

## Maina prosegue la crescita e investe altri 20 milioni. Senza banche

di Elena Dal Maso

«Da qualche mese le banche fanno la fila davanti all'azienda per proporre finanziamenti fino a quattro anni». Lo dice Marco Brandani, amministratore delegato di Maina, secondo produttore in Italia di panettoni con una quota del 17% dietro al gruppo **Bonli-Motta**. «Per fortuna siamo liquidi e solidi, con una patrimonializzazione di 17 milioni di euro», aggiunge il manager, seconda generazione dell'azienda di Fossano, in provincia di **Cuneo**, che festeggia i 50 anni di attività. «Merito della norma che ha accelerato i pagamenti alle imprese, che non devono eccedere i 60 giorni, se oggi siamo più forti». Negli ultimi anni Maina è sempre cresciuta, passando dai 67 milioni di fatturato del 2009 ai 78 milioni del 2013, con un utile netto del 3% lo scorso anno. Metà del fatturato arriva dal marchio proprio, metà dal lavoro per conto terzi, come per esempio importanti catene di supermercati. «Nel 2014 abbiamo registrato una Pasqua davvero buona», spiega Brandani, «con un aumento delle vendite del 14-15%. Le colombe rappresentano un terzo del giro d'affari annuale della società». In base a una stima prudenziale l'azienda si aspetta di chiudere il 2014 con un incremento del 5% del giro d'affari. L'85% della produzione è venduta in Italia, il 15% all'estero, in Paesi come Stati Uniti, Canada, Australia, Regno Unito (il marchio è presente in oltre 40 nazioni del mondo), per i quali si realizzano

anche prodotti ad hoc, come per esempio un panettone con il burro di noccioline. Ogni giorno escono dallo stabilimento di Fossano 100 mila dolci che traggono tutti origine da una gigantesca pasta madre che ha la stessa età dell'azienda, 50 anni. Ricchissima di bio-organismi, è alimentata, tenuta in vita «e persino anche coccolata tutti i giorni dal nostro personale», dice Brandani. Maina ha approvato un piano di investimenti pluriennale di 20 milioni di euro. Una prima tranche è stata realizzata e riguarda

l'ampliamento del sito produttivo, passato da 100 mila a 104.500 metri quadrati. «Questi lavori ci hanno impegnati per 6-6,5 milioni», spiega l'ad, «ma le spese più importanti riguarderanno gli investimenti tecnologici in macchinari di alta qualità che faremo a breve».

L'azienda è stata fondata da due famiglie, i Brandani e Di Gennaro. Oggi vi lavorano i fratelli Marco e Marta Brandani e quattro Di Gennaro: Roberto, Ugo (specializzazione in marketing a Berkeley), Massimo e Angelo. Maina ha sempre investito in pubblicità a sostegno del marchio. Negli anni 80 ha fatto ricorso a testimonial famosi come Mike Buongiorno, Teo Teocoli e Fiorello. Anche quest'anno spenderà 10,5 milioni di euro soprattutto in spot tv. «Il nostro testimonial sarà un coro gospel che canta il motto dell'azienda: Piano piano, buono buono. È uno spot che non cambia dal 2006», conclude Brandani, «ma abbiamo verificato che continua a piacere molto e non stanca». (riproduzione riservata)



Marco Brandani