

L'INDUSTRIA

L'azienda di via Filadelfia si conferma leader in Piemonte

# Il Tapporosso è il più svitato La Centrale vince in latteria

MILENA VERCELLINO

«PENSIAMO che in Italia non ci sia la possibilità di costituire altri gruppi nazionali come Parmalat e Granarolo — e non ci stiamo muovendo in quella direzione —, ma ci sono buoni spazi per gruppi organizzati con una forte presenza sul territorio»: l'amministratore delegato di Centrale del latte di Torino Riccardo Pozzoli ribadisce il legame a doppio filo dell'azienda con il «Polo interregionale» costituito da Piemonte, Liguria e Veneto. Se il passato dell'azienda è scandito, dopo la liberalizzazione del mercato nel 1974, dalle acquisizioni del Centro latte Rapallo nel 1999, del 40% della Frascheri di Savona nel 2001 e della Centrale del latte di Vicenza nel 2002, il rapporto con le zone di raccolta ed il legame con i mercati di sbocco rimangono fondamentali. «Tanto più che — spiega Pozzoli — nel nostro settore è difficile uscire dal proprio ambito territoriale. Se ci si sposta su un altro mercato ci si scontra con la conoscibilità dei concorrenti sul territorio, che prevale anche sul prezzo».

Fondata nel 1950, quotata nel 2000 e ammessa al segmento Star nel 2001, Centrale

del latte conta oggi 118 dipendenti, circa 100 distributori ed una rete di approvvigionamento di circa 100 aziende agricole localizzate prevalentemente in provincia di Torino. Il fatturato raggiunto da gennaio a settembre di quest'anno veleggia a quota 43 milioni, in crescita dello 0,7% rispetto all'anno precedente, con investimenti pari a 3,5 milioni sulle nuove linee produttive.

«La nostra è un'azienda in crescita da diversi anni, che, con le acquisizioni, vale circa 100 milioni di fatturato annuo, dei quali più di metà prodotti dalla casa madre», dice Edoardo Lano, responsabile marketing dell'azienda di via Filadelfia. Fatturato che viene per il 49% dal latte fresco, per il 22,3% dal latte a lunga conservazione, per l'11,6% da latte e panna sfusi, per il 4,5% dalla quarta gamma, per il 3,6% da yogurt e prodotti probiotici e per il 9% da altri prodotti confezionati. Per il latte fresco, Centrale del latte punta su Torino la più alta quota di mercato, pari, tra gennaio e giugno di quest'anno, al 54,2%, mentre

in Piemonte primeggia con il 29,5%: come dire su cento bottiglie svitate, 30 hanno il «Tapporosso». «Abbiamo tipologie di latte che coprono tutti i segmenti di mercato. Oggi il consumatore ha esigenze articolate e complesse. Noi offriamo tra le ampiezze di gamma più profonde sul mercato: ad esempio, abbiamo ancora il latte in bottiglia», spiega Lano. «Il nostro mercato è molto battagliato dal punto di vista dei prezzi e dell'offerta. Il prodotto generalista è quello che sta soffrendo di più, per noi ma anche per il mercato. Nel breve periodo abbiamo tre obiettivi: difendere il business del latte fresco in vetro e in cartone, assecondare la crescita del latte fresco in Pet e dotarci degli impianti necessari per presidiare il mercato di nicchia del latte extended shelf life», aggiunge.

E i progetti si snodano anche fuori dal Piemonte: «A marzo trasferiremo a Vicenza la produzione di yogurt dell'intero gruppo, che sarà prodotto con latte locale», dice Pozzoli.



**AL VERTICE**  
Riccardo Pozzoli è il presidente della Centrale del Latte di Torino. La società ha 118 dipendenti e un fatturato che vale cento milioni

Pozzoli: «Il fatturato cresce ancora, contiamo di consolidarci sul mercato domestico che comprende Liguria e Veneto»

