

IL POLO DEL GUSTO DI RICCARDO ILLY

Pintaudi e Achillea chiudono il 2024 in forte espansione

Franco Vergnano / TRIESTE

A Trieste nel fiammante stabilimento Pintaudi sorto alle Noghere dove prima c'era l'agraria Marinaz, i nuovi impianti sfornano a pieno ritmo colombe. «Grazie a 1,8 milioni di investimenti nel 2024 – racconta l'amministratore delegato, Giacomo Biviano – abbiamo moltiplicato la produzione di dolci. Risultano triplicate le cotture legate all'impasto. A Trieste sforniamo anche i prodotti pasquali a marchio Domori e, quindi, il giro d'affari complessivo è cresciuto».

Proprio nei giorni scorsi il consiglio di amministrazione della società che produce in maniera artigianale biscotti e prodotti da forno ha varato il progetto di bilancio 2024. I ricavi sono arrivati a 1,4 milioni con una crescita del 40% sull'anno precedente. Risultato che ha portato l'Ebitda a circa 270 mila euro, «con un sostanziale raddoppio – spiega Biviano – rispetto al 2023. I conti sono quindi positivi e l'utile sfiorerà i 70 mila euro, pari al 5% del fatturato. E per quest'anno vogliamo continuare a correre, aumentando il giro d'affari di almeno un altro 30%, in modo da superare 1,8 milioni di euro».

Il biscottificio Pintaudi è il marchio della pasticceria artigianale che oltre tre anni fa era stato acquisito da Riccardo Illy per farlo entrare nel Polo del Gusto, la società che raggruppa marchi di eccellenza nel food & beverage. Per il futuro sono già stati previsti investimenti, soprattutto nella qualità. L'obiettivo, riflette Biviano, è quello di ottenere le certificazioni Ifs (International food standard) e Brc: «Ci spianeranno la strada per entrare nelle grandi catene di distribuzione euro-

pee consentendoci così di incrementare il nostro export in Francia, Spagna, Austria, Germania, Gran Bretagna che già oggi pesa per il 20% sul giro d'affari».

Buone notizie anche sul versante di Achillea, l'ex divisione del gruppo Ponti poi entrata nel Polo del Gusto. L'azienda è specializzata in succhi, soft drinks e composte da frutta (senza zuccheri né conservanti) 100% biologici. «Stiamo investendo parecchio – commenta l'amministratore delegato, Fabrizio Molinari – nel nuovo logo, nell'immagine e nello sviluppo di nuovi prodotti per posizionarci bene nel segmento premium. Nel 2024 siamo cresciuti del 25% arrivando a 3,8 milioni di euro e quest'anno le previsioni ci dicono che cresceremo ancora superando i 4,3 milioni di euro. L'accelerazione sul versante del marketing e della ricerca e sviluppo ci permetterà di mettere a segno un attivo dell'ordine di 43 mila euro grazie a un Ebitda in forte crescita, all'incirca triplicato, che dovrebbe superare i 100 mila euro rispetto ai 34 mila dell'anno da poco concluso».

Il 2024 è risultato complicato per parecchi motivi, secondo il progetto di bilancio: «In primo luogo – racconta Molinari – c'erano ancora alcuni assestamenti organizzativi da mettere a punto nel passaggio tra una proprietà e l'altra. Inoltre anche nel nostro settore il rally delle materie prime si è fatto sentire, perché facciamo pure composte. La frutta, ingrediente principale, è rincarata quasi tutta, a cominciare dalle mele e con impennate del 50% per i mirtilli selvatici. C'è poi stato il rincaro del vetro, anche se ora sembra sia in atto una correzione dei listini». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

