

RAPALLO

I consumi sono ancora in crescita resiste il tetrapak da mezzo litro

*È forte il legame
con i piccoli punti
vendita del Tigullio*

SIMONE ROSELLINI

Il 24 ottobre anche i prodotti a marchio "Latte Tigullio" hanno avuto il terzo ritocco di listino, determinato dal caro latte che, con l'inflazione di quest'anno, sta interessando tutto il settore a livello internazionale. Pesano soprattutto l'impennata dell'energia e dei costi dei mangimi per gli allevatori. È una morsa che si stringe e che emerge nitidamente a Rapallo: «I macchinari e i depositi refrigerati non possono essere spenti, stiamo cercando di elaborare un piano per contenere i consumi», dice il direttore Donato Rossi. «Dobbiamo inoltre considerare gli aumenti significativi nei prodotti usati per il confezionamento, oltre ai carburanti dei trasporti», sottolinea il responsabile logistica, Giuseppe Candido.

Lo stabilimento rapallese, nato nel 1954 come ditta a conduzione familiare per volontà di Amedeo Macchiavello, oggi tratta 7 milioni di litri di latte all'anno, con una linea di pastorizzazione da 10 mila litri l'ora, e distribuisce nelle province di Genova, Savona e La Spezia per un totale di 2.500 punti vendita. «Allo stato attuale - racconta il direttore del

marketing, Mario Restano - le nostre vendite sono stabili e non notiamo ancora significativi spostamenti verso prodotti con prezzi più bassi».

Esteso per 1.100 metri quadrati, di cui 640 adibiti a depositi refrigerati, è uno degli otto stabilimenti di produzione del gruppo Centrale del Latte d'Italia Spa, terzo player nazionale del latte, anche grazie all'acquisizione, nel 2020, da parte di Newlat Food ed il conferimento dei marchi Polenghi, Optimus, Giglio, Ala, Torre in Pietra, Matese, Centrale del Latte di Salerno.

Nel 2020, anno del Covid, il fatturato dello stabilimento rapallese aveva fatto segnare un 6,5% di crescita, raggiungendo i 27 milioni e 655 mila euro: il calo delle vendite di latte ai bar, veniva compensato dall'impennata di burro, uova, mascarpone, mozzarella destinati ai liguri che, confinati in casa, si cimentavano tra dolci e pizza. Nel 2021, così, si è tornati a 26 milioni e 202 mila, mentre quest'anno c'è di nuovo una progressione positiva, perché il parziale da gennaio a settembre segna una crescita superiore al milione e 400 mila euro.

«Probabilmente - commenta Restano - adesso la nostra

offerta nel mix tra distribuzione e azioni di marketing rivolte al territorio è ancora gradita dai consumatori». È fortissimo, in effetti, il legame diretto con l'area del Tigullio, i suoi consumatori ed i suoi negozi: anche piccoli punti vendita, dove ancora funziona il tetrapak da mezzo litro, acquistato da chi vive da solo, magari anziano. «Dal confronto con altri stabilimenti del gruppo - spiegano da Rapallo - sappiamo che in realtà più grandi, basate su grande distribuzione, il mezzo litro non si vende più».

Per affrontare il futuro, in questa fase segnata da probabile crisi, la centrale del latte rapallese punta a stringere sempre più il legame con il territorio, con rifornimenti sempre capillari, anche nelle piccole botteghe e nelle piccole località. Il tunnel autostradale che si sta progettando come collegamento per la vicina Val Fontanabuona aiuterà, una volta realizzato, in questo senso. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

