



MARCO BECCARI

★ **La Vittoria di Bakery**
Crescita per linee esterne per Bakery, che in settembre ha ufficializzato l'acquisizione di Vittoria, azienda di Fermo (Ap) specializzata in basi per pizza e focacce in teglia di alta qualità. Vittoria diventerà ora Bakery Food Srl e sarà interamente controllata dalla società di Cesena. "Questo accordo – dichiara **Marco Beccari, ad di Bakery** – ci consentirà di offrire, da subito, una gamma molto più ampia e altamente qualificata di prodotti: non solo pane parzialmente cotto e surgelato, ma anche snack, pizze e focacce". Bakery è nata nel 2004 per la produzione di prodotti da forno – pane e focacce – parzialmente cotti e surgelati. Oggi è una realtà con circa 50 addetti e presente in tutta Europa nei diversi canali di vendita, dai supermercati alla ristorazione. Il 20% circa della produzione è destinato all'esportazione, in particolare in Gran Bretagna, Francia, Spagna e Paesi Scandinavi. In base alle stime attuali, l'azienda dovrebbe chiudere il 2009 con un fatturato di 10 milioni di euro. **M.T.M.**

QUATTRO LE REFERENZE ALL'ESORDIO, CON UN TARGET DI CINQUE MILIONI DI PEZZI VENDUTI

Alleanza per la pizza 'griffata'

Roncadin produce, Righi distribuisce, quattro brand del food ci mettono il nome: nasce all'insegna del comarketing la linea Le firme del gusto

Un'inedita alleanza di comunicazione e marketing, che coinvolge quattro celebri marchi del made in Italy, e un progetto di rilancio industriale di un sito produttivo uscito da un dissesto economico finanziario sono gli ingredienti della nuova pizza surgelata nata dall'accordo tra Righi di Reggio Emilia (gruppo Royal Wessamen) e la famiglia Roncadin. La linea Le firme del gusto annovera quattro differenti farciture 'griffate' da Auricchio (provolone), Beretta (prosciutto cotto), Nostromo (tonno) e Wüber (wurstel),

marchi ben in vista sulle confezioni ad accrescere il valore delle singole referenze. L'alleanza è inusuale in Italia: sei aziende coinvolte, seppur a vario titolo, costituisce un record per il settore agroalimentare, dove si naviga spesso in solitario, e rappresenta in un certo senso una rivale tricolore verso il leader del mercato, la tedesca Cameo. Righi si occuperà della commercializzazione in Italia, sfruttando la forza vendita già esistente, mentre la produzione sarà

concentrata a Meduno (Pn), utilizzando un forno a legna e un nuovo brevetto Roncadin per la spianatura, in una linea da 6mila pizze l'ora su due turni. "Per i 12 mesi termi-



nanti a novembre 2010 – spiega **Dario Roncadin, amministratore delegato di Roncadin** – abbiamo un target di cinque milioni di pizze prodotte. Lo abbiamo alzato dai tre milioni iniziali dopo aver visto la risposta di alcune tra le maggiori catene della gdo, come Coop e Conad. Intendiamo raggiungere gradualmente il 43% di ponderata, che salirà al 60% per la pizza che dopo un congruo numero di mesi risulterà la più venduta". I primi rumors danno una preferenza, in fase di prenotazione, per la pizza targata Auricchio, ma è presto per trarre conclusioni. L'idea sembra trovare comunque apprezzamento, tanto che sarebbe in preparazione una focaccia in collaborazione con uno dei marchi di Grupo Sos (Bertolli o Carapelli).

Alfredo Faieta

E Meduno cerca il rilancio

➔ **RITORNATO ALLA FAMIGLIA RONCADIN DOPO UNA BATTAGLIA A COLPI DI RILANCI CON CAMEO, lo stabilimento di Meduno, ex Arena e Foodinvest (Gruppo Malavolta), ha ripreso a produrre con 130 dipendenti su due turni da sei ore. L'accordo con il tribunale prevede che entro il 2010 i dipendenti debbano salire a 200, pena il pagamento di una penalità. "Il 2009 – spiega **Dario Roncadin** – dovrebbe chiudersi con 18 milioni di pizze prodotte, mentre il 2010 potrebbe essere**

l'anno del superamento dei 30 milioni di pezzi, grazie anche a un accordo con una società spagnola che in tre anni potrebbe assicurarci 15 milioni di pezzi. Nell'arco di un quinquennio vorremmo arrivare a produrre 100 milioni di pizze. Un traguardo piuttosto ambizioso, ma non irrealizzabile alla luce del consumo di pizze surgelate in Europa". Nel 2004, quando passò di mano ad Arena, lo stabilimento produceva 47 milioni di pizze, scese a 32 milioni al momento del fallimento di Foodinvest. **A.F.**

