

ALIMENTARE

Il grattugiato in busta
richiudibile compie 40
anni. Parla la presidente
del gruppo Ferrari,
Laura Ferrari

Ciceri — a pag. 6

Il grattugiato in busta compie quarant'anni

Prodotto iconico. La confezione richiudibile è nata a Ossago Lodigiano dall'idea di Giovanni Ferrari che utilizzò la tecnica dell'atmosfera protettiva

Equilibrio. La presidente Laura Ferrari: i dazi sono la punta dell'iceberg, la vera sfida è l'iperinflazione delle quotazioni all'ingrosso che rallenta le vendite

Raffaella Ciceri

Interno italiano, cucina, frigorifero. Quanti di noi, nello scomparto dei formaggi, tengono una confezione di grattugiato pronta a salvarci nella preparazione della cena, soprattutto quando siamo di fretta? Se oggi possiamo dare per scontata la praticità del formaggio in busta richiudibile, lo dobbiamo all'innovazione introdotta 40 anni fa da uno stabilimento caseario di Ossago Lodigiano, nelle campagne a pochi chilometri da Lodi. Era il 1985 quando Giovanni Ferrari, allora titolare dell'azienda di famiglia (è morto nel 2019 all'età di 91 anni), insieme a un docente dell'Università di Milano adottò la tecnologia dell'atmosfera protettiva per garantire la conservazione del formaggio fresco preservandone le caratteristiche. Nel 1987, un decreto ufficializzò l'uso dell'atmosfera protettiva per gli alimenti.

Non che prima non esistessero le confezioni di formaggio grattugiato: si trattava però di prodotti essiccati e disidratati, buoni forse per i mercati stranieri alla ricerca di quello che chiamano "italian sounding", ma un piccolo abominio sulle nostre tavole.

Quarant'anni dopo, quelle buste richiudibili di grattugiato fresco sono ancora il prodotto più iconico della Ferrari e rappresentano il core business dell'azienda. Buste che raccontano anche la storia del marketing alimentare: il primo spot televisivo degli anni Ottanta rompeva il cliché della mamma ai fornelli, mostrando padre e figlio intenti a preparare un piatto di pasta, e negli anni Novanta era arrivata come testimonial Topo Gigio.

Per Laura Ferrari, l'attuale pre-

sidente, non deve essere stato semplice ereditare con le sorelle Claudia e Silvia un'azienda bicen-tenaria (era partita nel 1823 come semplice caseificio) e reggere il confronto con un imprenditore illuminato e vulcanico come il padre Giovanni. Ma sta riuscendo nell'impresa di farla crescere, mantenendone l'orientamento alla ricerca e innovazione. Nel 2019 per esempio la Ferrari era stata l'unica azienda agroalimentare selezionata da Assolombarda per la mostra Genio e Impresa, organizzata per i cinquecento anni dalla morte di Leonardo da Vinci, e tuttora è impegnata su diversi fronti di ricerca, dall'efficientamento energetico alla riduzione dell'impatto ambientale del packaging.

«Non so dire con esattezza se siamo alla sesta o settima generazione alla guida della società - racconta Laura -. Mio padre ha sempre dedicato più tempo a parlarci del futuro e di cosa avremmo potuto fare piuttosto che del passato».

Oggi il fatturato della Ferrari sfiora i 160 milioni e nel 2024 sono state vendute più di 14 mila tonnellate di formaggi, per il 26% all'estero, in particolare in Europa. Grazie agli accordi commerciali con il gruppo francese Savencia (ex Bon-grain), che detiene anche una quota di minoranza, i formaggi a marchio "Giovanni Ferrari" sono i più venduti in Germania e ai primi posti in Francia e Belgio tra i formaggi duri italiani. Dai primi anni Duemila gli stabilimenti sono diventati due (a quello di Ossago se n'è aggiunto uno a Fontevivo nel Parmense) e pochi anni dopo sono stati acquistati anche due caseifici di parmigiano reggiano, per seguire la filiera produttiva a partire

dall'acquisto del latte.

Lo stile sobrio e discreto di Laura Ferrari e il suo tono di voce pacato dettano la linea delle sue giornate, che sembrano non finire mai (è nel consiglio di Assolatte e di Assocaseari e presidente del gruppo di categoria di Assolombarda, oltre che nel consiglio del Consorzio Grana Padana): «Partecipare alla vita associativa è fondamentale in termini di formazione, scambio di buone pratiche, crescita personale, tanto più per una realtà come la nostra che ha sede in un piccolo comune di pianura». Ruoli e incarichi che le permettono di avere una visione a trecentosessanta gradi del settore, in un momento storico complicato. In cui i dazi americani, come spiega lei, «sono solo la punta di un iceberg». In che senso? «Stanno creando incertezze, è vero, ma la sfida principale che stiamo vivendo su tutti i mercati è l'iperinflazione delle quotazioni all'ingrosso». Dati alla mano, Laura Ferrari evidenzia le ripercussioni che derivano dal difficile equilibrio tra domanda e offerta, in un comparto che si basa su prodotti stagionati che hanno tempi di produzione lunghi. «Anche nel 2024 il mercato dei formaggi duri italiani ha continuato a crescere. Ma l'aumento della domanda si è scontrato con la mancanza di disponibilità nei magazzini. Questo ha fatto sa-



lire le quotazioni all'ingrosso delle principali DOP, di conseguenza sono lievitati i costi di produzione e la filiera è sotto pressione. Gli aumenti hanno iniziato a tradursi in un rincaro dei prezzi al consumo, che negli ultimi mesi sta rallentando l'export e frenando le vendite anche in Italia». Un cortocircuito insomma, che rischia di peggiorare nei prossimi mesi e di pesare sulla spesa dei cittadini. Un tema che sta a cuore di Laura Ferrari: l'azienda per esempio è tra i soci sostenitori della Fondazione Casa della Comunità di Lodi, una delle esperienze più interessanti nate negli ultimi anni nel capoluogo per contrastare la povertà alimentare ma anche ridurre gli sprechi di cibo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

160 milioni

IL FATTURATO

Il fatturato della Ferrari sfiora i 160 milioni e nel 2024 sono state vendute più di 14mila tonnellate di formaggi, per il 26% all'estero

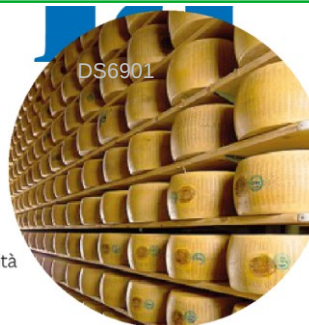
GLI STABILIMENTI

Dai primi anni Duemila gli stabilimenti sono diventati due: a quello di Ossago se n'è aggiunto uno a Fontevivo nel Parmense

DS6901

Territorio.

Ferrari è tra i soci della Fondazione Casa della Comunità di Lodi, nata per contrastare la povertà alimentare



LAURA FERRARI
Presidente
Ferrari



Casa della Comunità.

Ferrari è tra i soci sostenitori della Fondazione Casa della Comunità di Lodi, una delle esperienze più interessanti del capoluogo nata per contrastare la povertà alimentare ma anche ridurre gli sprechi di cibo

