

# Una grande rete per l'impero delle conserve

**Goffredo Locatelli**

Come inesorabilmente accade, il palato degli uomini cambia perché i sapori non si possono trasmettere. Le nuove generazioni affinano altri gusti. Hanno sostituito il baccalà con gli hamburger, i broccoli con i crauti, la pasta e fagioli con sottilette, maionese e ketchup. Ma il pomodoro no. Il pomodoro ha vinto da un pezzo perché ha il magico potere di “condire, benedire ed esaltare tutto ciò dove si posa”. E alla fine, come la pasta, è diventato sacro. I libri attribuiscono a Francesco Cirio (1863-1900) il merito di aver scoperto che era un frutto idoneo alla conservazione. Che cos'è cambiato dai tempi di Cirio? Tutto e niente. Ma trasformato in un'ampia varietà di derivati (pelati, polpa, passata, concentrato) il nostro è arrivato in ogni angolo del mondo: dall'Europa all'Australia, dall'Africa all'America, dall'Asia all'Oceania. Non c'è nazione o continente dove non arrivi. Così l'industria conserviera è cresciuta al punto che nelle province campane basta una sola cifra per capirne l'importanza. Dei tre milioni e 300mila tonnellate di pomodoro trasformato in Italia, più del 50% viene dalla Campania. Tra Napoli e Salerno sono disseminate 150 aziende che producono la metà di tutta l'industria conserviera italiana. E proprio qui si gioca la grande partita: due miliardi di euro di fatturato, 7.000 posti di lavoro fisso e 20mila stagionali, a cui va aggiunta la manodopera impegnata nell'indotto (officine meccaniche, imballaggi, distribuzione e logistica, case sementiere). Questa industria in Campania ha la stessa valenza che l'industria automobilistica ha in Piemonte, ma i piccoli e i grandi imprenditori del settore sono personaggi semiconosciuti. Chi conosce, tra i non addetti ai lavori, i tre big del pomodoro: i Franzese, i Ferraioli e i Russo? Di loro si parla a ogni morte di papa perché non fanno parte dell'establishment. Eppure Pietro Franzese, 64 anni, da più di 30 nel mondo delle conserve alimentari, guida un gruppo industriale che genera ricavi per oltre 250 milioni di euro, di cui 160 dalle conserve alimentari e dal pomodoro in particolare. Con l'acquisto dell'ex Cirio di Caivano, la capacità produttiva del suo gruppo - che ha stabilimenti in Campania, in Egitto e in Romania - è salita a 2,5 milioni di quintali, un dato che lo proietta ai primi posti della classifica nazionale del settore.

I fratelli Antonio e Andrea Ferraioli, di cui mi sono già occupato in questa rubrica, fatturano 450 milioni di euro con un'azienda, La Doria, che è addirittura quotata in Borsa. E chi conosce il numero uno del barattolo di pomodoro made in Italy? Si chiama Antonino Russo, ha 78 anni, di Sant'Antonio Abate, ed è il più forte di tutti. Il suo gruppo conta cinque stabilimenti in Campania, uno in Puglia, due in Africa, ed è presente in tutti i mercati mondiali, dagli Usa al Giappone al Regno Unito, dove con il marchio “Napolina” è leader incontrastato. Un successo garantito, in questo caso, anche dalla solida partnership con la Princes, socia di minoranza del gruppo, che a sua volta fa

parte dell'impero giapponese Mitsubishi. Dagli stabilimenti di Russo escono ogni anno **13 milioni di cartoni di pelati, 6 milioni di cartoni di cubettato/polpa, 40.000 tonnellate di concentrato**. Malgrado ciò, la foto di Antonino non è mai apparsa sui giornali. Ed è inutile cercare sue notizie sul web. Arcinoto nei paesi arabi, ai quali fornisce montagne di salsa concentrata, qui da noi è invisibile: ha scelto di esistere senza mai comparire.

Per saperne di più su questa industria cenerentola occorre andare a Cava de' Tirreni, dove vive Lello Pancrazio, 48 anni, conserviero di terza generazione, innamoratissimo della sua azienda, che ha 80 anni di vita. Da dodici mesi è il nuovo presidente dell'Anicav, la più forte associazione del settore con 150 aziende di nove regioni. Pancrazio è un tipo gentile, ma anche lui ama poco mettersi in vetrina: pesa le parole col bilancino stando bene attento all'effetto che producono. I suoi predecessori, Pasquale D'Acunzi e Luigi Salvati, sono stati presidenti per un quarto di secolo. Con Pancrazio si volta pagina. "Voglio applicare le regole di Confindustria e la democrazia. – dice - Farò il presidente per un mandato e poi andrò via, il ricambio è già pronto. Intanto, come segno di rinnovamento, ho rinunciato a ogni benefit: via carta di credito, telepass, telefonini e quant'altro per sostenere il bilancio dell'associazione".

Ma a che serve l'Anicav? Il presidente riflette e sintetizza: "A tutelare le aziende dalla politica, totalmente disattenta al nostro settore. Un settore trainante e anticiclico per natura, che in momenti di recessione soffre di meno perché fornisce prodotti di largo consumo. Meriterebbe maggiore attenzione e invece... Per esempio, lo sa che abbiamo tariffe di smaltimento dei rifiuti dieci volte superiori a quelle di altre regioni? E che le industrie conserviere della Campania pagano l'acqua dieci volte di più?". Malgrado le dolenti note, il vero dato positivo è venuto dai risultati di uno studio di Banca Intesa San Paolo: mentre la moda e i prodotti in metallo vedono ridotto il loro export, le imprese conserviere aumentano le vendite sui mercati esteri anche in tempo di magra.

La Campania condiziona ancora oggi il mercato mondiale dei pelati, ma i margini di operatività si sono ristretti perché il settore è pressato a monte dalla parte agricola organizzata e a valle dalla grande distribuzione e dalla progressiva concentrazione della domanda. A fronte di un'offerta estremamente polverizzata, esiste una domanda altamente concentrata se si pensa che il 70% del mercato in Europa è detenuto da 20 grosse catene della grande distribuzione.

"Ci sono molte piccole aziende che per incapacità non accedono direttamente ai mercati esteri pensando che sono solo per le grandi. – spiega Pancrazio - Invece si può diventare leader in un mercato anche con piccole quantità. Ecco perché l'internazionalizzazione sarà uno dei due punti principali del mio programma. L'altro è il credito: stiamo per siglare un accordo con Confidi province lombarde, uno dei pochi ad emettere garanzie reali come una banca".

Per il presidente il primo bel risultato, di cui va fiero, è l'accordo col mondo agricolo. Le aziende Anicav hanno sottoscritto un'intesa di programmazione triennale 2010-12 fissando un obiettivo di contrattazione pari ai quantitativi di pomodoro trasformato nel 2009, tra i 26 e i 27 milioni di quintali. "Si tratta di un'intesa dopo cinque anni di tentativi a vuoto. – dice Pancrazio - E' un accordo fortemente innovativo alla vigilia del nuovo regime di aiuti che scatterà nel 2011".

La grande giostra del pomodoro in scatola partirà l'ultima settimana di luglio, durerà circa due mesi e le fabbriche saranno attive sette giorni su sette e 24 ore su 24. L'industria conserviera non conosce giorni festivi e ferie, si gioca tutto in

due mesi di lavorazione dai quali dipende il fatturato di un anno intero. Un fatturato che per il 60% produce valuta pregiata grazie ad uno storico export che non dà mai segni di crisi. "Purtroppo, - conclude Lello Pancrazio - tra gli industriali conservieri esiste una mentalità individualistica ancora difficile da smuovere, ma credo che prima o poi bisognerà dare al settore un assetto più equilibrato. Il nostro futuro è racchiuso in una scatola, non possiamo sbagliare".

(Il Mattino, 30 maggio 2010)