

PAESANA In aumento del 20% il fatturato dell'azienda - Ad aprile entrerà sul mercato un nuovo prodotto di frutta senza zuccheri

Achillea: spazi e margini di crescita

PAESANA «Per ciò che riguarda Achillea, ci sono spazi e margini di crescita e, per questo, sono previsti nuovi investimenti». Queste, nell'autunno del 2023, erano state le parole di Riccardo Illy, presidente del Polo del Gusto e riferite proprio all'azienda paesanese, acquistata poco meno di due anni fa.

Detto, fatto: «Il 2024 è stato un anno importante per Achillea - ci ha detto l'amministratore delegato, Fabrizio Molinari -. Abbiamo registrato una crescita del fatturato di oltre il 20%, passando dai 3 (anno 2023) ai 3,8 milioni di euro (2024), frutto di un'attività di crescita su alcuni mercati, in prevalenza quello italiano, ma anche grazie al lancio di una serie di nuovi prodotti».

A fine 2023 l'azienda valligiana poteva contare su una forza lavoro di 14 unità. Oggi?

«Abbiamo assorbito due nuove risorse sul personale, arrivando così a 16; inoltre, è passato a tempo pieno un collaboratore che era stagionale. Nel 2025 è già stato definito l'ingresso di un'altra persona mentre, entro la fine dell'anno, l'organico si arricchirà ancora di una figura legata alla ricerca e allo sviluppo».

Segnali senza dubbio molto positivi, per l'azienda e per l'intero territorio.

«Nel 2024 il mercato ha confermato tutta la sua

complessità, ma ha ripreso a crescere rispetto agli anni precedenti. Negli anni '80, Achillea è stata tra i primi a intraprendere l'avventura del biologico; lo scorso anno, in Italia, questo settore ha fatto registrare un +9%, spinto dalla grande distribuzione, un canale nel quale noi siamo presenti ancora in maniera marginale, ma ci sono seri contatti in atto e la speranza è che le due realtà possano presto incontrarsi in maniera "importante". In Europa, l'Italia è il primo esportatore di prodotti biologici e tra i più importanti produttori; oggi, un terreno su quattro è coltivato a "bio", ma ci sono ampi spazi di crescita, con gli input dell'Unione Europea che spingono verso il 30%».

Si è detto di nuovi prodotti. Di cosa si tratta?

«In particolare di una nuova linea che entrerà sul mercato ad aprile, dopo un lavoro di sviluppo durato mesi. Una composta di frutta senza zuccheri aggiunti, costituita solo dal frutto caratterizzante e dalla dolcezza del succo di mela. Un prodotto salustico senza conservanti e pectine».

Possiamo dire che Achillea ha "dichiarato guerra allo zucchero..."

«In realtà lo zucchero è quasi diventato il nemico pubblico numero uno... Noi siamo al lavoro per diminuire l'utilizzo degli zuccheri, tant'è

che stiamo rivedendo le poche linee che ne prevedono la presenza, andando ad eliminarlo e a sostituirlo con frutta dolce». Tra i prodotti "made in Achillea", da registrare anche nuove bevande, che vanno ad allargare la gamma. E poi c'è l'aspetto del packaging, ovvero l'immagine: «Abbiamo inserito e messo in risalto il termine "bio" nel logo, e stiamo lavorando sul cambio delle etichette, che verranno posizionate sugli scaffali proprio in queste settimane. Il tutto si presenterà in maniera più colorata e vivace, e verrà rimarcata la parola "succo", che per noi è una denominazione accurata e autentica, da valorizzare. In effetti, non possono chiamarsi "succhi" i prodotti che riprotono acqua tra gli ingredienti: sono infatti denominati nettari, o succo e polpa, sempre a seconda del quantitativo di frutta usato; negli scaffali della grande distribuzione, circa il 90% di quanto il consumatore si trova ad acquistare non rappresenta un succo vero e proprio».

Dal punto di vista dell'economia, come si presenta il 2025?

«Come un anno complicato, nel quale dovremo ancora fare i conti con l'aumento dei costi. Talvolta, le materie prime si compensano tra di loro, ma quest'anno non siamo così fortunati: l'aumento del prezzo dei mirtilli, degli agrumi e del melograno non è compensato dal calo di prezzo di altri prodotti. Tutta l'industria alimentare soffrirà ancora... Da parte nostra, stiamo continuando a lavorare per avere le filiere sempre più corte, con una particolare predilezione per il "made" in Granda, in Piemonte o in Italia. Solo per il mirtillo selvatico e qualche frutto esotico ci dobbiamo affidare all'estero».

Il marchio Achillea è, lo ricordiamo, al 100% di proprietà del Polo del Gusto, il cui titolare è Riccardo Illy, affiancato con quote di minoranza dai suoi fratelli e dalla famiglia Ponti (ex proprietaria dell'Achillea). La holding si occupa di prodotti alimentari di alta gamma e raggruppa marchi d'eccellenza del mondo food&beverage: Domori (cioccolato superfine), Dammann Frères (tè pregiati), Pintaudi (biscotti e prodotti da forno), e una quota di Agrimontana (frutta candita).

«Il marchio Achillea compare solo nella distribuzione specializzata, ovvero "NaturaSi", che rappresenta la catena di riferimento del biologico, oppure nei negozi specializzati e salustici, oltre ad alcuni punti di ristoro o enoteche. Nella grande distribuzione siamo presenti con la linea dedicata chiamata "Monvisia"».

enrico miolano



Alcuni dei prodotti sfornati dall'Achillea di Paesana



Fabrizio Molinari