

LA NUTELLA E LA DISFIDA DELLE CREME

Stefano Parola

La sfida al colosso Nutella è lanciata. Ed è una partita che si gioca tutta in Piemonte. Nutkao di Govone, produce per Barilla la Pan di Stelle e a Novi Ligure, la Novi da due anni sta puntando forte sulla sua crema spalmabile con ottimi risultati. Nutella però sembra imbattibile sul mercato: ha il 90% delle vendite.

pagina XI

L'analisi Una sfida tutta piemontese

Nutella, Pan di Stelle, Novi la guerra delle creme da spalmare

Lo storico prodotto Ferrero controlla il 90% del mercato, Barilla prova a insidiarla tramite l'albese Nutkao. E tra i due litiganti spunta la Elah

STEFANO PAROLA

Da un mese e mezzo c'è un "buco" negli scaffali dei supermercati. Quasi sempre, nei punti vendita rimane solo l'etichetta, "Crema Pan di Stelle", ma manca il prodotto. La nuova crema spalmabile della Barilla è stata lanciata dopo l'Epifania e ancora oggi si fatica a trovarla nei supermercati. «Guardi, è finita dieci giorni fa, ma dovrebbe arrivare a breve», spiegano in un minimarket Pam di Torino. «Qui non c'è, ma l'altro giorno l'ho vista nel punto vendita di piazza Derna», assicura un commesso del supermercato U2. Mercoledì l'azienda si è nuovamente scusata sui social network: «Grazie a voi sognatori la nostra novità stellare finisce alla velocità della luce». La sfida al colosso Nutella è lanciata. Ed è un derby tutto piemontese. A produrre la crema Pan di Stelle è infatti la Nutkao di Govone, vicino da Alba. E proprio nella capitale delle Langhe c'è il quartier generale della Ferrero, dove 4.400 addetti producono Rocher, Tic Tac, Estathè ma anche alcuni formati del celeberrimo dolce

inventato da Pietro Ferrero. Insomma, buona parte delle braccia che rendono possibile questa battaglia sullo scaffale sono racchiuse in una dozzina di chilometri. Se poi si allarga la visuale di 80 chilometri, ecco spuntare il terzo incomodo: la Novi di Novi Ligure, che da due anni sta puntando forte sulla sua CremaNovi, con ottimi risultati. Attenzione, però: la lotta è impari. Perché il colosso Nutella è imbattibile. La sua quota di mercato in Italia si aggira attorno al 90 per cento. E questa sproporzione tra le fazioni in campo si nota pure sugli scaffali dei supermercati, dove le fila di barattoli Ferrero occupano quasi tutto lo spazio delle creme alla nocciola, mentre ai concorrenti viene dedicata qualche nicchia. Nessuno, per ora, è mai riuscito a impensierire il mito Nutella, che non solo è un prodotto conosciuto da chiunque, ma continua pure a godere di un rapporto qualità-prezzo inavvicinabile. Barilla ci sta provando puntando sulle potenzialità del suo "Pan di Stelle" (uno dei biscotti più famosi d'Italia) e sulla sua capacità di far

arrivare i prodotti ovunque. L'azienda emiliana però ha evitato investimenti diretti, cioè non ha allestito una sua linea di produzione, bensì ha affidato la lavorazione alla Nutkao, azienda fondata 35 anni da Giuseppe Braida, oggi controllata all'80 per cento dal fondo italiano White Bridge Investments. È una realtà che fattura oltre 130 milioni l'anno, con 220 addetti specializzati nella produzione di creme alla nocciola vendute soprattutto come "private label", cioè con i marchi dei supermercati. Barilla però ha creato una ricetta diversa: la sua crema contiene una granella di biscotti. È una scelta coraggiosa, come racconta un manager del settore dolciario, che chiede di restare anonimo: «La maggior parte delle persone spalma questi prodotti sul pane. Funzionerà anche con i biscotti sbriciolati dentro? È un grande punto interrogativo». Un altro dilemma riguarda il cosiddetto "effetto wow", cioè la grande curiosità che la "Pan di Stelle" ha generato: quanto durerà? Non è escluso che dietro alla difficoltà di trovare i barattoli nei supermercati si celi

un tentativo di mantenere viva la curiosità il più a lungo possibile. Sarà il mercato a decidere. Novi (gruppo Elah-Dufour) ha dimostrato che il gigante Nutella può essere scalfito, puntando però su un prodotto di fascia superiore, anche come prezzo. La CremaNovi è composta al 45 per cento da nocciole italiane e non ha grassi aggiunti. L'azienda di Novi Ligure la produce da 50 anni, ma dal 2016 ha deciso di spingerla con la pubblicità. Il risultato è che oggi le vendite di CremaNovi valgono il 4,7 per cento del mercato italiano. Non male in un Paese in cui nove famiglie su dieci vogliono la Nutella e nient'altro. Questa sfida a tre, comunque, fa sorridere i coltivatori, come racconta Mauro Forneris, tecnico della Coldiretti di Cuneo: «Ben venga un aumento della richiesta di nocciole piemontesi, anche se l'andamento del mercato oggi dipende molto dalla Turchia, il più grande produttore al mondo, che detta la linea anche sulle quotazioni. Il Piemonte però può rispondere con un prodotto di qualità, che gode di indicazione geografica protetta, apprezzato da Ferrero e Novi, ma pure da altre realtà come la Loacker».



La sfida

Sopra, i barattoli delle tre creme concorrenti. Qui, lo stabilimento Nutkoo. A destra, l'ingresso della Ferrero