

Geovita: “Con Planext guardiamo al futuro”

Grazie al progetto dedicato al mondo plant based, l'azienda porta a scaffale nuovi prodotti a base di proteine vegetali. La sua mission è chiara: unire sostenibilità, benessere e gusto, offrendo un'esperienza culinaria più consapevole ed etica. Intervista a Marco Lotta, sales director.

Di Margherita Luisetto

Sostenibilità, convenienza e innovazione: sono i tre pilastri su cui si fonda da sempre la mission di Geovita. Storico punto di riferimento per la produzione e lavorazione di cereali, legumi e derivati, oggi punta su un nuovo progetto, Planext, interamente dedicato alla realizzazione di alimenti plant based. Dimostrando, ancora una volta, di essere un player di mercato pronto a rispondere all'evoluzione dei trend di consumo e ben focalizzato sulla riduzione dell'impatto ambientale. Ma andiamo con ordine.

Geovita nasce nel 1979 dall'evoluzione di un mulino a grano tenero: abbandonata l'attività molitoria classica, si specializza velocemente nello sviluppo di semilavorati a base fibre per l'industria. “Da piccola azienda familiare, oggi vanta numeri significativi: un fatturato, nel 2023, di 47 milioni di euro e 30mila tonnellate processate, tre stabilimenti, di cui due dedicati all'attività tradizionale di lavorazione di cereali, legumi e risi secchi, prodotti per l'industria o confezionati, e uno specifico per la realizzazione di prodotti plant based”, spiega Marco Lotta, sales director dell'azienda. L'azienda è quindi attiva su tre aree: produzione e distribuzione di ingredienti per l'industria (sezione che copre il 35% del fatturato); realizzazione di referenze private label e conto terzi per grandi marchi (50%) e un'area rivolta ai prodotti a marchio proprio (15%). I suoi prodotti sono distribuiti per il 40% in Italia e per il restante 60% all'estero. “Mentre il Bel Paese è da sempre il mercato di riferimento per l'industria, l'estero - in particolare la Francia - rappresenta lo sbocco più importante sul fronte retail”, sottolinea Lotta. “Tutti i nostri clienti riconoscono l'affidabilità di Geovita e la responsabilità con cui opera, per la salute dei consumatori e per il benessere dell'ambiente. Con lo stesso modus operandi e perseguendo i nostri più importanti valori, oggi portiamo sul mercato il nostro nuovo progetto, Planext”.

Quali sono le caratteristiche che vi distinguono?

Senza dubbio la varietà e completezza di gamma nel mondo riso-cereali-legumi. Ma anche la propensione all'innovazione e alla customizzazione del prodotto. Geovita è, infatti, un'azienda che riesce a rispondere a ogni esigenza dei propri clienti grazie alle sue svariate linee di confezionamento e ai molteplici processi produttivi, dedicati e specializzati sulle cotture in ogni forma - dal chicco intero alla farina, ai chicchi spezzati fino alle miscele -.

Che peso riveste l'innovazione in Geovita e come si declina sui prodotti?

L'innovazione rappresenta il nostro “motore di sviluppo”: il reparto R&D di Geovita lavora continuamente su nuove idee e nuovi processi, realizzando anche progetti tailor made in risposta alle richieste dei clienti, sia PI che co-packer. Proprio seguendo questa attitudine, nasce Planext.

In cosa consiste Planext?

Sostanzialmente è un nuovo brand di prodotti vegani con cui oggi presentiamo sei referenze confezionate in vaschette, pratiche e pronte all'uso: il



Marco Lotta, sales director Geovita

‘Cremoso Veg’, un'alternativa al formaggio spalmabile; il ‘Vegrà Veg patè alla francese’ che ricorda il foie gras; tre proposte alternative al pesce - ‘Filé Bianco Veg al sapore di mare’, ‘Filé Rosa Veg al sapore di mare’ e ‘Sfilacci Veg al sapore di mare’ - e, infine, l'uovo vegano ‘Strapazzo Veg’. Planext, però, è molto di più: è un progetto che vanta una missione considerevole: quella di unire sostenibilità, benessere e gusto, offrendo un'esperienza culinaria più consapevole ed etica.

Quali sono i valori alla base di questa scelta?

I driver principali sono tre: la sostenibilità - che è intrinseca nella cultura del plant based -; la convenienza, un must della nostra azienda, che da sempre lavora sulla riduzione dei tempi di cottura e sulla facilità di utilizzo dei prodotti; e l'innovazione, perchè queste referenze sono il frutto di una significativa complessità a livello tecnico-industriale.

Quali sono i plus dei prodotti Planext?

Tutte le referenze vantano una lista ingredienti semplice e pulita, composta da proteine di pisello o glutine, aromi (utili a simulare l'esperienza di gusto dei rispettivi prodotti tradizionali) e coloranti esclusivamente naturali.

A quali trend rispondete?

Geovita è costantemente alla ricerca di soluzioni nel segno della sostenibilità, come detto sopra, e dimostra di saper rispondere alle crescenti richieste di attenzione verso il ‘Food safety’ e i ‘Progetti di filiera’. Oltre ad essere dei trend, rappresentano anche i tre punti cardine del nostro programma di investimento: sul fronte della sostenibilità lavoriamo al continuo miglioramento degli standard produttivi interni; per garantire la Food safety abbiamo messo a punto nuovi impianti - che utilizzeremo anche sulle produzioni più ‘standard’, come le miscele e le macinazioni - con aree controllate e compartimentate in modo da lavorare su un regime microbiologico sempre più basso.

Che tipo di distribuzione avranno i prodotti Planext?

Saranno presto commercializzati sia in Gd/Gdo che Horeca, in Italia e nei Paesi Ue.

La sostenibilità è declinata su altri fronti?

Certamente. Oltre al progetto plant based, Geovita ha realizzato una serie di investimenti significativi, tra cui l'attivazione di impianti di co-generazione - grazie ai quali l'azienda ha ridotto in modo importante il proprio impatto ambientale - e la messa a punto di nuovi packaging, caratterizzati da un maggior utilizzo di carta e meno plastica.

Quali sono gli obiettivi per il prossimo futuro?

Continueremo a investire per rendere l'azienda più moderna ed efficiente. Lavoreremo verso una maggiore integrazione delle filiere, in modo tale da avere un sempre maggior controllo sul prodotto e sulla value chain. Proseguiremo verso la riduzione dell'impatto ambientale, con uno sguardo sempre attento all'evoluzione dei consumi.



Geovita presenta la nuova linea Planext, composta, ad oggi, da sei referenze: due creme spalmabili, tre alternative al pesce e l'uovo veg. Il progetto è stato presentato in anteprima al Cibus di Parma, il salone internazionale dell'agroalimentare (7-10 maggio), e al Plma - World of Private Label di Amsterdam (28-29 maggio).



Dal 1979 Geovita è uno specialista nella produzione e lavorazione di cereali, legumi e derivati.

I tuoi salumi con le fette agli occhi.
Dolcezza ed emozioni...
CON GLASBORD®
È IGIENE A PRIMA VISTA.



GLASBORD®
CON SURFASEAL®

Rivestimento con massima resistenza alle muffe e facilità di pulizia.

L'Unico e Originale Ambiente Sanificato.
Diffidate delle imitazioni!




**UNICO DISTRIBUTORE
UFFICIALE PER L'ITALIA**



 **FERBOX**
Prodotti e soluzioni per il freddo