

29 novembre 2012

Nord-Est. Quattro grandi marchi riuniti in un convegno da Pasta Zara

## La nazionale del food veneto all'attacco sui mercati esteri

VENETO



Barbara Ganz  
TREVISO

La pasta, il pane, il formaggio. La nazionale del food veneto, quella che cresce nonostante la crisi, e che vince - soprattutto - all'estero. I protagonisti - Giovanni Rana, Giuseppe Da Re presidente della Da Re che produce i Bibanesi, Luigi Lazzarin di Latterie Montello e Antonio Bortoli, direttore generale Lattebusche - si sono dati appuntamento ieri nella sede di Pasta Zara, Spa che nei tre stabilimenti (in Veneto, Friuli-VG e Brescia) fattura 220 milioni e produce per 101 Paesi, con una quota di export superiore al 90 per cento.

Con loro i consulenti di PwC, a tracciare le linee dello sviluppo futuro, «perché il settore retail sta cambiando, e

sempre più occorrerà cambiare il proprio modello di business, prepararsi a un mercato multicanale senza più barriere fra fisico e virtuale, innovare in offerta, packaging, contenuti, porzioni», ha detto Erika Andreetta della società di revisione. Per Giovanni Rana, a capo

### LA TESTIMONIANZA

Giovanni Rana: abbiamo investito 60 milioni nello stabilimento Usa, ora studierò l'inglese per gli spot in America

di un'azienda da 400 milioni di fatturato «abituata a crescere a due cifre, ma che quest'anno si limiterà a una» l'orizzonte è la produzione direttamente nei mercati in crescita: «Abbiamo già investito 60 milioni nello stabilimento americano, la nostra pasta ha una durata limita-

ta, impensabile trasportarla per nave facendole perdere freschezza. Abituato a metterci la faccia, studierò l'inglese per gli spot destinati al pubblico Usa». Qualità e passaggio generazionale riuscito sono le parole chiave per Da Re, che con i suoi Bibanesi «pane croccante, non grissini», spiega - progetta un nuovo stabilimento a Godega di sant'Urbano. Latterie Montello, che produce gli stracchini del Nonno Nanni dal 1947, con un monoprodotto impiega 250 persone e fattura 100 milioni: «Un altro esempio di passaggio generazionale sulla carta non facile, ma riuscito», sottolinea Ferdinando Azzariti, presidente del Salone d'impresa e organizzatore della giornata. Silvia Lazzarin è infatti una degli otto nipoti - sei sono donne - che ricoprono i diversi ruoli, dal commerciale al legale al marketing, nell'impresa fondata dal nonno. «Arriviamo nei mercati vicini, come

Austria, Belgio e Germania, ma la prospettiva di produrre all'estero nel nostro caso presenta più costi che vantaggi - spiega Luigi Lazzarin -. Quanto all'Italia, la grande distribuzione fa più un ragionamento di prezzo che di qualità». Una considerazione comune agli altri operatori, insieme alla penalizzazione che deriva dalla mancanza di una catena distributiva italiana capace di reggere il confronto con le sigle francesi e tedesche. Scaffali veneti per prodotti locali, insomma, come nel progetto - mai realizzato - studiato in Regione alcuni anni fa. Il futuro sono le logiche di rete, i consorzi per la promozione sul modello di Agrifood e le aggregazioni, come quelle che hanno consentito a Lattebusche - «cooperativa con logica aziendale», dice il dg Bortoli - di crescere e di puntare a mercati nuovi come Arabia ed Egitto. Fra i presenti, Da Re è appena rientrato dall'Africa, il padrone di casa Furio Bragagnolo da Tel Aviv, Rana dagli States: anche questo un segno del cambiamento di realtà a matrice tradizionale e familiare, ma che scommettono sull'export.

© RIPRODUZIONE RISERVATA  
@Ganz24Ore