

Le aziende del Centro Italia puntano sulla qualità della materia prima, su competenze radicate e un know how sempre più tecnologico.

L'Emilia-Romagna, che da sola vale il 16,76% del fatturato dei Champions, si conferma un'area dove lo spirito imprenditoriale è diffuso.

In variabili come popolazione, superficie, Pil, l'incidenza della regione sul totale nazionale oscilla fra il 7 e il 9%

Per export, numero di distretti e di medie imprese, i valori balzano però fra il 13 e il 15%.

Ecco perché sono esempi da osservare

(e magari imitare) da vicino...

DAL CIBO AL 4.0 QUITUTTI CORRONO

PRE GEL (GRUPPO SYN-GEST)/REGGIO EMILIA

Il gelato made in Emilia sulle tavole del mondo



Alimentare

Da sinistra, Lucio Rabboni, presidente e ceo di **PreGel**, e Marco Casol, managing director dell'azienda emiliana di ingredienti per gelati

Da piccolo laboratorio per la produzione artigianale di prodotti per gelaterie e pasticcerie, nato nel 1967 dalla vena imprenditoriale di una coppia, Lucio Rabboni e la moglie, ad azienda globale con 21 filiali nel mondo, 130 Paesi raggiunti e un fatturato consolidato da 130 milioni di euro (70% dall'export). Alla **PreGel** (gruppo Syn-Gest), hanno individuato un business vincente e non l'hanno più lasciato. Anzi, continuano a crescere, fornendo a bar, gelaterie, pasticcerie, fast food, ristoranti, la materia prima per creme e sorbetti o per i così detti «soft». Tra le innovazioni portate da Rabboni, oggi presidente, c'è per esempio lo Yoggi, il sapore yogurt nato nel 1985, un marchio registrato che nel tempo si è adattato ai gusti contemporanei. Spiega Marco Casol, *managing director*: «Con Vittorio Rabboni (figlio di Lucio), amministratore delegato e responsabile del marketing, siamo sempre allo studio di nuove formule. Abbiamo un team di oltre 30 ricercatori che lavorano a sapori e combinazioni in linea con i trend, ma anche a formule semplici e veloci che aiutino l'attività quotidiana dei clienti. Per esempio oggi cresce la richiesta di gelati funzionali, dedicati a chi ha intolleranze, allergie o stili di vita particolari», chiarisce Casol. Così, per i Paesi arabi, sono stati creati prodotti *ad hoc*, da consumare anche durante il Ramadan.

Uno dei pallini della **PreGel** è la formazione: l'azienda ha 25 training center nel mondo e un nuovo «Talent program» in Italia che prevede, per il 2019, una ventina di assunzioni di neolaureati, destinati a posizioni manageriali sull'area commerciale in tutto il mondo. Buon segno per un anno iniziato con qualche incertezza. «Noi però abbiamo un trend positivo e auspichiamo che continui — conclude Casol —. Il nostro settore è correlato ai fattori climatici ed economici, speriamo in un anticipo di primavera e in un'estate tradizionale». Le multinazionali del food bussano alla porta? «Siamo lusingati dalle costanti attenzioni della finanza, ma la nostra è un'azienda con un'impronta familiare e molto legata alla sua terra: Dario (l'altro figlio di Lucio), amministratore delegato e legale rappresentante, è il portavoce dei valori aziendali e lavora ogni giorno per creare nuove sinergie e opportunità per diffondere la nostra cultura del gelato artigianale».

Francesca Gambarini

© RIPRODUZIONE RISERVATA