

Taglio del nastro Guido Barilla con Mario Monti all'inaugurazione dello stabilimento di Rubbiano. Sotto, le linee produttive



Alimentare Gli investimenti dei big e i successi dei piccoli produttori

Agroindustria a tutto export

Uno stabilimento costato 40 milioni. Per riportare a casa la produzione di sughi, dopo decenni di partner esterni. È l'ultima scommessa accettata dal gruppo

Barilla, che ha appena inaugurato una nuova fabbrica a Rubbiano, in provincia di Parma, che darà lavoro a 120 addetti. «Il nostro è un messaggio di fiducia nel futuro», spiega il presidente Guido Barilla, «andiamo avanti, andate avanti, con coraggio».

Rappresenta la dimostrazione che è possibile investire sulla qualità in Italia con un'ottica internazionale». Per vendere i sughi prodotti a Rubbiano, con materie prime perlopiù italiane (il 74% del totale e il 100% di formaggio e basilico), la maggiore multinazionale agroindustriale tricolore punterà soprattutto all'estero, fino a Brasile e Cina. Con 13 mila dipendenti sparsi in 41 siti produttivi (di cui 13 in Italia), un fatturato di 3,9 miliardi, 2,5 milioni di tonnellate di prodotti esportati in oltre cento Paesi, nell'immaginario non solo italiano Barilla è il simbolo dell'agroalimentare dell'Emilia-Romagna, un autentico giacimento nazionale che sta dribblando anche la crisi economica e il devastante terremoto che ha colpito la regione a maggio.

Nel 2011 il comparto agroalimentare dell'Emilia-Romagna ha realizzato un

fatturato di 26,2 miliardi, in leggera crescita rispetto all'anno precedente. Limitatamente al settore agricolo la produzione lorda vendibile è stata di 4,3

miliardi, in crescita di poco meno del 2% nei confronti del 2010. Ma significativo è soprattutto il dato delle esportazioni, che nei primi sei mesi del 2012 sono salite del 6%. A trainare questi risultati, sul fronte dell'agroindustria, sono prima di tutto i grandi gruppi: oltre a

Il comparto ha fatturato lo scorso anno 26,2 miliardi. Export su del 6% nei primi sei mesi del 2012



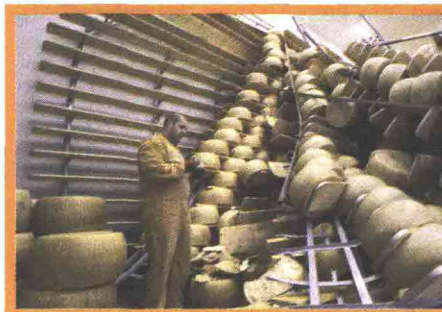
Cremonini, Conserve Italia, Granarolo, Ferrarini, Grandi salumi italiani, Parmalat. Non tutti se la passano benissimo. Dopo la crisi in cui l'aveva condotta la famiglia Tanzi e dopo essere stata risolta dall'amministrazione straordinaria Parmalat, andata ai francesi di **Lactalis**, si è vista prima sottrarre la cassa per acquisizioni all'estero (perlomeno secondo le accuse dei soci di minoranza), e ora vede ridimensionato il proprio ruolo nel nostro Paese. Viceversa procede senza soste la crescita del gruppo Cremonini, 12.500 dipendenti, un fatturato di 3,3 miliardi (per il 35% frutto dell'export), tre aree di business (produzione, distribuzione e ristorazione), leader in Europa nella ristorazione a bordo treno. Significativo è l'impegno del gruppo nell'innovazione e la ricerca: il premio Montana (150 mila euro di dotazione) quest'anno è stato assegnato alla ricerca

DOSSIER

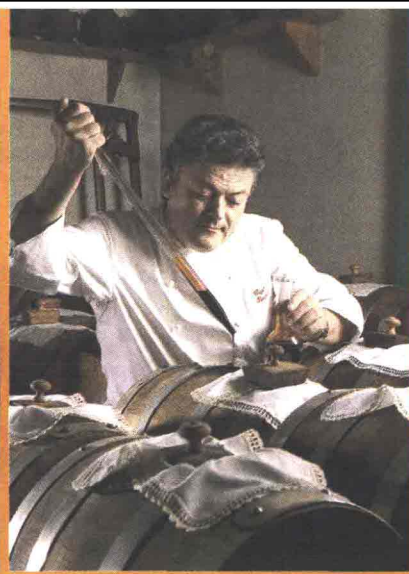
EMILIA-ROMAGNA

**Aiuti Il Parmigiano
«terremotato» e un'acetaia
nel Modenese**

su alimenti per i celiaci. Molto rilevante è il ruolo della cooperazione, con marchi quali **Granarolo** e **Valfrutta**. Anche se, assicura una ricerca curata da Nomisma per il salone del vino e del prodotto tipico emiliano Enologica, il ruolo socio-economico della cooperazione nel sistema agroalimentare regionale non sembra pienamente percepito dai consumatori. Grandi e piccole aziende, cooperazione e artigiani, però, sono accomunati dalla percezione di un alto livello dei prodotti emiliani: per Nomisma il 48,9% degli italiani li considera migliori degli altri, il 48,6% uguali, solo lo 0,2% peggiori. Questa considerazione se la sono, di certo, conquistata le singole imprese, produttori come **Latteria di montagna Mathilde** per il Parmigiano Reggiano, **Bedogni** per il prosciutto, **Borgo del Balsamico** per l'aceto. Imprese che non si accontentano dei prodotti tradizionali, ma immettono sul mercato anche interessanti novità: **Bonfatti**, famosa per la mortadella, attraverso la controllata Negrini ha lanciato il Gagliardo, manzo arrosto con meno del 3% di grassi. Ma una fetta di merito importante va attribuita ai consorzi di garanzia, che, con la loro azione tecnica e di lobbying, ora stanno contribuendo a risollevarli i produttori danneggiati dal terremoto dello scorso maggio, che ha provocato al settore danni calcolati in 2,3 miliardi. «Per quanto ci riguarda», rivela Riccardo Deserti, dg del consorzio Parmigiano



Reggiano, che vale 3,2 milioni di pezzi, un fatturato di 1,9 miliardi e 20 mila addetti, «il danno è stato quantificato intorno ai 100 milioni, di cui i due terzi derivati da forme danneggiate. Nel dramma è emerso il valore della nostra reputazione. Il 27 ottobre abbiamo chiesto ai circa 200 mila amici di Facebook di organizzare una cena a base di Parmigiano Reggiano; ebbene, ce ne sono state 6 mila nel mondo con 25 mila partecipanti. Ma se i risarcimenti non arriveranno in tempo, diverse aziende rischiano di fallire». Un altro settore trainante è quello del prosciutto, prodotto solo da suini pesanti padani perlomeno di nove mesi e 160 chili, alimentati con prodotti vegetali tranne la farina di pesce nei primi tre mesi, stagionati in un ristretto territorio della provincia di Parma, che vale 900 milioni di giro d'affari, con 1,2 milioni di pezzi venduti all'estero. Purtroppo alcune regole in discussione a Bruxelles, se non



modificate, in futuro potrebbero alterarne alcune caratteristiche.

Un altro comparto che ha subito ingenti danni dal terremoto è quello dell'aceto balsamico, oltre 500 milioni di fatturato complessivo. «Tra le aziende che producono Aceto balsamico di Modena la più danneggiata è stata la mia, ma ci siamo subito rimessi al lavoro», sottolinea Cesare Mazzetti, titolare di **Acetun**, presidente del Consorzio Aceto balsamico di Modena e consigliere del Consorzio di tutela dell'Aceto balsamico tradizionale, «mentre hanno subito danni molto più gravi i produttori del tradizionale, in quanto le loro acetaie erano perlopiù nei sottotetti di vecchie case, in genere molto colpiti dal sisma, e di conseguenza hanno perso aceto che magari invecchiava da lustri». Negli ultimi anni l'Emilia-Romagna si sta facendo valere anche nella produzione vinicola. L'azienda agricola **Folicello** di Castelfranco Emilia già dieci anni fa ha cominciato a battere la strada del biologico e oggi produce Pignoletto e Lambrusco senza solfiti e succo d'uva biologico molto ricercati. L'**Ariola** di Marcello Ceci è entrata addirittura nel gotha internazionale: il suo Lambrusco Marcello Gran Cru è stato incoronato miglior vino italiano da Luca Maroni, miglior vino italiano per rapporto qualità/prezzo dal Gambero Rosso e miglior rosso mosso al mondo all'International Wine Challenge di Londra. A trainare il boom dell'export vinicolo, cresciuto del 16% nei primi sei mesi del 2012, sono state però soprattutto le aziende cooperative.

Pietro Romano

Conad La catena fattura in regione 2,2 miliardi. E ora dà una mano Distribuzione cooperativa e solidale

In Emilia Romagna, dove è nato cinquant'anni fa a Bologna, **Conad** è protagonista del mercato distributivo con tre cooperative: Commercianti indipendenti associati, Conad Centro Nord e Nordiconad. Con 367 punti vendita in regione e un fatturato di 2,2

miliardi di euro, Conad è una tra le poche catene distributive che continua a crescere, in controtendenza rispetto al mercato. Da sempre sensibile al dialogo con i soci imprenditori e con i clienti, l'insegna dedica attenzione anche alle necessità delle comunità in cui opera e alle

attività solidaristiche, come nel caso del terremoto dello scorso maggio. Oltre alla raccolta fondi a cui hanno partecipato i dettaglianti delle tre cooperative, il gruppo ha partecipato all'organizzazione della «Partita del cuore» che si è giocata l'1 novembre a Carpi.

P.R.