

LOURENS SMAK / ALAMY



- 1 Confezioni di Mentos, uno dei marchi di Perfetti Van Melle
- 2 Il nuovo stabilimento di Lainate realizzato dagli architetti dello Studio Archa
- 3 Un'immagine della produzione a Lainate negli anni Sessanta

**Alimentare**

# Perfetti: "Caramelle e gomme sono il dolce del made in Italy"

ROBERTO RHO, MILANO

Per la multinazionale di Lainate, che oggi ha sede in Olanda, il mercato domestico vale un quarto del fatturato. Ma il centro ricerche che sforna nuovi prodotti a getto continuo è ancora in Lombardia

**D**ici multinazionale italiana (dell'alimentare e affini), e il pensiero corre al gruppo Aia, a Cremonini, Ferrero, Barilla, Lavazza. Per non parlare di Parmalat, Star, Sanpellegrino o delle altre storiche aziende nazionali finite in mani straniere. Raramente, citando a memoria, nella top list spunta il nome del gruppo Perfetti, Lainate, primo hinterland milanese. Forse perché, dal 2013, a un decennio abbondante dall'Op da un miliardo di euro sull'olandese Van Melle, l'azienda ha trasferito ad Amsterdam il suo quartier generale. Forse perché il gruppo realizza in Italia ormai "soltanto" un quarto del suo fatturato globale (2,4 miliardi). Forse perché l'Italia è ormai solo uno dei 150 Paesi del mondo in cui Perfetti Van Melle produce e vende caramelle, chewing gum e lollipop.



**Corrado Bianchi**  
ad di Perfetti Van Melle

consumatori italiani dai Caroselli degli anni 60 e da testimonial popolari come Gigliola Cinquetti e Carla Gravina - è Brooklyn, e tutti storpiano l'americano "chewing gum" o, nel migliore dei casi, la chiamano "gomma americana". In Italia c'è, radicata da decenni, una struttura industriale che oggi produce 69mila tonnellate di gomme e caramelle, fattura circa 665 milioni di euro e dà lavoro a 1.200 persone.

**UN TEAM MULTIETNICO**

In Italia c'è, soprattutto, il cervello del gruppo: il settore Ricerca e sviluppo, diretto da Martin Walzl, un team multietnico di una cinquantina di talenti che esplora le nuove frontiere del mercato "confectionery" e progetta buona parte dei prodotti che saranno poi ingegnerizzati negli stabilimenti di tutto il mondo. In Italia c'è l'agenzia interamente controllata dal gruppo che crea molte delle fortunate campagne pubblicitarie dei prodotti di casa e ne disegna il packaging. In Italia, infine, resta la proprietà dell'azienda, che fa capo ad Augusto e Giorgio, riservatissimi figli di Ambrogio, uno dei fondatori.

Perfetti Van Melle, oggi, è il frutto della creatività imprenditoriale di Ambrogio ed Egidio, che fin dagli anni 70 consentiva all'azienda di aggiungere alla "gomma del ponte" Brooklyn altri marchi poi diventati storici come Big Babol, Vigorsol, Happydent, Vivident e Alpenliebe; di una incessante campagna di acquisizioni Caremoli (Golia) e Gelco negli anni 80, Frisk a metà dei 90, Van Melle (Mentos) all'inizio del nuo-



vo millennio, Chupa Chups nel 2006 - e soprattutto della continua ricerca di nuovi prodotti e nuove frontiere del mondo "confectionery", dalle gomme senza zucchero ai prodotti sempre più orientati all'igiene orale. Sono, a settant'anni dalla fondazione, gli stessi ingredienti, affinati nel tempo, con i quali oggi Perfetti Van Melle prova a uscire dalla crisi probabilmente più lunga della sua storia. «In Italia - ammette l'ad Corrado Bianchi - soffriamo gli effetti di una recessione pesante che ha minato la fiducia dei consumatori, un indicatore sensibilissimo per chi come noi vende prodotti che non sono di prima necessità. E soffriamo il calo demografico, che innalza l'età media dei consumatori e naturalmente penalizza chi, come Perfetti, produce la fetta più importante del fatturato tra le fasce più giovani. L'Italia è un mercato maturo, stimolarne la reazione, con una congiuntura così difficile è un lavoro molto più complicato che altrove».

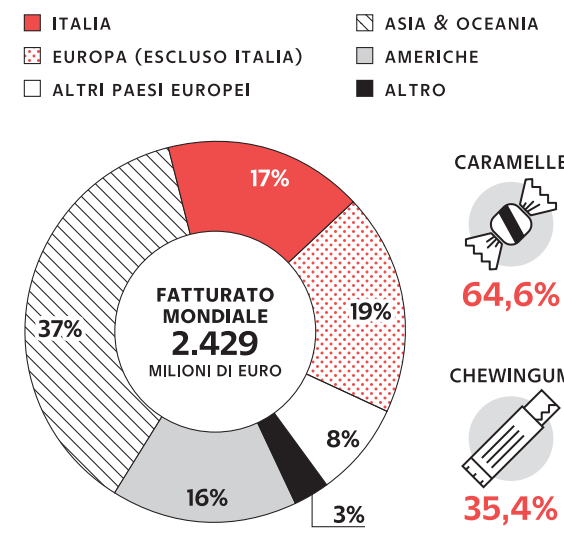
**QUASI UN MONOPOLIO NELLE GOMME**

Qui, per ragioni storiche, il fatturato dei chewing gum (mercato nel quale Perfetti è quasi monopolista, con una quota sopra il 90%) supera largamente quello delle caramelle (la proporzione è 60 e 40, più o meno ribaltata rispetto al 36-64 del fatturato globale). Il 60% abbondante della produzione sfornata dallo stabilimento di Lainate resta in Italia, il resto vola verso i mercati internazionali. A poca distanza dall'headquarter italiano, Gum Base (fondata negli anni 60) produce gomma base e gomma compressata per parecchie consociate del gruppo e per molti altri clienti e concorrenti. Caramelle e bubble gum La Giulia, da Gorizia, gelatine e liquirizie Gelco, dalla provincia di Teramo, e la frutta secca di Valisi, dalla provincia di Rimini, l'ultimo, ancora fresco ampliamento della gamma, completano il ventaglio dei prodotti italiani.

La riformulazione dei prodotti base - per esempio con l'uso ormai quasi esclusivo dello xilitolo per le gomme da masticare - la ricerca di formule sempre più aderenti alle esigenze di salute e benessere, l'innovazione dei prodotti per vegetariani e vegani testimoniano la tensione costante a incrociare le nuove abitudini alimentari dei consumatori italiani, per allargare la base del mercato aggredita dalla flessione demografica. Il 2018 ha segnato un'ulteriore, lieve limatura dei volumi. «Per l'anno in corso - annuncia Bianchi - prevediamo la stabilizzazione del fatturato, conseguenza diretta della flessibilità e della rapidità dell'azienda nel proporre prodotti sempre rinnovati e attenti ai principi del "better for you" e della sostenibilità».

**Inumeri**

**I MERCATI DI PERFETTI VAN MELLE**  
VENDITE 2018, RIPARTIZIONE PER AREA GEOGRAFICA E TIPOLOGIA



© RIPRODUZIONE RISERVATA