

B U O N I D A L 1 9 2 7

PRESENTAZIONE AZIENDALE • COMPANY PROFILE



Fate i buoni

Dal 1927



Le origini

La passione per i dolci della Famiglia Balocco risale al 1927, quando Francesco Antonio Balocco a 24 anni apre la sua prima pasticceria a Fossano (CN), di fronte al Castello dei Principi di Acaja.

È qui che la sapienza artigianale e la passione per la qualità hanno dato vita ad uno dei più famosi marchi dolciari italiani.

Il primo sviluppo

Nel 1933 Francesco Antonio apre la sua seconda pasticceria, nella centrale Via Roma: gli arredi sono stile impero e nel nuovo negozio si respira un fascino ricco di stile e modernità.

La guerra e la rinascita

Durante la II guerra mondiale, nel settembre 1943, entrambe le pasticcerie vengono distrutte dai miliziani delle camicie nere. Francesco Antonio con il figlio Aldo sono costretti a sfollare nelle Langhe.

Terminata la guerra, Francesco Antonio rientra a Fossano, mentre Aldo torna a Cuneo per terminare gli studi. Vengono ricostruiti laboratorio e negozi e assunti otto garzoni e quattro commesse.

Per ottimizzare la gestione del personale, si comincia a produrre pasticceria secca, da poter rivendere all'ingrosso.

Una passione di famiglia



Il dopoguerra

Nel 1949, grazie all'iniziativa di Aldo Balocco, si decide di espandere l'attività spostando la produzione in un apposito stabilimento di 5.000 mq, in Via San Bernardo, sempre a Fossano. La nuova fabbrica occupa 30 addetti.

Gli anni '50

Nella metà degli anni cinquanta, vengono installati i primi forni per la produzione di panettoni, e fatte le prime prove di lievitazione naturale e di glassatura con nocciole, granella di zucchero e mandorle tostate: nasce il Mandorlato Balocco.

La crescita

Il Mandorlato riscuote un grande successo ed inizia ad essere distribuito attraverso una rete di grossisti, oltre che in Piemonte, anche in Lombardia, Emilia Romagna, Toscana e Veneto.

Nel 1964 viene acquistato un terreno di 70.000 mq in zona Santa Lucia, sempre a Fossano, dove, nel 1967 inizia la costruzione della nuova fabbrica. Nel 1969 la produzione viene trasferita dai vecchi locali di Via San Bernardo ai nuovi di Via Santa Lucia, dove ha tuttora sede l'azienda.

La Crescita



Gli anni '70

Con la voglia di crescere e di farsi conoscere a livello nazionale, Aldo Balocco decide di puntare sulla pubblicità, affidando le sorti del suo Mandorlato alla notorietà delle soubrette più famose del momento, le gemelle Alice e Ellen Kessler.

Il primo spot TV nella storia della Balocco va in onda il 1 dicembre 1975 su Carosello, l'unico spazio pubblicitario della televisione italiana di quegli anni. Il successo non tarda ad arrivare e ben presto il Mandorlato entra nelle case di tutti gli italiani.

I magici anni '80

Il successo prosegue grazie a fortunate campagne che hanno come protagonista Heather Parisi, star di "Fantastico", il varietà del sabato sera più visto nella storia della TV italiana. "Cicale", sigla d'apertura del programma, hit e disco d'oro 1981-1982, diventa il jingle del nuovo spot del Mandorlato.

Comincia una crescita inarrestabile: nel 1987 la superficie produttiva raggiunge 32.000 mq, il fatturato supera il controvalore in lire di 14 milioni € e gli addetti salgono a 135.



L'azienda ai giorni nostri



Gli anni '90

Nel 1990, entrano in azienda Alessandra ed Alberto, terza generazione della famiglia Balocco, mentre nel 1994, all'età di 91 anni, muore Francesco Antonio Balocco, fondatore dell'azienda.

Gli anni 2000

Nel 2003 la superficie produttiva raggiunge 44.000 mq e la Società entra nel mercato della prima colazione. Nel 2010, il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano nomina Aldo Balocco Cavaliere del Lavoro.

La Balocco rappresenta un vanto per il territorio ed un importante faro per l'economia locale.

La Balocco oggi

Nel 2014 la Società ha realizzato un giro d'affari di 162,5 milioni € con un patrimonio netto di 36,5 milioni €. L'organico medio, inclusivo dell'aliquota stagionale, ha raggiunto 287 unità, che salgono a 339 computando anche interinali e cooperative.

Si lavora a ciclo continuo, 24 su 24, 7 su 7.

Negli ultimi 10 anni il fatturato è salito del 140%: la crescita, pari a un milione € al mese per 108 mesi consecutivi, è stata sostenuta da investimenti tecnologici per oltre 50 milioni €.

Balocco dispone oggi di uno fra gli stabilimenti più moderni ed efficienti d'Europa.



Impianti e strutture operative



Impianti produttivi

Il sito produttivo di Fossano (44.000 mq coperti) dispone di due linee per lievitati da ricorrenza, quattro per biscotti e due per wafer, per un totale di otto impianti di produzione. Sono presenti tre impianti per lo stoccaggio ed il dosaggio automatico delle principali materie prime (200 ton. di zucchero, 960 di farina e 130 di grassi).

Volumi prodotti

Nel 2014 sono state realizzate 57.000 tonnellate di prodotti da forno. Negli ultimi 10 anni le tonnellate per ora lavorata sono incrementate dell'80%.

Strutture operative

Una piattaforma logistica totalmente integrata con le aree di produzione e un sistema automatico di pallettizzazione ed handling, gestito in radiofrequenza. Possono essere stoccati quindicimila pallet.

Sedici centri distributivi esterni, che garantiscono l'evasione degli ordini entro 24 ore, in tutta Italia.

13.900 mezzi (3.300 di materie prime, 1.900 di imballaggi e 8.700 di prodotti finiti) movimentati nel 2014.

Qualità e sviluppo sostenibile



Controllo Qualità

La qualità costituisce uno dei punti di eccellenza e si esprime in tutti gli aspetti dell'attività aziendale. Il Controllo Qualità è strutturato su un organico di dodici addetti fra biologi, chimici ed analisti. È in grado di effettuare analisi chimiche, microbiologiche, strumentali e di biologia molecolare (PCR).

Certificazioni

Balocco opera secondo gli standard certificati SGS: BRC, IFS, NON OGM. Ogni anno vengono effettuate oltre 140.000 analisi su materie prime, semilavorati, prodotti finiti ed imballaggi.



Sviluppo Sostenibile

La Società dispone di uno dei più grandi impianti fotovoltaici su copertura industriale del Piemonte.

Entrato in funzione nel dicembre 2010, copre oltre un terzo del fabbisogno energetico.

Ha comportato un investimento di 5,5 milioni di €.

Rispetto per l'ambiente

Nei primi quattro anni di esercizio Balocco ha prodotto 7 milioni di Kwh, riducendo di 4.700 ton le emissioni di Co2.

Prodotti e mercati



Lievitati da Ricorrenza

Con 21 milioni di pezzi venduti fra Pasqua e Natale 2014 e Balocco è co-leader nel settore lievitati da ricorrenza. Negli ultimi 10 anni i volumi sono incrementati del 60%.

Con una quota di mercato del 17% sia a Natale che a Pasqua, Balocco compete in tutti i sotto segmenti con una profondità assortimentale completa.

Fuori Pasto

Nel 2014 le vendite di wafer hanno sfiorato le 3.500 tonnellate. Negli ultimi 5 anni i volumi sono incrementati del 20%.

Prima colazione

Nel 2014 la Società ha venduto 36.000 tonnellate di biscotti: negli ultimi 10 anni i volumi sono incrementati del 270%, facendo di Balocco il marchio più dinamico dell'intero comparto. Nel segmento Frollini Balocco la 2^a azienda del mercato, con una quota a volume dell'8%.

A partire dal 2011 il presidio è stato esteso anche al segmento "Free From", con il lancio della linea "Vita Mia".

L'export

Nel 2014 il giro d'affari dell'export ha superato i 16 milioni di €, pari al 10% delle vendite totali. Balocco è presente in 67 paesi; il 60% dei volumi è realizzato all'interno della UE, il 40% nei paesi Extra UE.



Advertising e Sponsorship



Advertising

Dal 2014 è on air la nuova campagna “Nel Paese del Signor Balocco”, ambientata in un luogo ideale dove ogni giorno la bontà si sveglia con i suoi abitanti, e dove i valori della famiglia e della condivisione regnano sovrani.

Un paese a misura d'uomo, in cui il ritmo della vita quotidiana scorre lento fra bambini, ragazzi e famiglie che si relazionano con piccoli gesti, vivendo appieno la dolcezza ed il piacere dello stare insieme e che, naturalmente, invitano tutti a “fare i buoni”.

Trait d'union di tutti gli spot è l'apertura con lo storico furgone Balocco, ormai divenuto una vera e propria icona della marca.

Sponsorship

La strategia di comunicazione Balocco, basata sulla multimedialità, fa leva anche sul marketing sportivo.

A partire dal 2010 Balocco diventa sponsor di Juventus FC: per due campionati come Jersey Sponsor e a seguire come Official Partner. Dal 2013 Balocco è anche Main Sponsor del Giro d'Italia (Maglia Rosa - Pink Jersey).



official
partner

