

STRATEGIE DI SVILUPPO

New Factor, il business della frutta secca

L'azienda di Coriano (RN) è specializzata nella lavorazione e vendita di mandorle, arachidi, pistacchi, semi di zucca e noci, queste ultime in parte coltivate in loco col metodo biologico.

ROBERTO FABEN

Lavorazione e commercializzazione delle varietà più pregiate di frutta secca, importate dalle aree vocate del Pianeta e sottoposte a rigidi controlli in tutte le fasi produttive, e sviluppo di filiere agricole locali basate sulla coltivazione biologica in Emilia-Romagna, nei segmenti delle noci e delle arachidi. Si basa su questi due obiettivi generali il modello "glocal" della New Factor (www.newfactor.it), società per azioni con sede a Cerasolo Ausa di Coriano (Rimini), una delle realtà più dinamiche, in Italia, di un comparto - quello della frutta secca in guscio e sgusciata - che richiede un considerevole *background* di competenze tecniche e commerciali.

Ma i risultati economici della società romagnola che, da un fatturato di 1,7 milioni di euro del 1981 è salita ai 28 milioni del 2008, sono dovuti, oltre

che alla politica imprenditoriale *marketing oriented* dell'attuale presidente ed amministratore delegato, **Alessandro Annibali** (foto nella pagina a fianco), all'esperienza familiare di un'azienda che cominciò a radicarsi intorno al 1950, quando Libero Annibali, nonno di Alessandro, avviò un'attività commerciale nel settore delle sementi agricole. Attività sviluppata e internazionalizzata dal figlio Iliano, il quale costituì, nel 1977, la Italsementi, specializzata nell'import di materie prime agroalimentari. Nel 1981 Italsementi rilevò il pacchetto di minoranza della "Factor Torrefazione Frutta Secca", che, nel 1991, divenne interamente di proprietà della famiglia Annibali, con il nome di New Factor, alla quale si deve la realizzazione dell'attuale stabilimento di Cerasolo Ausa.

Di notevole interesse è la strategia di import-export

Una fase della raccolta meccanica delle noci.



Foto Arch. New Factor

Alessandro
Annibali.

Foto Arch. New Factor



su cui la New Factor ha sviluppato la propria attività. Le varietà più pregiate di frutta secca sono importate da numerosi Paesi e selezionate all'origine, attraverso il consolidamento di partnership con i produttori locali, che consentono all'azienda di controllare le metodologie di produzione e

sottoporre il prodotto ai più attendibili test di qualità (da cui le certificazioni Iso 9002, Brc, Ifs e Bio). Le arachidi in guscio sono importate da Israele, Egitto, Stati Uniti (Texas) e Cina, mentre quelle sgusciate provengono da Argentina, Brasile e Cina. I pistacchi giungono da Iran e Stati Uniti (California), gli anacardi da India, Vietnam, Mozambico e Brasile, i semi di zucca dall'Ucraina. Dalla stessa Ucraina e dalla California arrivano anche le noci, che si affiancano a quelle di produzione nazionale (marchi "San Martino" e "Lara").

IMPIANTI ALL'AVANGUARDIA

Giunti allo stabilimento riminese, i prodotti sono lavorati mediante un impianto di cernita, salatura e tostatura, con forno a tunnel Proctor se si tratta di pistacchi, mandorle, arachidi in guscio e semi di zucca, e con forni rotativi Sheffield solo per i semi di zucca.

L'azienda si avvale, inoltre, di un secondo impianto di pelatura per le arachidi con selezionatrici ottiche e di un terzo per la tostatura e la salatura, in olio, d'arachidi, anacardi e mandorle. Fra le innovazioni tecnologiche appena introdotte dalla New Factor spiccano «lo sviluppo di una tecnologia - spiega l'amministratore delegato Annibali - in *partnership* con la Unitec di Lugo di Romagna, per la selezione, at-

traverso un *software* personalizzato, della frutta secca in base a variabili come il colore e la forma, e l'introduzione di una selezionatrice a risonanza per eliminare qualsiasi residuo dai prodotti sgusciati, forniti al canale industria e gelateria».

Dopo la preparazione, i prodotti sono trasferiti alle 13 linee di confezionamento, che sfornano circa 18 milioni di confezioni l'anno, nei più diversi formati (sotto vuoto spinto, lattine a banda stagnata in atmosfera protettiva, sacchi e vaschette di grande formato, in polietilene termosaldato). La vendita avviene sia con proprio *brand*, "Mister Nut" (il terzo per importanza nel comparto *grocery* italiano, dopo "Cameo" e "Nut Club"), sia con marchio *private label* (Coop Italia, Auchan, Metro, Tesori dell'Arca-Pam, Fior di Spesa-Billa, Standa ed altri). Nella componente del fatturato ricavato in Italia, oltre il 60% del prodotto è allocato sul mercato con marchio proprio e il 40% come *co-paker*. Gli sbocchi di vendita sono la grande distribuzione commerciale, l'Horeca, i mercati ortofrutticoli delle principali città italiane e il settore delle *vending machine*. L'export si attesta sul 15%, «e ha registrato una flessione del 2% - osserva Annibaldi - a causa della crisi sul mercato mondiale. Nelle ultime settimane, tuttavia, si sono osservati incoraggianti segnali di ripresa».

IL PROGETTO "NOCI DI ROMAGNA"

Molto interessante è anche l'attività della New Factor nell'ambito della frutta secca di produzione biologica e nazionale, che ha in Emilia-Romagna una delle sue aree strategiche, ma interessa anche altre regioni italiane. Nell'ambito di questo pro-

gramma, è già partito da qualche anno il progetto "Noci di Romagna", che ha beneficiato di finanziamenti nell'ambito dei Piani di sviluppo rurale 2000-2006 e 2007-2013.

Trenta ettari di noci della varietà pregiata "Chandler", di proprietà New Factor, sono già produttivi in un noceto a San Martino in Strada (Forlì-Cesena), coltivati con il metodo biologico, con sistemi d'allevamento ad alta intensità (8.300 piante ad ettaro) ed irrigui (50 litri acqua per metro quadrato al giorno) e raccolta meccanizzata, in grado di fare concorrenza ad altre varietà eccellenti, come quelle di Crain Farm (California). «Ma questa superficie si sta estendendo - spiega Annibaldi - dato che altri coltivatori, fra Imola e Forlì, stanno allargando la loro superficie destinata a noceto, che supererà complessivamente i 100 ettari nel 2011, per un potenziale produttivo conferito a New Factor di oltre 500 tonnellate annue». Le noci biologiche sono smallate, spazzolate, cernite a mano, essiccate e calibrate in un impianto *ad hoc*, per poi essere confezionate nello stabilimento di Cerasolo Ausa. Le confezioni sono commercializzate da Ecor/NaturaSi nel canale specializzato bio, con il marchio "Noci Terre di Romagna", e sono anche presenti negli scaffali della Gdo con il nuovo marchio, registrato da New Factor, "Mister Nut Bio". Ancora nel campo del bio, sempre in Emilia-Romagna, è partito il progetto "Arachidi di Romagna", cofinanziato dalla Regione, che «punta a costruire una filiera locale delle arachidi, colture che possono essere alternative a seminativi come mais e soia, senza l'utilizzo di chimica di sintesi, e in grado di produrre un'interessante Plv per l'agricoltore», precisa ancora Annibaldi. A questo scopo è già partita la coltivazione dei primi campi sperimentali. Ma nei programmi di sviluppo della New Factor è previsto anche un aumento della commercializzazione di frutta secca biologica prodotta in Italia, come le noci di San Martino, i pinoli pisani, le mandorle di Toritto (BA), i pistacchi di Bronte (CT) e le nocciole di Viterbo.

La New Factor, che ha un organico di 40 addetti e 35 agenti commerciali, detiene anche uno stabilimento in Ucraina, "Italobonifica", nella regione di Chernovtzy, sui monti Carpazi, dove avviene la prima lavorazione di noci in guscio e sgusciate, di produzione spontanea boschiva locale, paragonabili a tutti gli effetti al prodotto biologico, e di semi di zucca. È inoltre presente una moderna linea di surgelazione di mirtilli certificati bio, avviati soprattutto al canale dell'industria italiana (Orogel, Natura Nuova, Alce Nero e altri) e del Nord Europa, per la produzione di succhi di frutta o puree. ■

Frutti di noce.



Foto Arch. New Factor