



# POLIS Quotidiano

L'informazione di Parma e Provincia



Via Mazzini 6 - 43100 Parma - tel. 0521 231990 - fax 0521 223222 - e-mail: redazione@polisquotidiano.it  
Direttore responsabile: Mauro Colla - maccolla@polisquotidiano.it - jara Edizioni - Pubblicità: s.p.a. Stampa: T.C.E. - Roma - Circolazione Reg. Trib. Parma n. 22 del 03/02/2001 (gas società n. 27/04/1994) - 524.957.195  
Abbonamenti annui euro 110 - Semestrali euro 60 - Trimestrali euro 35 - arretrati euro 10 - giornale € 0,50 (IVA inclusa) e Pubblicità s.p.a. - Parma - Via Mazzini, 6 - 43100 Parma - Impaginazione grafica: s.p.a. - Parma - Via Cavour e 48/anno - Ditta

Anno VII - Numero 241 - VENERDI 23 OTTOBRE 2009

EURO 0,50

**OGGI LA RATIFICA DEL PASSAGGIO DEL LEASING. IN CASSA ARRIVANO 7 MILIONI**

## Battistero, speranza vere per la mini campagna di Natale

Il tavolo istituzionale condanna il proprietario Varasi e le sue promesse: «Andato oltre la sopportazione». L'obiettivo è produrre 3,5 milioni tra panettoni e pandori. «Così si salvano marchio e produzione»

di Lorenzo Pietralunga

«La Battistero sta cercando un imprenditore vero, è ciò di cui ha più bisogno dopo tutto quello che gli è successo in questi anni».

Così Maura Colla, coriacea sindacalista della Flai Cgil, ieri ha sintetizzato bene la necessità dell'industria dolciaria parmigiana, al termine del tavolo istituzionale riunito in Provincia. Tavolo che ha riportato un minimo di tranquillità, certificando che la mini campagna per la produzione di pandori e panettoni ora è possibile, anche se oltre il 40% degli ordinativi sono andati in fumo.

In sostanza, è emersa una (relativa) sicurezza sulla buona riuscita dell'operazione di passaggio del contratto di leasing immobiliare del capannone Battistero sito alla Spip, con cui la Penta Commerciale rileverà il leasing presso la Italease - è attesa per oggi la firma - facendo arrivare nelle casse di Battistero circa 7 milioni di euro.

Una linfa vitale quanto mai utile per convincere le banche ad aprire nuove linee di credito indispensabili per avviare la campagna - «Serviranno 10 o 11 milioni», calcola la Colla - e salvare tanto la continuità produttiva che il marchio dell'azienda. Con questo gruzzolo si dovrebbe aggirare - il condizionale è la prima delle regole che si danno sindacati e istituzioni - il mancato introito di quell'ormai mitico milione e mezzo di euro annunciati e promessi dal proprietario Gianni Varasi a partire dal 1° ottobre scorso. Circostanza



che non ha certo indotto le banche ad allentare i cordoni della borsa con solerzia.

In questo senso, «il richiamo formale» o, per meglio dire, la sonora strigliata emessa dal tavolo istituzionale - cui hanno preso parte il vicepresidente della Provincia Pier Luigi Ferrari, l'assessore comunale di Parma Paolo Zoni, l'Unione parmense degli industriali, i sindacati, le Rsu e soprattutto l'amministratore delegato della Battistero Marco Sciarra insieme al responsabile commerciale Alvaro Bernardini - per bocca di

Zoni è netta: il comportamento di Varasi e della proprietà è un «aspetto negativo e preoccupante, che ha varcato il limite della sopportazione». È legittimo che gli imprenditori possano avere difficoltà, ma devono dichiararlo».

Volendo vedere il bicchiere mezzo pieno, Zoni ha evidenziato anche «alcuni movimenti positivi che si stanno verificando» e per questo «sottolineiamo i grandi atti di fiducia di chi sta subentrando e di alcuni istituti di credito. Ora chiediamo alle banche di mantenere questo

atteggiamento e a tutte loro di allinearsi alle altre due» in prima fila, ovvero Cariparma e Banca Monte.

«La campagna non solo si può ma si deve fare», ha scandito a modo di slogan Ferrari, ringraziando insieme a Zoni tutti gli attori di questa difficile vertenza, a cominciare dai lavoratori, «che stanno facendo la loro parte perché la Battistero possa continuare anche al di là di questo momento e di questa stagione».

Conti alla mano, nell'ultimo scorcio d'anno Battistero punta a sfornare da lunedì prossimo 3,5 milioni di pezzi (contro i 10 degli anni «ruggenti») entro la metà di dicembre, sapendo che «oltre il 40% degli ordinativi è andato perduto. Nonostante questo, la cosa più importante è portare a termine la campagna per salvaguardare il mercato e la prospettiva dei lavoratori», osserva Paolo Bertoletti, segretario generale della Cgil, ponendo subito un nuovo e cruciale tema: per la stagione pasquale, la commercializzazione delle colombe di solito inizia a novembre e la loro produzione parte a gennaio. È prioritario quindi che si arrivi all'attuazione di un piano industriale, quello che ha nel cassetto la newco Battistero Dolciaria Srl, costituita ad inizio settimana per subentrare - si dice in partnership con la lecchese Nord Dolciaria - alla vecchia Battistero e tentare un secondo salvataggio dell'industria parmense dopo quello del 2004. Piano che giocoforza dovrà costruire una azienda «che lavori tutto l'anno e non più nei soli sei-sette mesi attuali», ammonisce Bertoletti. Come sempre, incrociamo le dita.