

Il presidente del gruppo caseario: lo spot giù, -30% su luglio. Burro ai minimi. Tutti i numeri

Data Stampa 6901

Data Stampa 6901

Mai visto il latte così in caduta

Auricchio: scivolata inedita dei prezzi da agosto a settembre

DI EMANUELE SCARCI

Giù i prezzi del latte e giù i consumi. «Nella mia lunga esperienza, non ho mai visto scivolare così in basso i prezzi del latte da agosto a novembre», sbotta **Antonio Auricchio**, presidente dell'omonimo gruppo alimentare lombardo. Infatti a novembre il prezzo del latte spot rilevato dalla Cdc di Milano è planato a 46 centilitro, il 30% in meno rispetto a luglio. «Nelle estati degli ultimi 50 anni, il latte è sempre stato un prodotto ricercato. E anche oggi che ci avviciniamo al Natale, le quotazioni del burro (sui minimi dal novembre 2023 ndr) e del mascarpone, ottimo per farcire panettoni e pandori, sono depresse», aggiunge l'imprenditore a margine della presentazione della campagna di comunicazione di **3B Latte**, società controllata dal gruppo Auricchio. Il prezzo dell'oro bianco paga gli eccessi dei mesi a cavallo fra il 2024 e il 2025? «Può darsi. In quei mesi la corsa di **Parmigiano reggiano** e **Grana Padano** ha spinto al rialzo le quotazioni del latte, tanto da renderle insostenibili per gli altri produttori di formaggi». Poi Auricchio si sposta sul preoccupante crollo dei consumi che «si contrasta con la massima qualità dei prodotti, anche quando esportiamo in America. Bisogna informare i consumatori che dietro a uno spicchio di formaggio o a una robiolina c'è una filiera produttiva di eccellenza». Nel 2024 **Agau**, holding del gruppo familiare Auricchio, ha realizzato ricavi consolidati per 409 mln di euro (+3,1%), un Ebitda di 25,5 mln (6,2% del fatturato) e un utile netto di 2,9 mln. L'export è stato del 48%. Per il 2025 l'azienda stima una evoluzione positiva mentre per il prossimo quinquennio è in preparazione un piano strategi-

co che definirà linee guida, obiettivi e investimenti. Auricchio si è trasformata da azienda simbolo del provolone a big caseario con una gamma di formaggi e marchi: parmigiano reggiano, gorgonzola, taleggio, quartirolo, pecorino romano, mascarpone. L'azienda conta sulla capogruppo, 4 caseifici (fra Lombardia, Piemonte, Emilia e Sardegna) e 3 società distributrici, fra cui l'americana **The Ambriola company** che ha realizzato ricavi per 91 mln di dollari e un utile di circa 1 mln. L'anno scorso il gruppo cremonese ha realizzato investimenti industriali per 7,7 mln e ha un debito netto di 98 mln (124 mln i debiti verso banche), per lo più riferibile a un magazzino con formaggi a lunga stagionatura che vale intorno ai 100 mln. Sull'avviamento pesano i 32 mln pagati per conquistare, 3 anni fa, l'80% della bergamasca 3B Latte. L'azienda guidata da **Florindo Bertoni** offre prodotti di alta qualità semi-artigianali: Camembert, Crescenza, Robioline con latte vaccino, di capra e bufala. Nel 2024 ha realizzato un valore della produzione di 40 mln e un utile di 1,5 mln. «L'obiettivo è di arrivare a 50 mln di fatturato entro il 2030, ampliando le vendite a tutta la Penisola», sostiene Antonio Auricchio, nipote del presidente. Lo shopping di Auricchio ha valorizzato 3B Latte 26 volte gli utili conseguiti nel 2024. «L'abbiamo pagata abbastanza, ma lo rifarei», dichiara il presidente Auricchio. Dal suo canto, Bertoni, che conserva in portafoglio il 20% dell'azienda, ricorda: «Eravamo arrivati vicini alla firma del preliminare di cessione con **Nonno Nanni**, ma poi arrivò Auricchio e acquistò senza trattare sul prezzo. Il restante 20% di 3B Latte lo cederemo più avanti».

— © Riproduzione riservata — ■



Antonio Auricchio

