

Al pranzo non si rinuncia ma l'uovo si è rimpicciolito

L'ANALISI

STEFANO PAROLA

MOLTI torinesi passeranno il weekend di Pasqua a casa (le agenzie di viaggio dicono che le prenotazioni sono in calo del 10 per cento) e forse anche per questo i rappresentanti dei commercianti sono un po' meno disfattisti del solito. Sia Confesercenti sia Ascom hanno infatti sondato gli animi dei propri associati e entrambe sono abbastanza ottimiste, soprattutto sui prodotti più tipicamente pasquali. «Come per il Natale, le famiglie torinesi si mostrano, per la prima volta dopo anni di crisi, moderatamente disponibili a concedersi qualche sfizio in più negli acquisti di generi alimentari» racconta Maria Luisa Coppa, presidente dell'Ascom Torino. Stefano Papini, leader di Confesercenti, è più guardingo: «I dati devono ancora fare i conti con il momento di difficoltà economica generale, certo non ci si poteva aspettare di più. Il fatto però che si confermi sostanzialmente il livello di acquisti dell'anno scorso appare confortante».

PASQUA CON I TUOI

Il meteo promette poco o nulla di buono, così i torinesi paiono concentrarsi di più sul rito del pranzo pasquale. «Il livello di preno-

Coppa, presidente di Ascom
«Le famiglie hanno ricominciato a concedersi qualche sfizio»
Male invece le agenzie di viaggio

zioni fa ben sperare in un rush finale che ci dia una boccata d'ossigeno» commenta Mauro Rosada, presidente dei salumieri dell'Ascom. Secondo lui «se quest'anno gli acquisti sono all'insegna dell'oculatezza, è ben difficile che si rinunci nelle feste ai piaceri della tavola, anche perché le famiglie si muovono sempre meno». I commercianti giurano che i prezzi non sono aumentati: la coscia o la spalla di agnello nostrano costano sui 14-15 euro al chilo, con quello inglese o spagnolo si scende sui 10-11, mentre il capretto è sui 18 euro. «Per ora gli acquisti sono in linea con quelli dello scorso anno» evidenzia Confesercenti Torino. La pioggia potrebbe però giocare un brutto scherzo ai macellai in vista di Pasquetta e della classica gita fuori porta.

AI DOLCI NON SI RINUNCIA

«I nostri associati parlano di acquisti iniziati nello scorso weekend e contano su un'ulteriore accelerazione in questi ultimi giorni» spiega Confesercenti Torino, che prevede «vendite di uova di cioccolato e colombe paragonabili a quelle dello scorso anno, che non era stato negativo». L'Ascom parla però di un fenomeno curioso: i dolci si sono rimpiccioliti. Secondo l'associazione, infatti, i torinesi preferiscono risparmiare e quindi non superano i 750 grammi nel caso delle colombe, mentre si tengono tra i 300 e i 600 quando si parla di uova. I prezzi? «Sono gli stessi dello scorso anno» assicurano le due sigle di categoria. Se si parla di prodotti di pasticceria, per i dolci di cioccolato con la sorpresa si oscilla tra i 45 e gli 80 euro (a seconda della decorazione) e per la "cugina" del panettone si va dai 22 ai 34 euro.

LA COLOMBA "INDUSTRIALE"

Segnali molto positivi arrivano da chi sfor-

Boom di produzione per i due big piemontesi del dolce pasquale **Balocco** e **Maina**: più 20% di colombe rispetto allo scorso anno

na le colombe su grande scala. Due delle regine del mercato sono piemontesi ed hanno entrambe sede a Fossano, nel **Cuneese**. Una è la Maina, che prevede di chiudere questa campagna di Pasqua con una produzione in aumento del 15 per cento rispetto allo scorso anno: funzionano soprattutto le colombe classiche (più 20 per cento), ma anche le farcite si difendono bene (più 13). L'altra impresa è la Balocco, seconda realtà italiana per volumi di dolci pasquali prodotti: in questo caso la versione classica si vende sempre bene (più 20 per cento), ma uno dei prodotti che più stanno spopolando è la "mini colomba", anche perché l'azienda è riuscita a coinvolgere un testimonial d'eccezione. Quest'anno, infatti, sulle sue confezioni c'è anche **Peppa Pig**, la maialina protagonista del cartone animato più in voga tra i bambini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PRESIDENTE
Stefano
Papini guida la
Confesercenti
di Torino