

IL GRUPPO HA ACQUISTATO UNO STABILIMENTO A LANGHIRANO E UNO A FELINO

Dukceovich, "Principe" del San Daniele va alla conquista della "food valley"

Strategia aggressiva dell'azienda triestina, che diventerà leader nel settore del Dop affettato. L'Ad della società: "In un anno investiti dai 35 ai 40 milioni di euro"

I NUMERI DEL SAN DANIELE

di Marco Ollari

Chiamarla "colonizzazione", per il momento, è forse un po' troppo. Certo è che nell'eterna sfida tra il prosciutto di Parma e quello di San Daniele quest'ultimo sembra proprio aver rotto gli indugi ed essere partito all'attacco. La prima clamorosa avvisaglia si era avuta a giugno dell'anno scorso quando in piazza Garibaldi, come dire nel cuore del nemico, si è insediata la prosciutteria "Pancino e San Daniele". Oggi il caso si è sgonfiato, e il locale è entrato tranquillamente nelle abitudini dei parmigiani, ma a suo tempo fu giudicata una mezza provocazione con tutta la sua bella scia di polemiche. Un primo passo che andò a sbilanciare le rivalità di campanile. Adesso, invece, le cose sembrano farsi ben più serie. A partire lancia in resta alla conquista della food valley parmigiana facendo shopping nel territorio di uno dei suoi prodotti di punta, l'area dop del prosciutto, appunto, è addirittura uno dei produttori storici del San Daniele: il gruppo friulano Principe. Due le aziende di casa nostra finite, nel breve giro di pochi mesi, sotto le insegne del marchio dalla famiglia triestina Dukceovich. E stata infatti formalizzata in questi ultimi giorni l'acquisizione di uno stabilimento a Langhirano per la produzione e stagionatura di prosciutti crudi. Investimento valutato in 7-8 milioni. A vendere uno dei colossi del settore: il gruppo Unibon che con questa cessione, pur mantenendo una seconda unità produttiva in zona, pare intenzionato a ridurre la presenza sul mercato del prosciutto a marchio. Ma l'operazione su Langhirano è il secondo passaggio in terra di Parma, dato che da poco è entrato nel gruppo Principe anche uno stabilimento di Marzola, rilevato dal concordato fallimentare del gruppo Carretta e specializzato nel disosso e nell'affettamento. Un investimento da 9 milioni di euro, cui se ne aggiungeranno altri 6-7 per l'ammodernamento delle tecnologie, attrezzando 8 linee di affettamento e consentendo quindi a Principe di diventare il numero 1 nel Dop affettato (nuove confezioni con gas inerte). Un mercato in crescita costante e che sta diventando sempre di più il settore trainante soprattutto sul fronte dell'export. E che il gruppo Principe rappresenta un competitor temibile lo dicono i numeri. L'azienda friulana

IL PESO DEI "FRIULANI"



GLI IMPANTI

Sei gli impianti di produzione: in Emilia, Veneto e Friuli



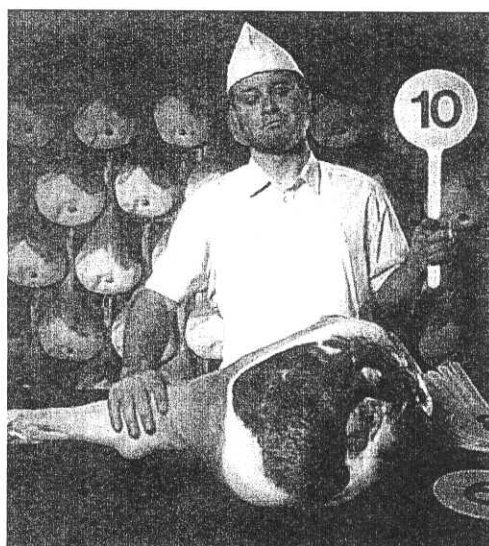
IL GRUPPO

Il gruppo Principe ha un fatturato di 139 milioni di euro



GLI INVESTIMENTI

L'ad Vladimir Dukceovich: investiremo 35/40 milioni di euro



niele del Friuli (Udine), una a Sossano (Vicenza), una a Trieste più un allevamento di maiali in via di realizzazione in provincia di Rovigo. Un'aggressività confermata dallo stesso Vladimir Dukceovich, amministratore delegato del

gruppo, 38 anni, esponente dell'ultima generazione, che ad Affari e Finanza di Repubblica ha dichiarato che "da un anno a questa parte è stata avviata una strategia di investimenti che vale complessivamente 35/40 milioni

di euro". Un cifra considerevole, specie se rapportata al regime dei ricavi (quest'anno sono attesi a 139,5 milioni di euro, per il 30% derivanti da export, con 1,3 milioni di prosciutti prodotti). Questi i piani di espansione del gruppo friulano. Un'operazione di conquista che ha come sempre le sue luci e le sue ombre. L'ingresso in terra parmigiana del gruppo friulano è stato infatti salutato con una certa preoccupazione da parte dei sindacati. Se infatti il passaggio di proprietà del prosciuttificio Unibon di Langhirano, dal punto di vista delle garanzie dei dipendenti, è filato via liscio, non la stessa cosa si può dire di quello di Marzola. «Il gruppo Principe non ha acquistato il ramo d'azienda - spiega infatti Luca Ferrari della Flai Cgil - Ma ha creato una nuova società che ha sottoscritto un contratto di affitto dell'impianto, un'operazione che gli ha consentito non riassorbire i vecchi dipendenti. Loro sostengono di aver fatto tutto in regola, per noi non è così. Abbiamo denunciato la situazione all'Inps. Staremo a vedere chi ha ragione».

I NUMERI DEL PARMA

PRODUZIONE

164
Aziende produttrici di Prosciutto di Parma.

9.823.000
Prosciutti di Parma marchiati nel 2009.

COMPOSIZIONE DELLA FILIERA

5.500
Allevamenti suinicoli

120
Macelli.

3.000
Addetti alla lavorazione nel settore Prosciutto di Parma.

VALORE PROSCIUTTO DI PARMA

800 milioni di euro
Valore alla produzione Prosciutto di Parma.

1.700 milioni di Euro
Giro d'affari al consumo Prosciutto di Parma.

VENDITE ITALIA

1.340 milioni di Euro
Giro d'affari al consumo Prosciutto di Parma.

VENDITE ESTERO

181 milioni di euro
Fatturato export del Prosciutto di Parma.

360 milioni di euro
Giro d'affari al consumo Prosciutto di Parma.

2.062.000
Prosciutti di Parma esportati nel 2009.

+1,6% Differenza 2009/2008

PREAFFETTATO

56 milioni di confezioni
(1,2 milioni di prosciutti) Totale vendite.

16 milioni di confezioni
(360.000 prosciutti) Vendite Italia.

40 milioni di confezioni
(806.000 prosciutti) Vendite estero.

Differenza

PARLA NICOLA GHERSETICH, TITOLARE DEL "TOSINI"

"Sono le dure regole del mercato ma a Parma siamo preoccupati"



Prosciuttificio Tosini

I numeri parlano chiaro. Su 164 produttori che fanno parte del Consorzio del prosciutto di Parma almeno 110 sono parmigiani. Cifre che dicono chiaro che la parte più consistente della produzione del re dei salumi è ancora nelle mani di aziende autoctone. Si tratta spesso di impianti di medie dimensioni di proprietà famigliare. Una garanzia del radicamento sul territorio. E' anche vero che negli anni

suscitare particolari preoccupazioni. Questa volta, invece, l'arrivo in grande stile in terra parmigiana di un produttore del concorrente diretto, il San Daniele, qualche apprensione in più la fa venire. Soprattutto in chi da sempre produce e lavora in zona. E' il caso dei titolari del prosciuttificio Pio Tosini di Langhirano. «E' una cosa un po' preoccupante. Certo fa parte delle regole del mercato», dice Nicola Ghersetich,

acquire un'azienda qui da noi. Però resta preoccupante che un'azienda che proviene dall'area del San Daniele decida di venire a produrre qui da noi». Alla Tosini non lo dicono apertamente ma il sospetto di una piccola colonizzazione c'è. Anche perché non c'è nessun produttore di Parma che abbia deciso di andare a produrre in Friuli. «Operazioni di questo tipo - si affrettano però a dire