

CONSUMI. In provincia di Verona si concentra il 70 per cento della produzione nazionale di lieviti da ricorrenza

Pandori e panettoni a Natale confermano i volumi del 2012

Gran concentrazione di vendite a ridosso delle feste, più che in passato. Soddisfazione di Bauli, Melegatti, Paluani e Dal Colle

Alessandro Azzoni

Panettone e pandoro non lievitano nei consumi ma tengono le posizioni dell'anno precedente, pur con una notevole concentrazione delle vendite a ridosso delle feste, molto più che in passato.

Forse di una tradizione ormai secolare e di un buon 65% delle famiglie italiane che per pranzi e cenoni spenderà la stessa cifra dell'anno scorso, anche in tempo di crisi i player veronesi dei dolci lievitati da ricorrenza mantengono un moderato ottimismo. «Rispetto al 2012 siamo in crescita nella produzione» commenta Alberto Bauli, quasi sorpreso per l'andamento della campagna produttiva 2013. «A dispetto di previsioni piuttosto pessimiste, notiamo un certo incremento dei volumi sostenuti soprattutto dalle politiche commerciali della grande distribuzione. Con i tempi che corrono non prevedo un au-

mento dei consumi, ma nemmeno un calo».

Il primo bilancio in casa Bauli è quindi positivo. Leader di comparto, grazie anche alla recente acquisizione di Bistefani, con il marchio Motta il gruppo di Castel d'Azzano ha portato oltre il 40% la propria quota di mercato nei lieviti da ricorrenza, con un fatturato che quest'anno raggiungerà il mezzo miliardo di euro grazie soprattutto alla notevole diversificazione di prodotti lievitati, croissanteria, biscotti e crackers.

Con una quota di comparto vicina al 15%, anche la Melegatti (seguita da Balocco con il 12% e da Maina con il 7%) ha di recente diminuito l'esposizione al mercato dei lieviti facendo scendere al 70% la quota di panettoni, pandori e colombe con l'acquisto della Marelli. Per Emanuela Perazzoli, presidente della storica azienda veronese, la stagione produttiva si chiude in crescita rispetto ad un 2012 che, al contrario, aveva risentito della contrazione dei consumi in misura più vistosa. «La stagione era inizia bene» afferma «grazie soprattutto alla visibilità data al prodotto dalla grande distribuzione. Poi il mercato si è sostanzialmente ingessato fino a metà di dicembre, quando gli ordini sono ripartiti su livelli soddisfacenti». Po-

Pandori, panettoni e colombe

Il mercato italiano dei lieviti da ricorrenza

Produzione totale dolci da ricorrenza	103 mila tonnellate
• di cui natalizi (pandori e panettoni)	88 mila tonnellate
Fatturato della produzione natalizia	circa 591 milioni
• di cui a Verona	400 milioni
Quota di fatturato dei lieviti nel comparto "forno"	19%
Crescita quantitativa tra il 2006 e il 2011	4%
Produzione nel 2012	-1%
Quota di export	9,5%
Addetti nazionali (fissi e stagionali)	circa 5 mila
Investimenti pubblicitari	75 milioni
Consumatori	18 milioni di famiglie

Dati: Aidepi

PIGIA

sitiva è la previsione sul fatturato che dovrebbe assestarsi sui 56 milioni. Buone prospettive anche per gli altri player veronesi come Dal Colle e Paluani, le cui quote di mercato oscillano fra il 3 e il 4%.

LA PRODUZIONE REGGE. In generale, dopo il marcato calo del 2011, la produzione natalizia di comparto del 2012 è stata in leggera flessione, con un calo di volume dell'1% e del 2% sui prezzi. I quantitativi sono stati pari a 87 mila tonnellate per un valore di 591 milioni di euro. È una performance tutto sommato positiva se paragonata ad altre categorie di largo consumo.

Nel veronese si concentra come noto il 70% della produzione nazionale di lieviti da ricorrenza: dai forni della provincia escono più 90 dei 130 milioni di pezzi tra pandori (il 33%), panettoni (il 50%), colombe e prodotti speciali grazie al lavoro di circa 3 mila ad-

detti fra fissi e stagionali per un totale di quasi 600 milioni di fatturato, cresciuto di oltre il 15% negli ultimi dieci anni. In lenta crescita sono i dati sull'export di prodotto, pari a circa il 10% del totale, diretto soprattutto in nord America, Germania e Russia. Un filone, quello del prodotto da vendere oltre frontiera, cui i produttori guardano con una certa attenzione anche per i maggiori margini che l'export concede.

Non è mancata anche quest'anno una certa tensione sulle materie prime, pur se in misura minore rispetto agli anni precedenti. «Da qualche mese i prezzi sono tutto sommato stabili, ma prodotti come il burro continuano a mantenere livelli di prezzo francamente elevati» conclude Emanuela Perazzoli «specie per "prodotti civetta" come i nostri, che la spesso la grande distribuzione tende a vendere ad un prezzo inferiore di circa il 20% rispetto a quello di costo».

I numeri

Li acquistano 17,8 milioni di famiglie

Pochi prodotti possono contare su un parterre di acquirenti come i lieviti da ricorrenza. Nel 2012 (dati Aidepi) le famiglie acquirenti sono state circa 17,8 milioni, con un acquisto medio di 3,5 chili di lieviti da ricorrenza per ciascuna. Quasi il 9% dei dolci natalizi acquistati nel 2012 era abbinamento a un altro prodotto dolciario (spumante, torrone, frutta secca ecc.), mentre il 78% ha preso la strada della grande distribuzione. I segmenti più dinamici sono quelli dei prodotti farciti e delle novità: è tuttavia in leggera crescita il panettone nella versione tradizionale (+1%), mentre si osserva una certa contrazione della tipologia «senza canditi». Ciò rivela un certo ritorno alla tradizione da parte del consumatore, pur con una crescita delle versioni farcite (+2,9%). Sostanziale stabilità, invece, per il pandoro tradizionale (+0,3%), mentre quello speciale scende dell'1,3% sul 2011. Tra i prodotti da forno, pandori, panettoni e colombe occupano il 14% per volume e il 19% per valore. Di tutta la produzione, la quota dell'export negli ultimi dieci anni è lentamente salita dal 5% circa del 2000 al 10% del totale. **AL AZ.**

CATEGORIE. Contro la «forma specifica»

Rc Auto, carrozzieri di Confartigianato in mobilitazione

Bissoli: «A Verona sono a rischio 400 imprese e 2.000 posti»

«Abbiamo chiesto l'eliminazione dell'obbligo del risarcimento in forma specifica e del divieto della cessione del credito contenuti nelle misure in tema di RC auto del Decreto Destinazione Italia, ma sembra che la volontà delle compagnie di assicurazione pesi di più. Non lo accettiamo e questa volta chiediamo a tutti i carrozzieri veronesi, di mobilitarsi per impedire che venga messa a rischio la libertà di scelta dei cittadini e la sopravvivenza delle nostre officine». Andrea Bissoli, presidente di Confartigianato Verona, ha annunciato così di aver inviato ai parlamentari veronesi una lettera per illustrare la gravità della situazione e si fa carico portavoce delle richieste della categoria.

«È stata proclamata la mobilitazione unitaria permanente delle carrozzerie italiane», afferma Massimo Speri, Presidente degli Autoriparatori di Confartigianato Verona, «e abbiamo spiegato il perché a centinaia di artigiani del settore della provincia di Verona all'Assemblea provinciale unitaria di Confartigianato, Cna e Casartigiani il 17 dicembre».

Alla serata è stata annunciata protesta del 15 gennaio a Roma. «Chiediamo a tutti i colleghi», dichiara Speri «di rimanere uniti e di seguire le modalità di adesione alla mobilitazione, che considereremo permanente fino a quando la nostra voce non troverà interlocutori disposti ad ascoltare». Nella lettera Bissoli scrive

che «con l'approvazione del Decreto Legge Destinazione Italia il governo sembra andare in direzione opposta rispetto alla libera concorrenza nel settore Rc auto e senza che ciò permetta di realizzare il tanto auspicato calo delle tariffe RC. Un provvedimento che, se confermato, sarà destinato a stravolgere le regole del risarcimento danni, mettendo in mano alle compagnie di assicurazione qualsiasi decisione su dove, come e a quale prezzo riparare il danno subito al proprio veicolo senza tener conto delle esigenze degli utenti-consumatori e della qualità del lavoro svolto».

In un simile scenario, temono i carrozzieri italiani, si rischia l'introduzione di una logica incentrata sul prezzo che potrebbe compromettere la sopravvivenza di migliaia di imprese. «A Verona», scrive Bissoli, «con le nostre 400 carrozzerie artigiane in cui trovano occupazione e reddito circa 2.000 persone, diciamo tre no». Il primo riguarda l'abolizione della cessione del credito, che oggi consente all'assicurato, in caso di sinistro, di non anticipare il costo della riparazione. Il secondo no riferito da Bissoli è al potenziamento dell'indennizzo in forma specifica attraverso la decurtazione del risarcimento dell'automobilista che sceglie di far riparare il danno in una carrozzeria di fiducia. Il terzo e ultimo no è riferito alla decurtazione dei tempi di prescrizione del diritto del risarcimento». ●

RETI D'IMPRESA. Il raggruppamento di pmi apre a Lombardia e Sicilia

Buon Gusto Veneto vuole diventare modello in Italia

Il consorzio, con sede a Verona, è partecipato da due service per marketing e internazionalizzazione

Buon Gusto Veneto, il marchio che si sono date un raggruppamento di piccole e medie imprese venete dell'agroalimentare, aggregate in rete da un anno e mezzo, tiene a battesimo Buon Gusto Lombardo e Buon Gusto Siciliano, oltre a proporre il proprio modello a tutte le regioni italiane, connotate da una radicata tradizione enogastronomica. Obiettivo, dar vita da gennaio al brand Buon Gusto Italiano. «Formalmente faremo nascere un consorzio al quale aderiranno tutte le reti d'impresa che si stanno costituendo su esempio di Buon Gusto Veneto», spiega Giancarlo Taglia, manager di rete. «La sede sarà sempre a Verona. Con il nuovo marchio cercheremo di penetrare i mercati internazionali, finora apprezzabili soprattutto dalle imprese medio-grandi».

Il consorzio sarà partecipato anche da Buon gusto communication e Buon gusto export, due service finalizzati alle operazioni di marketing e di inter-

nazionalizzazione. Ed inoltre da un servizio di coordinamento, da un altro di logistica con due piattaforme a Verona e Padova, strategiche soprattutto per raggiungere i mercati stranieri e da una società che sta sviluppando modelli di negozi in franchising e pianificando la valorizzazione di spazi aziendali.

«Per quanto riguarda le reti locali, abbiamo oramai completato la selezione delle aziende che entreranno a far parte delle aggregazioni lombarda e siciliana», prosegue Tagli. «Anche Puglia, Campania e Toscana stanno cercando di clonare la nostra esperienza. Vogliamo far crescere il progetto per portare anche i piccoli produttori di eccellenze alimentari italiane sul mercato interno ed estero». Intanto la rete veneta mette in calendario una scaletta fitta di appuntamenti ed iniziative per fare business e far conoscere il proprio marchio. «Fino al 7 gennaio, un periodo ad altissima intensità di acquisti, siamo tornati all'ipermercato Galassia con il nostro corner (Bgv è fino all'Epifania anche al villaggio di Natale Flover, partner dell'aggregazione, ndr)», prose-



Giancarlo Taglia

gue Taglia. Un'esperienza che ha un precedente lo scorso anno quando, sempre a ridosso delle Feste, in 50 giorni erano stati venduti prodotti per 70mila euro. «Quest'anno in 47 giorni calcoliamo una crescita a 100mila euro», dice. «Abbiamo inoltre concluso un accordo con Dhl per offrire alle 36 aziende aggregate condizioni di favore per le spedizioni e stiamo pianificando le modalità per varare il progetto di e-commerce, per l'acquisto dei prodotti Bgv e degli altri brand regionali dal nostro portale». Da marzo a giugno il corner al centro commerciale Galassia ospiterà a rotazione le aziende di Buon Gusto Veneto, Toscana, Sicilia, Campania, Lombardia. ● **Va.Za.**

LA SETTIMANA IN BORSA MERCI

Avicunicoli alla terza conferma consecutiva Giù i lattiero caseari

Antonio Cramer

Il vertice Wto, Organizzazione mondiale del commercio ha prodotto misure di facilitazioni «sburocraizzazione» degli scambi commerciali. Poco ma già qualcosa dopo anni di stallo. Solo alleggerimenti dei dritti di dogana sui dazi nel contesto del vincolo dell'unanimità dei 159 Paesi aderenti con interessi, visioni contrastanti, divergenti, diverse. Prevedibili accordi bi e plurilaterali nella cornice vigilante dell'organizzazione. I mercati sembra ne siano stati assenti. Da listini e mercuriali andamenti e variazioni differenziate.

Al **Cbot di Chicago**, riferimento internazionale, giornaliera variazioni altalenanti modeste, bilanci differenziati rispetto venerdì precedente. Future gennaio giovedì i semi di soia a 1327 cent bushel il riso grezzo a 15,36 cwt kg 50,802 in leggero calo da 1327,50 e 15,55.

Future marzo 2014, pure gio-

vedì i due grandi cereali si sono disuniti: il frumento tenero da 618,50 cent bushel da 60 libbre kg 27,2 a 610,25, granturco secco da 420,50 bushel da 56 libbre kg 25,4 a 430,50. **A Verona**, il listino Camerale riporta annotata diffuse conferme e pressoché ripartite variazioni positive e negative.

Gruppo Cereali. Frumenti teneri nazionali confermati 220-221 euro ton partenza varietà 3 fino, +1 euro 4 buono mercantile 215-217; estero ps 75-76 pure +1 euro 220-221; Northern Spring fermo 297-300 rinfusa porto sbarco. **Granturco** ibrido farinoso nazionale +2 euro 181-182 ton Verona; esteri +2 rinfusa arrivo 199-200; +1 porto 183-184. **Comparto risicolo** in buona vista e tenuta dappertutto e in particolare le tre varietà quota in loco; Arborio e similari resa 55-58 +10 e +20 euro Risone o Riso a 530-550 e 1170-1220; +20 e +40 Carnaroli resa 55-60 a 570-600 e 1280-1330; Vialone Nano +30 e 50 i due

tipi a 610-650 e 1410-1450 a Mantova sorpassati.

Produzioni oleose divise, differenziate. **Semi di soia** nazionali +3 euro 441-443 ton, esteri ogm -7 a 428-433; integrali tostati convenzionali e ogm stazionari 473-470 e 460-465; Cotone estero e Germe di mais invariati.

Oli di semi ribassi e conferme: tra i **grezzi** stazionari granturco da mulino e girasole, in calo -10 euro minimo di granturco da amideria forcella 740-750 -20 palma 705-710; -10 -5 soia convenzionale 730-735, ogm 725-730 tutti ton. partenza; **rafforzati alimentari** stazionari arachide, i due tipi di mais, girasole e vari, -10 e -5 euro i soia convenzionale e ogm 810-815 e 800-805 arrivo.

Oli oliva: invariati extravergine e rettificato sansa, -7 cent oliva 2,2-2,24 euro chilo. **Olive** produzione locale o italiana ferma, confermate da minori e maggiori rese.

Vini veronesi rossi di annata, bianchi, vendemmie 2011, 2012 e 2013, docg, doc, igt. e tavola bianco confermati.

Lattiero-caseari. Distinti. Invariati Grana Padano, Provoloone Valpadana e Monte Veronese dop tutte le stagionature, latte spot -15 e -25 italiano e da Germania Austria naturale curando 495-505 e 475-485 ton arrivo; -40 e -70 magro pastorizzato e panna centrifuga 280-290 e 2150-2180 40% materia fresca.

Mangimi uso zootecnico; ag-

gregato composto discreto tra conferme, aumenti, diminuzioni. **Attivi** tra derivati grano tenero +2 euro ton. crusca, cruschetto, tritello, farinaccio, +5 crusche pellettate di tenero e duro 158-159 ton. rinfusa arriani, mais +2 euro spezzati e farinati, 281-282 e 171-173; +10 glutine 955-960, in altre massimo 1000 ton derivati riso +2 mezza grana 350-390; farine estrazione: +20 colza ogm estera 320-325 arrivo, pannelli lino comune +5 a 477-488 rinfusa. **Passivi** farine estrazione girasole estera -5 233-235, soia -5 massimo della forcella nazionale e +5 minimo forcella 470-475; -2 proteica estera ogm 446-448. **Stazionari**, fieni e paglia imballati, farine vegetali disidratate e di estrazione girasole integrale, soia proteica e polpe bietola, melassa di canna, semole glutinate nazionale ed estera, pule di risi grana verde e farinaccio pannello di mais, farina di pesce e grassi animali, siero di latte.

Avicunicoli: terza conferma a tutto listino, normali, tradizionali delle festività, conigli e uova fresche. **Suini.** Modeste variazioni. **Vita ristallo** +6-5 e 4 cent chilo lattonzoli da 15 e 25 di peso e magroncelli di 30 a 3,77-3,65 e 2,2 euro chilo franco allevamento. Stazionari magronni di 40-50 e 65 razza pregiata pronta consegna.

Grassi, maturi 1,2 cent capi 146-160 di peso 1,43 euro chilo, -4 euro 161-180 e oltre 180 a 1,53 e 1,49 pesa più vicina.