

ECONOMIA

EUROSTAT
Agricoltura,
Lombardia
sul podio Ue



La Lombardia sul podio europeo delle regioni a maggiore produzione agricola. I dati Eurostat evidenziano per il 2022 una produzione agricola nell'area Ue per 524 miliardi di euro, di cui il 55% riferibile ad aree coltivate, il 40% a produzione animale e un 5% da servizi agricoli. In testa l'Andalusia in Spagna (16 miliardi), seguita dalla Bretagna in Francia (11 miliardi), dalla Lombardia (10 miliardi).

SOTTO L'ALBERO Vendite attese in crescita del 4% ma Bauli punta alla doppia cifra. Vergani resiste alla corte dei fondi

Dolce Natale per i signori del panettone

Laboratori al massimo anche per il pandoro grazie all'export letteralmente esploso

Camilla Golzi Saporiti

■ Inizia a «lievitare» il mercato dei panettoni e dei pandori. Manca ancora quasi un mese a Natale e già ordini e richieste superano i livelli registrati tra fine novembre e inizio dicembre dell'anno scorso. I big del settore - da Motta a Bauli, da Maina a Le Tre Marie, a Paluani - dichiarano di essere partiti in anticipo quest'anno e con il piede giusto. «Siamo fiduciosi nelle previsioni di crescita del mercato, che continuerà a espandersi. Ci aspettiamo un incremento delle vendite a volume e a valore a doppia cifra; i primi dati dei mercati sembrano confermare questa tendenza» dichiara Fabio Di Giammarco, ceo del gruppo Bauli. Soddisfatti, i signori di panettoni e pandori non si fermano, consapevoli che adesso entrano nel clou della partita e si giocano il business dell'anno. Per cui spingono l'attività nei laboratori al massimo, con lo scopo non solo di accontentare l'elevata domanda, ma anche di rispettare la puntualità delle consegne per avere vendite certe e scongiurare la minaccia dell'invenduto.

Allo stesso modo dei colossi dolciari industriali si muovono anche pasticcerie e forni artigianali, già presi d'assalto da fiumi di lungimiranti golosi. Nonostante il rincaro dei prezzi, dovuto alle cifre alle stelle delle materie prime, con burro (11 euro al chilo, record storico) e cacao in pole position - «aziende e distribuzione stanno cercando di reagire per calmiare gli effetti di questi

aumenti» rassicura Di Giammarco - i consumatori a panettone e pandoro non rinunciano.

Insomma, se chi ben comincia è a metà dell'opera, per il comparto dei dolci protagonisti delle feste si preannuncia un'annata con il segno positivo. Le previsioni stimano un incremento delle vendite del 4% per i tradizionali, del 2% per i

farciti e, in generale, un'ulteriore crescita del business dei lievitati. Pare proprio che nella sfida tra panettone

e pandoro non ci sia perdente, ma ci siano solo vincitori. Tutti li vogliono (in tavola a Natale), tutti li cercano, ogni

anno di più. A confermarlo, i dati raccolti da Unione Italiana Food: nel 2023 la produzione di panettone ha toccato 37.647 tonnellate, in crescita del 3,5% rispetto al 2022, e un valore di 237,9 milioni di euro (+6,5%), mentre la produzione di pandoro ha raggiunto le 32.073 tonnellate (+4,1%), con un valore di 165,2 milioni di euro (+5,9%).

Numeri che fanno volare il «panettùn» meneghino nel mondo. Sempre dall'indagine di Unione Italiana Food emerge che il panettone cresce anche all'estero. Soffice, gustoso, classico o farcito, biologico o gourmet, vegano o gluten free, poco importa la declinazione, traina l'export: nel 2023 ha raggiunto il 19% della produzione, per un valore di 112 milioni di euro.

Ad accogliere la dolce guest star Made in Italy a braccia aperte e tagliarla con cioccolata calda o crema di mascarpone alla mano, Francia, Germania, Belgio, Regno Unito e Svizzera in Europa; Stati Uniti, Canada, Australia, Brasile e Argentina al di fuori del Vecchio Continente. Gira e rigira, conquista tutti. E di questo è fiera Milano, città natia del panet-

tone e di quella ricetta tradizionale che la famiglia Vergani protegge e tramanda. Con un fatturato in crescita del 500% negli ultimi dieci anni, l'azienda fondata nel 1944 da Angelo Vergani in una bottega dietro viale Monza, zona nord-est di Milano, è l'unica e ultima ditta meneghina del panettone. A differenza di tanti nomi storici, che nel tempo hanno ceduto alle avances di fondi e investitori - a partire da Marchesi 1824, entrata nell'orbita di Prada nel 2011, per arrivare a Cova, passata nelle mani francesi LVMH nel 2013 - Vergani tiene stretto il comando da quattro generazioni. Adesso alla guida ci sono i cugini Lorella e Stefano Vergani, bisnipoti del patron Angelo, che, con un occhio alla tradizione e l'altro all'innovazione, conducono l'attività. Attività che, insignita nel 2014 del prestigioso Ambrogio d'Oro, ruota attorno a una produzione di 10mila panettoni al giorno, a un fatturato a fine 2023 di 18 milioni di euro e a ottant'anni di storia aziendale che si rinnova di Natale in Natale. «Stare al passo con i tempi significa migliorarsi senza perdere di vista la storia del nostro panettùn, che oggi come una volta richiede tre giorni di lavorazione, lievito madre naturale legato in un telo e rinfrescato tre volte al giorno e ingredienti di prima qualità» afferma Stefano Vergani, svelando i segreti del mestiere. «Oggi però si declina in un centinaio di ricette per seguire, con dolci chicche e deliziose farciture, trend e palati».



Di Giammarco



Vergani

19%

Nel 2023 le esportazioni di panettoni e pandori hanno raggiunto il 19% del totale della produzione, per un valore di 112 milioni di euro

403

Nel 2023 la produzione complessiva di panettoni e pandori ha superato le 69.700 tonnellate toccando un valore congiunto di oltre 403 milioni di euro

+500%

La Vergani, fondata nel 1944, è ormai l'unica produttrice milanese di panettoni ancora controllata dai fondatori. Negli ultimi 10 anni l'azienda ha visto i ricavi crescere del 500%

Libere Opinioni

di Pompeo Locatelli

Unicredit-Bpm, la politica resti ai margini

Una considerazione l'annuncio dell'offerta di scambio di Unicredit su Banco Bpm. E riguarda il ceo di Unicredit, l'intraprendente Andrea Orcel, banchiere che ha nel suo storico un certo numero di operazioni, alcune definibili come azzardi. Per venire alle ultime sue due mosse, dapprima l'offensiva sulla tedesca Commerzbank e

ora l'attacco a Banco Bpm, le ritengo tipicamente mercantili. Perciò il governo non dovrebbe indursi per il suo attivismo a meno che non si consideri la libertà di mercato un optional. D'altronde, per valutare la liceità delle sue mosse ci sono gli organi di vigilanza. Per il resto, viva il mercato. I poli e le fusioni, se vanno in porto, si formano; ed è

del tutto ovvio che qualcuno del ramo provi a mettersi di traverso per interessi della propria bottega. Beninteso, se attuati alla luce del sole. Si chiama concorrenza. Pertanto non mi stupisce che Orcel stia agendo anche con l'obiettivo di impedire la nascita di un terzo gruppo bancario. Le partite a risikio funzionano così. E nel risikio bancario, la storia è nota,

le partite sono da sempre complicate; che significa anche non ignorare la preoccupazione dell'amministratore delegato di Banco Bpm, Giuseppe Castagna, in merito ai rischi occupazionali in Bpm: nel caso sarà materia di Orcel. In generale il risikio ha preso una brutta piega quando la politica ha inteso metterci lo zampino. Visto le ben poco edificanti vicende passate, eviterei che in questo caso la politica si immischiasse (ho letto di minac-

ce di golden power quasi che l'operazione venga a minare la sicurezza nazionale) come ha detto saggiamente il vice premier Antonio Tajani. Piuttosto credo che all'economia reale importi una sola cosa: che l'eventuale riuscita dell'operazione produca benefici a imprese e famiglie. Mission che dovrebbe essere sempre in cima ai pensieri di una banca. Ma troppe volte trascurata!

info@pompeolocatelli.it