

Trend Le imprese diversificano per aumentare i margini, puntando al restyling della «pasta»

Il riso va alla ricerca di una seconda vita

Si riprende a coltivarlo. I prodotti salutistici battono la crisi

DI ALESSANDRA PUATO

Un anno «terribile, un ottovolante»: così Dario Scotti, presidente e amministratore delegato della Riso Scotti spa, definisce il 2008 per l'industria del riso.

Prezzi della materia prima, il risone, alle stelle, con aumento del 90% in quattro mesi (da marzo a giugno, quando è stato toccato a Milano il picco di 550 euro a tonnellata, contro i 230 del giugno 2007); diminuzione delle risaie a favore dei più redditizi frumento e mais per gli eco-carburanti, con superfici coltivate diminuite del 3,5% solo in Italia; e «aumenti dei prezzi al consumo bloccati per sei mesi dalla grande distribuzione — dice Scotti —. L'industria ha dovuto sopportare gli aumenti senza poterli trasferire sul prodotto finito».

Segnali di svolta

Questi i problemi principali di un settore che raduna ormai in Italia solo una cinquantina di aziende, per un giro d'affari complessivo di un miliardo di euro. Ora, sembra che ci sia il segnale della svolta. Anche perché, contrariamente alle previsioni, per via del calo del petrolio, sono tornate ad aumentare le superfici coltivate a riso: 235.500 ettari stimati a fine 2009, il 5% in più rispetto al 2008.

«Quest'anno è più tranquillo, nonostante la crisi generale — dice Scotti —. Non siamo più compressi fra la grande distribuzione e l'agricoltura». «C'è un recupero lento dei consumi — conferma Mario Preve, presidente di Riso Gallo e dell'Airi, Associazione industrie risiere —. Siamo tor-

nando ai livelli degli altri anni, vedremo come andrà l'estate, la stagione delle insalate di riso». «Il prezzo del mais è crollato nelle ultime settimane, il riso garantisce agli agricoltori un reddito superiore», dice Roberto Carriere, direttore dell'Airi.

Wellness

Quel che sembra certo è che l'industria, più che sulla tradizionale scatola di riso, sta puntando sui prodotti «salutistici»: benché di prezzo più alto, continuano infatti a piacere ai consumatori. «Prodotti come le gallette, le barrette, l'olio di riso, la pasta di riso coprono il 25% del fatturato e il 40% delle vendite a marchio Scotti in Italia», dice Dario Scotti. Anche se la pasta di



Leader **Dario Scotti**, presidente del gruppo **Scotti**, e, a destra, **Mario Preve**, presidente di **Riso Gallo**

riso — lanciata da Scotti nel 2002 e sulla quale Riso Gallo entrò in concorrenza nel 2005 — è in frenata.

Sul giro d'affari di Riso Scotti (163 milioni di euro nel 2008, +15%, attesi in crescita del 10-12% quest'anno, con utile lordo stimato a 4,6 milioni, +13%; il consolidato di gruppo 2008 è di 259 milioni, +22%), la pasta incide ora solo per il 5% circa,

dopo essere arrivata, in passato, all'8% (una riduzione dovuta anche alla crescita a valore degli altri prodotti).

E sui ricavi di Riso Gallo (110 milioni di euro, +10% sul 2007, con stima d'incremento a 115 milioni quest'anno, con utile lordo di 1,2 milioni) pesa in misura ancora inferiore, sotto il 2%: «C'è stata una caduta della pasta di riso — dice Preve — un po' per i prezzi più alti rispetto alla pasta tradizionale, un po' per i problemi di cottura che si sono registrati all'inizio».

«Mentre il resto è cresciuto, la pasta si è assestata su livelli inferiori alle attese — nota Scotti —. L'abbiamo rilanciata, con un prodotto dal gusto più adatto al consumatore italiano. L'ingresso nel mercato sarà completato nei prossimi mesi».

Innovazione

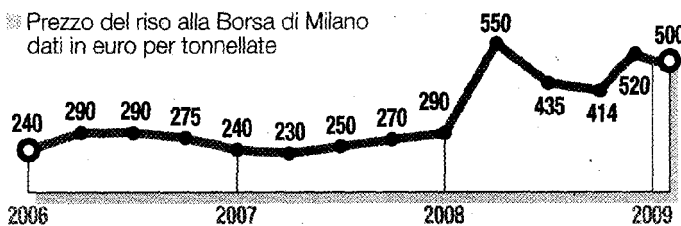
Prima la pasta Scotti veniva prodotta in Thailandia, ora nello stabilimento pavese di Brivio Vela, dove funziona da circa sei mesi un mulino per la nuova gamma PastaRiso, con un impianto di estrusione per mescolare le farine di riso. «C'è un procedimento di gelatinizzazione che consente di produrre la pasta anche nei formati lunghi — spiega Scotti — e in più è mantenuta la gemma di riso, il germe, che di solito viene tolto». Questo consente fra l'altro alla pasta di riso, finora bianca, di avere un colore simile a quella tradizionale: era questo uno dei motivi che teneva lontani molti italiani. «Inoltre tiene la cottura», dice Scotti.

La diversificazione è strategica per il settore: «Nel riso rimarranno due-tre marchi e poi i marchi per conto terzi — prevede Preve, sul cui fatturato l'export pesa il 27% —. Le aziende risiere scenderanno a una decina». È un problema anche europeo, visto che i due terzi del riso italiano finiscono sul mercato Ue. Scotti sta investendo sulla Romania, che già vale il 10% del suo giro d'affari: «Abbiamo comperato molte terre, questo ci permetterà di sviluppare la filiera anche per l'Europa dell'Est».

L'identikit

I principali dati dell'industria legata al riso

● Prezzo del riso alla Borsa di Milano dati in euro per tonnellate



● Riso lavorato in Italia, dati in tonnellate

Campagna	2008/2009	2007/2008	2006/2007	2005/2006
● Produzione netta	851.855	950.421	880.449	874.885

● Superfici seminate a riso in Italia, dati in ettari

2006	228.510
2007	232.549
2008	224.198
2009	235.500 (stima)

Fonte: Airi

I numeri

4 mila Aziende risicole

50 Industrie risiere

1 miliardo di euro

Fatturato industrie risiere

S. Franchino