con ALMA, e il Cornetto POP, progettato per rispondere alle esigenze dei locali ad alta rotazione. Forno d'Asolo ha mostrato una selezione delle sue principali novità, con un focus su proposte vegane come il Cornetto Vegan Elixir Guava e i Muffin Vegan Banana & Cioccolato, accanto al ritorno del Re B. rinnovato nella ricettazione e negli ingredienti.

Tre Marie e Bindi, da parte loro, hanno raccontato due interpretazioni complementari della tradizione dolciaria milanese. Tre Marie presentando il nuovo Prezioso al Tiramisù e l'evoluzione della linea Extra, Bindi celebrando i suoi 80 anni con i Grandi Classici del dessert, un prodotto in edizione limitata - il Profiterol di Romano Bindi con la ricetta autentica delle origini - e una proposta gelato pensata per il mondo della ristorazione.