



www.ecostampa.it

MADE IN ITALY

Domori, distribuzione globale Riccardo Illy: «Allarme costi»

Il marchio del Polo del Gusto firma un accordo con il gruppo internazionale Irca. Intanto il presidente avverte: «La variabile climatica impatta sulle materie prime»

Luigi dell'Olio/TRIESTE

Un accordo di distribuzione a livello globale per consentire a Domori di crescere nel segmento food service, vale a dire quello delle materie prime e degli ingredienti utilizzati dagli artigiani (cioccolatieri, pasticceri, gelatai e piccole industrie) per realizzare i prodotti finiti da destinare alla vendita ai consumatori finali. Si può sintetizzare così l'intesa raggiunta dalla società che fa parte del Polo del Gusto con Irca, operatore di calibro internazionale nella produzione di cioccolato, creme, frutta, pistacchi, decorazioni e altri ingredienti di alta qualità per il settore alimentare.

La multinazionale ha ottenuto i diritti esclusivi per l'utilizzo del brand Domori, con la distribuzione che partirà da gennaio prossimo. Domori, fondata in Piemonte da Gianluca Franzoni nel 1997, è un'azienda pioniera nel mondo del cioccolato, specializzata nella produzione di cioccolato con il cacao più puro, attraverso un processo ad hoc di tostatura delicata e rispettosa, promuovendo in particolare l'uso del Criollo (una varietà di cacao rara e di alta



«Cacao, prezzi alle stelle. E in India calo significativo della produzione di tè»

qualità).

«L'accordo si inquadra nello spirito che accomuna tutte le società del Polo del Gusto, vale a dire fare prodotti di qualità dirompente, cioè con grande attenzione a ogni dettaglio sia in fase di produzione che di distribuzione», racconta Riccardo Illy, presidente del Polo del Gusto. Una strategia estendibile alle altre società del



Un prodotto Domori e, a sinistra, Riccardo Illy

Polo? «Non vedo al momento questa possibilità», risponde in proposito Riccardo Illy, il quale cita due ordini di motivi. Il primo è legato al fatto che Domori «ha avviato la produzione professionale nel 2011, a differenza delle altre»; il secondo è relativo alla tipologia di business e di prodotti, da Dammann Frères (thè e infusi d'alta fama) ad Agri-

montana (marrons glacés e canditi), da Prestat (cioccolateria londinese), Pintaudi (prodotti da forno) ad Achillea (prodotti a base di frutta biologica).

L'aggiunta del marchio Domori eleva ulteriormente l'offerta di prodotti premium di Irca Group, e arricchisce il portafoglio del brand del gruppo, che include anche: Dobra, noto per le

decorazioni di cioccolato premium; Ravifruit, che offre puree di frutta di alta qualità; Cesarin, specialista in frutta candita e semi-candita. «Siamo lieti di accogliere il brand Domori perché rappresenta una perfetta integrazione con la nostra attuale offerta di prodotti», commenta dal canto suo la manager Annika Engelbrecht, group cmo di Irca. «Il portfolio B2B di Domori comprende un'ampia gamma di prodotti a base di cioccolato premium, a cui si affianca una profonda esperienza nella lavorazione del cacao - dalla fava di cacao al prodotto finito - e una gestione ottimale della filiera».

Quanto al Polo del Gusto, Riccardo Illy non si sbilancia in merito alle previsioni di fatturato. «La variabile climatica sta impattando pesantemente su alcune delle materie prime largamente utilizzate dalle nostre società», spiega il presidente. «Ad esempio in India si assiste da tempo a un calo significativo della produzione di tè, anche se finora questo non ha impattato sulle quotazioni della materia prima. Mentre nel caso di Domori siamo alle prese con una tempesta perfetta, con i due principali Paesi di produzione, Costa d'Avorio e Ghana, colpiti prima dalla siccità, quindi da malattie, tra cui una che arriva a uccidere la pianta, al pari della xylella per gli ulivi».

Nei casi più estremi, ricorda l'imprenditore-manager, «occorre ripiantare e attendere quattro-cinque anni affinché le nuove piante diventino produttive. Il risultato è che oggi il cacao costa mediamente tre volte in più dello scorso anno», conclude. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

130142