

# Parmalat, investimento di 21 milioni per il latte in bottiglie riciclate al 100%

## Industria alimentare

**Il dg Bassani: «Da gennaio prezzi su del 20%, ma meno del rincaro dei costi»**

### Micaela Cappellini

«L'anno è di quelli difficili, l'aumento dei costi lo sentiamo anche noi, ma agli investimenti non vogliamo rinunciare e abbiamo già dato l'ok a un pacchetto da circa 25 milioni: 21 milioni per creare tre linee produttive innovative, il resto per aumentare il risparmio energetico delle nostre fabbriche». Maurizio Bassani è il direttore generale della Parmalat, uno dei giganti del latte italiano - circa 900 milioni di euro di fatturato - da più di dieci anni ormai nelle mani della francese Lactalis.

Le nuove linee serviranno a portare nei supermercati nel 2023 la prima bottiglia per il latte riciclata al 100%. Raggiungere questo obiettivo, che per le bottiglie dell'acqua per esempio esiste già, non è stato per niente facile: occorre una tecnologia in grado di garantire attraverso il solo il tappo di plastica lo stesso livello di sicurezza igienica che oggi viene assicurato dalla pellicola in alluminio che ricopre la bocca della bottiglia.

«Per arrivare alla fine di questo 2022 con gli stessi ricavi dell'anno scorso - spiega Bassani - abbiamo dovuto fare come tutti, cioè tagliare i costi e aumentare i prezzi dei prodotti finiti. Da gennaio ad oggi, per esempio, i nostri aumenti di listino hanno raggiunto quota 20%, che è comunque meno di quanto non siano cresciuti i nostri costi di produzione. Una cosa però ci siamo imposti, ed è stata quella di non toccare gli investimenti nella sostenibilità».

Il caro-bolletta si è fatto sentire anche a Collecchio, come dimostra l'allarme che Parmalat ha lanciato a inizio settembre e che ha scritto insieme ai rivali storici della Granarolo: se andiamo avanti così, hanno avvertito i due big, entro la fine dell'anno il latte sugli scaffali dei supermercati supererà la soglia psicologica dei due euro al litro. «È vero che complessivamente, negli stabilimenti Parmalat, tra fotovoltaico e cogeneratori autoproduciamo il 95% dell'energia elettrica consumata - racconta il direttore generale - ma è anche vero che gli impianti di cogenerazione sono alimentati a gas e il prezzo del metano è schizzato verso l'alto».



**MAURIZIO BASSANI**  
Direttore generale Parmalat

Così, ai faticosi due euro al litro, il latte con buona probabilità arriverà già ad ottobre. Che effetto avrà tutto questo sui consumi? «Quello che abbiamo sentito dire finora - sostiene Bassani - è che di fronte all'aumento dei prezzi i consumatori italiani avrebbero applicato il downgrading, cioè acquistare la stessa qualità di prodotti scegliendo quelli di fascia più bassa. Alla Parmalat però ci siamo accorti che questo è vero solo in parte, perché in controtendenza stiamo vedendo alcuni prodotti di fascia premium crescere in maniera significativa. È il caso per esempio del nostro marchio di latte Zymil, o dei nostri succhi Santal senza zucchero. Per questo credo che la miglior strategia per il 2023, a dispetto dell'inflazione, sia quella di continuare a investire in innovazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

