

DOPO 70 ANNI LA PRODUZIONE DEI DOLCI TRADIZIONALI
 SARÀ IN CITTÀ. INVESTIMENTO DA 5 MILIONI DI EURO

di **Pino Di Blasio**

FIORE RIPORTA I RICCIARELLI NEL NUOVO STABILIMENTO DI SIENA

C'ERA UN TEMPO in cui i giovani senesi si pagavano le vacanze o gli studi andando a lavorare nella stagione delle feste nelle industrie dei dolci senesi. In inverno a Siena l'aria sapeva di mandorle, canditi e zucchero a velo, tra i marchi di panforte e ricciarelli, come Fiore, Nannini e Pepi, dominava Saporì, per fatturati e notorietà. Lo spot 'Chi dice Palio dice Siena, chi dice panforte dice Saporì' era uno dei jingle che rimbalzavano più nella testa, quel marchio supportava anche la Mens Sana nel campionato di serie A di pallacanestro, dove dava battaglia, spesso vincendo, con le grandi squadre del Nord.

Erano gli anni Settanta e Ottanta, il fatturato dei dolci senesi, una nicchia del mercato italiano e straniero, superava i 100 miliardi di lire, concentrati a Natale e Pasqua. Poi i consumatori cambiarono gusti, le aziende senesi cambiarono proprietà e il declino di quei brand che contribuirono ad arricchire Siena, sembrò inarrestabile. Il grande stabilimento della Saporì, nella semicentrale via Cavour a Siena, fu trasformato in appartamenti di pregio e l'aria in città non profumò più di mandorle e canditi. Questo fino a ieri, per-



I PRIMI RICCIARELLI

Il capo pasticcere della Fiore, Roberto Lazzereschi, offre al sindaco di Siena Luigi De Mossi, i primi ricciarelli prodotti nel nuovo stabilimento inaugurato dall'azienda con un investimento di 5 milioni di euro

ché Fiore, uno dei brand storici dei dolci senesi, dopo 70 anni in altre sedi, ha aperto un nuovo stabilimento a Siena. Un investimento di 5 milioni di euro, non per le infrastrutture, perché quegli spazi, un tempo sede dei mercati generali, sono del Comune e l'azienda paga un affitto di 240 mila euro l'anno. Oltre 3mila metri cubi di linee produttive, divise in due settori: uno più industriale per ricciarelli e panforti, sfornati al ritmo di 4mila ogni due ore. L'altro artigianale dove Dolcezze Savini, il gruppo fiorentino che ha rilevato la Fiore, sforna i biscotti e gli altri dolci tipici. Prossimamente si aggiungeranno altri 500 metri cubi per uffici e spaccio aziendale.

«**L'obiettivo** - spiega l'amministratore delegato di Dolcezze Savini e Fiore, Gabriele Filippini - è raggiungere un fatturato di 10 milioni di euro in due anni. Nel nuovo stabilimento lavoreranno 80 dipendenti, stagionali compresi. Saranno una cinquantina quelli fissi. La Fiore torna a produrre a Siena dopo 70 anni e questo dà più forza al marchio Igp di panforte e ricciarelli. Perché siamo l'unica azienda con lo stabilimento in città, a parte i laboratori artigianali». Al taglio del nastro c'erano tutte le autorità senesi, dal sindaco Luigi De Mossi al prefetto Maria Forte. «La scelta di Fiore è un onore per la città di Siena - ha detto il sindaco - ed è la prova che l'innovazione tecnologica può andare a braccetto con la tradizione. È uno degli investimenti promettenti per Siena, dall'agroalimentare alla farmaceutica, che può riconvertire l'economia».

I 10 milioni di fatturato della Fiore sono una tappa di avvicinamento all'epoca d'oro dei dolci senesi. «Non sarà facile recuperare il gap - spiega l'ad Filippini - e lo dico con cognizione di causa, essendo stato fino a tre mesi fa presidente del Consorzio Ricciarelli e Panforte. Oggi i fatturati sono dimezzati, siamo attorno ai 30 milioni di euro. Non è una questione di gusti, di ricciarelli che sono passati di moda. Al contrario, solo che

GABRIELE FILIPPINI, AD DI DOLCEZZE SAVINI E FIORE

«L'obiettivo è raggiungere un fatturato di 10 milioni di euro in due anni. Tornare a produrre a Siena anni dà più forza al marchio Igp di panforte e ricciarelli»

non si investe in promozione e pubblicità. Da trent'anni non c'è un'azienda senese nelle fiere internazionali dei dolci e della pasticceria, noi siamo tornati a Colonia lo scorso week end. Avere l'Indicazione Geografica Protetta è sicuramente importante, per i dolci senesi, ma devi supportarla con campagne di marketing efficaci. Le storiche pubblicità televisive di decenni fa oggi non sono più possibili, perché le aziende non hanno mezzi finanziari sufficienti. Servirebbero gli aiuti dalla Regione su progetti ben definiti. Intanto la Fiore è tornata a produrre a Siena. E lavoreremo affinché il nostro investimento sia redditizio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA STRATEGIA

«INVESTIRE SULLA PROMOZIONE IGP»

Gabriele Filippini, ad di Dolcezze Savini e Fiore, insiste nell'investire in promozione,



anche con cartelli all'ingresso di Siena, città del ricciarellino e panforte Igp. «Ma ti chiedono 20mila euro l'anno, eppure l'Igp è di Siena, ed è l'unica città che ha due produzioni protette, tre se aggiungete anche il cantuccino toscano».