

DIRETTORE RESPONSABILE ITALIAGGI
PIERLUIGI MAGNASCHI

L'azienda dolciaria comunica in tv i valori del brand. Ed esporta in 40 paesi del mondo

Maina punta tutto sul panettone

Che all'estero è considerato il vero dolce made in Italy

DI CARLO ARCARI

Non tutte le industrie dolciarie specializzate in prodotti per le festività hanno deciso di passare alla colazione, ma anzi vogliono presidiare il comparto. Tale è Maina che vuole restare fedele al panettone, un baluardo soprattutto all'estero dove pandori o colombe pasquali non sono immediatamente associati al made in Italy.

«È dagli anni 80 che siamo focalizzati sui dolci da ricorrenza, soprattutto il panettone, e crisi o non crisi siamo sempre cresciuti costantemente», afferma **Marco Brandani**, amministratore delegato di Maina. Con una produzione di oltre 21 milioni di pezzi (a marchio Maina e conto terzi) e un fatturato lordo nel 2013 di 78 milioni di euro (+7%), l'azienda si conferma oggi come la seconda realtà produttiva italiana nel mercato dei dolci da ricorrenza, con una quota di mercato a volume totale di circa il 17%.

«Nel 2013 abbiamo prodotto e venduto 21 milioni di pezzi, 70% panettoni, con un fatturato di 78 milioni di euro in crescita del 5% sul 2012, nonostante la battuta d'arresto del mercato che in questi anni ha perduto circa 100 milioni di pezzi in Italia», dice il manager che rappresenta una delle due famiglie che hanno fondato e gestito l'azienda. «Noi vogliamo continuare a espandere il posizionamento del nostro prodotto. Per far questo e spiegare al pubblico il valore del panettone Maina, da sempre investiamo nella tv generalista che ci consente di raggiungere il maggior numero di consumatori. Da sempre abbiamo messo a punto la tecnica di produzione basata sul lievito madre e l'abbiamo mantenuta nel tempo. Il nostro claim, "piano piano, buono buono", spiega appunto la nostra scelta di puntare sempre sulla qualità artigianale del prodotto».

Maina esporta in 40 paesi del mondo il 15% del suo fatturato derivante dalla vendita

dei panettoni (né pandoro, né colomba, che non vengono identificati come made in Italy quanto il panettone), soprattutto in Usa, Uk e Germania.

«Nel 2014 siamo partiti molto bene e continueremo a

chiudere l'anno con un aumento del fatturato pari al 6%», continua Brandani. «Oggi siamo già al 25% del portafoglio ordini di Natale, ma tutti i segnali provenienti dal mercato sono positivi e i consumatori confermano il loro orientamento alla qualità. In comunicazione investiremo anche nel 2014 una cifra non inferiore ai 10,5-11 milioni di euro e lo faremo ancora sulla tv che nel nostro settore ha visto calare del 40% circa gli investimenti delle aziende sul Natale. Noi invece abbiamo mantenuto il budget in linea con il 2013 e abbiamo rafforzato l'impegno».

Maina ha testato anche il canale di internet e dei social network, sui quali investirà quest'anno il 2% del budget. La tv resta il mezzo principale, ma è vero che il web, il sito e la pagina Facebook consentono di comunicare di più la qualità del prodotto al consumatore dei 15 secondi dello spot.

Sul mercato natalizio, inoltre, Maina sarà presente con il panettone Anniversary, un classico panettone basso milanese, in edizione limitata, avvolto in una confe-



Marco Brandani

zione esclusiva ed elegante che celebra l'importante traguardo raggiunto grazie anche al logo del "cinquantesimo".

In prospettiva futura l'azienda dolciaria fossanese, forte delle proprie posizioni di mercato raggiunte in Italia, resta legata al territorio che l'ha vista crescere e svilupparsi. Proprio in quest'ottica sono iniziati da qualche mese i lavori di ampliamento del sito produttivo, che entro il 2015 consentiranno alla Maina di aumentare di 4.000 mq gli spazi produttivi. L'azienda prevede di investire oltre 20 milioni di euro, per aumentare la capacità produttiva, rinnovare lo stabilimento e ampliare il punto vendita. «Nel 2015 rafforzeremo la strategia sul prodotto», conclude Brandani, «e l'investimento nello stabilimento di Fossano servirà a ospitare le nuove produzioni di panettoni di alta gamma».

—© Riproduzione riservata—