

Primo Piano Coronavirus

L'INCHIESTA



Crescita dell'alimentare. Boom della domanda di pasta e di riso oltre il 30%

Cibo, bit e farmaci: la nuova domanda ai tempi del virus

Lo spostamento. Nel disastro collettivo balzo a doppia cifra per le vendite dei supermercati, boom di richieste per connessioni e computer, corsa crescente a medicinali e dispositivi sanitari

Luca Orlando

«Guardi, dei ricavi non mi preoccupo. Oggi sono l'ultimo dei problemi». Rinaldo Ballerio, numero uno della varesina Elmec, di mestiere vende anche computer e connettività. Una sorta di commodity fino a poche settimane fa, diventata acqua nel deserto ai tempi del Coronavirus. Con i clienti a sussurrare di chiamate il gruppo per acquistare 20, 50, 100 desktop per volta. «Che neppure facciamo in tempo a predisporre - spiega l'imprenditore - perché spesso vengono di corsa a prenderli, prima che finiscano. Come infatti è accaduto». La rincorsa frenetica è obbligata delle aziende verso lo smart working spinge la domanda di Elmec, così come in generale quella del settore Ict, delle videoconferenze, di tutto ciò che riguarda la connessione remota. Ambiti che per ora si salvano dal disastro produttivo. Quantificabile con certezza solo quando saranno disponibili i dati Istat di marzo e pure già ben dimensionabile guardando la caduta verticale dei consumi di energia, così come i dati del sondaggio flash realizzato da Confindustria Bergamo, che indica nel 60% la quota di aziende del territorio ferme o fortemente ridimensionate. Un quadro drammatico, al cui interno tuttavia vi sono alcune aree di "resistenza". Facilitata dalla tecnologia, come è il caso di Elmec (il 95% delle persone dell'azienda può operare in smart working) o spinta dalla domanda, come capita a settori diventati ancora più strategici rispetto allo standard: alimentari, farmaceutica e distribuzione.

Settore quest'ultimo azzerato o quasi nel non-food, che nella parte alimentare invece corre. Eloquenti i dati di Iri sui negozi: tra il 9 e il 15 marzo le vendite sono balzate del 15%, con punte del 19% nei supermercati, del 28% nei discount, del 41% nei piccoli negozi di prossimità, riscoperti e tornati vincenti in una fase di mobilità ridotta, che al contrario (-8%) penalizza gli ipermercati. Ancora più forte lo "strappo" visibile via web: nelle tre settimane dell'emergenza le consegne online crescono del 79%, quasi triplicate invece le spese ordinate sul web e ritirate in negozio. Inevitabile la ricaduta a monte della filiera, con or-

dini in crescita per i produttori di generi alimentari: in particolare pasta e riso, farine, tonno, scatolame. Anche se per alcuni comparti, latte in primis, la chiusura totale del canale hotel-ristoranti-bar produce l'effetto opposto, in media il settore è sotto pressione. E al momento regge l'urto della domanda. «Grazie alle scelte nette e rapide dell'Europa sulla circolazione dei prodotti e al lavoro encomiabile dei trasportatori - spiega il presidente di Federalimentare Ivano Vacondio - il settore tiene, in qualche caso affrontando picchi di domanda raddoppiata o triplicata. Conosco un pastificio che è passato da 100 a 300 tir spediti al giorno. Le assenze del personale sulle linee produttive iniziano però ad incidere e spero che il Governo provi ad aiutarci in questo senso. Magari rimodulando le formule dei permessi: il nostro è un settore strategico anche per il mantenimento dell'ordine sociale e credo occorra tenerne in qualche modo conto».

«In effetti qui da noi le assenze sono del 10% superiori alla media - spiega Nicola Levoni, presidente dell'omonimo gruppo mantovano di salumi e carni (che non ha alcun legame con la Alcar Uno di Modena) - e anche se gli ordini sono in crescita faticiamo a soddisfarli. Ad ogni modo restiamo operativi. E per questo dobbiamo ringraziare

re il lavoro straordinario delle persone. Impegno che sta facendo la differenza».

Altro comparto chiaramente sotto pressione è quello farmaceutico, operativo al 100% della produzione anche grazie all'attivazione di task force specifiche a livello di comparto. Per gestire in primis sicurezza degli addetti, piani emergenziali di produzione, distribuzione. «Difficile fare di più - spiega il presidente di Farmindustria Massimo Scaccabarozzi - anche perché spesso si tratta di produzioni a ciclo continuo. La domanda è in crescita e facciamo di tutto per soddisfarla, anche se ora le richieste sono anche oltre le attese. Per gestire questi ordini improvvisi abbiamo coinvolto anche Assogenerici ma l'appello a tutti è quello di non esagerare nelle scorte: serve responsabilità, si facciano solo ordini appropriati. Ad ogni modo per noi sicurezza, protezioni e igiene massima sono lo standard: siamo attrezzati per procedere».

A correre è anche la domanda di tutto ciò che riguarda forniture dirette agli ospedali. A partire dall'Ossigeno, con i principali produttori (Siad, Sapia, Sol, Air Liquide) alle prese con una domanda moltiplicata più volte. All'Ospedale di Bergamo, ad esempio, Siad segnala consumi di ossigeno per 540 metri cubi ogni ora: il quadruplo della norma. Ordini a pioggia anche per le forniture di materiale sanitario, come i camici per medici. Richieste che riempiono di commesse ad esempio i produttori di filati particolari in argento, rame o carbonio, come la bergamasca Tecnofiliati, che ha ordini doppi rispetto alla media.

Orari quasi raddoppiati a 13 ore al giorno anche per la bolognese Siare Engineering, solitario produttore nazionale di ventilatori polmonari. Pmi da 35 addetti che prima della diffusione del contagio ne realizzava 150 al mese, in prevalenza diretti all'estero. Mentre ora, dopo l'arrivo dei tecnici dell'esercito (15 già operativi, altri dieci da domani) è riuscita a produrne 30 in un solo giorno. Passo tuttavia da mantenere senza soste o inciampi per soddisfare le richieste della Protezione Civile: 700 al mese. Sperando che bastino.



Itamponi made in Italy. La Copan Diagnostic di Brescia, 600 dipendenti, ha sedi in tutto il mondo e produce milioni di tamponi a settimana per il test del coronavirus. La produzione che si è moltiplicata e nei giorni scorsi ha spedito 500mila kit negli Usa

+19%

VENDITE NEI SUPERMERCATI

La scorsa settimana, secondo le rilevazioni di Iri-Infoscan, boom di vendite nei supermercati. Al Sud balzo del 25%

GTS DI BARI

Merci su treno in crescita del 70%

«Sistema a dura prova, ma garantiamo il servizio con sei terminal»

Marco Morino

MILANO

Il trasporto merci su ferro è in questo momento la modalità più sicura e affidabile perché minore è il numero delle persone coinvolte rispetto alla quantità di merce movimentata. In questi giorni drammatici per l'allarme coronavirus sono molte le compagnie ferroviarie merci che confermano la loro operatività. Tra queste c'è la compagnia Gts di Bari, guidata dal Ceo Alessio Muciaccia. «Il sistema intermodale - spiega Muciaccia - è messo a dura



Compagnie ferroviarie private. Alessio Muciaccia, Ceo di Gts Bari

prova da un inaspettato aumento di ordini sulle rotte internazionali con incrementi anche del 70%. Le infinite code di camion che si formano alle frontiere per i controlli sanitari oltre che la scarsità di autisti disponibili a recarsi nei paesi maggiormente colpiti hanno riversato enormi quantità di merce sulla ferrovia. La normale operatività è però messa a dura prova dalle nuove norme sulla sicurezza dei luoghi di lavoro oltre che dalla difficoltà operativa di molti collaboratori di poterli fisicamente raggiungere. Oltretutto - continua Muciaccia - il sistema ferroviario/intermodale è la risultante della concatenazione di diversi attori che devono parlare la stessa lingua operativa, condividere procedure e sincronizzarsi alla perfezione.

Tutto quanto in un ambiente che è nostro malgrado diventato ostile e complesso. Sicuramente la massima efficienza operativa la si raggiunge con la maggiore concentrazione possibile ma è altrettanto vero che un blocco in quello specifico punto può portare alla paralisi del sistema. Per questo motivo nel tempo abbiamo perseguito una politica di localizzazione delle nostre attività in diversi terminal nel nord Italia, nello specifico Milano, Piacenza, Melzo, Bologna, Padova, Parma. Questo ci consente di poter dirottare anche senza alcun preavviso i nostri treni su altri terminal garantendo la continuità del servizio. Ad esempio come è accaduto in occasione del recente incidente sulla linea Alta velocità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BIOENOLOGIA 2.0

Il lievito di birra 100% made in Italy

«Pronti a rifornire chi ne ha bisogno, dai fornai alla grande distribuzione»

Barbara Ganz

TREVISO

Il mercato del lievito di birra è dominato da due multinazionali, una francese e una belga-canadese. Un prodotto che è diventato difficile da trovare in molti punti vendita, a causa della reclusione forzata che ha incrementato la creatività in cucina esvotato gli scaffali dei supermercati. Da Oderzo, Treviso, Bioenologia 2.0, azienda specializzata nella produzione di lieviti freschi in crema a uso



Maurizio Polo. Amministratore di Bioenologia 2.0

enologico, birraio ed alimentare, lavora senza soste: «Qui siamo molto oltre gli standard di sicurezza richiesti dall'epidemia, i nostri addetti manipolano i lieviti in camere fornite di aria microfiltrata, tecnici e biotecnologi sono abituati a operare nella massima igiene», spiega Maurizio Polo, amministratore unico che nel 1980 ha dato vita a questa realtà e a Polo Lab, considerato tra le più innovative realtà scientifiche nel enologico. Due aziende complementari: il Lab, iscritto al Miur come istituto di ricerca privato, fa ricerca e consulenze in ambito enologico e alimentare, mentre Bioenologia applica i frutti di questi studi nella direzione tecnica di una settantina di ditte

vinicole. C'è anche la Ceppoteca, dove sono conservati i ceppi dei lieviti mappati geneticamente. «All'università di Bari abbiamo affidato uno studio su lieviti per la panificazione che hanno capacità eccezionali, come quella di degradare il colesterolo», spiega Polo, che in questo momento di scarsità vede l'opportunità di far capire la differenza con il prodotto industriale: «Ci offriamo di rifornire chi ne ha bisogno, dai fornai alla grande distribuzione, arrivando anche dai privati cittadini grazie alla nostra rete commerciale. Magari così anche chi non lo conosce potrà assaggiare una alternativa al prodotto delle multinazionali, made in Italy».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LATTERIA SORESINA

Dal fresco alla lunga conservazione

«Noi siamo sopravvissuti all'epidemia spagnola e a due guerre mondiali»

Francesca Barbieri

SORESINA (CREMONA)

Aperti sempre, 24 ore su 24, 7 giorni su 7, Natale e Pasqua inclusi. Da 120 anni Latteria Soresina, storica cooperativa di 200 allevatori lombardi, raccoglie, trasforma e distribuisce latte e prodotti derivati (burro, provolone e grana padano di cui è la prima produttrice al mondo con 550mila forme l'anno). «La nostra azienda - dice il presidente Tiziano Fusar Poli - ha resistito a due guerre mondiali e all'epidemia di spagnola. Non si



Tiziano Fusar Poli. Presidente di Soresina

arrenderà di certo di fronte al coronavirus». Il 2019 è stato l'anno record: 5 milioni di quintali di latte trasformato e 411 milioni di euro di fatturato (+10% sul 2018), di cui 95 milioni in 64 paesi esteri (+12,3%). Dopo un mese di emergenza per il coronavirus, sul piazzale davanti allo stabilimento principale di Soresina (gli altri 5 sono tra le province di Cremona, Brescia, Milano e Reggio Emilia) c'è via vai di autocisterne piene di latte (ne arrivano tra 12 e 13 mila quintali al giorno). Due canali di vendita importanti, export e Horeca, sono però bloccati. «Su marzo e aprile stiamo un calo delle vendite tra il 25% e il 30% in questi canali - dice il direttore generale Michele Falzetta - poi si vedrà. Un po' di merce sta tornando indietro». E poi c'è il

problema dei contagiati e di chi è in quarantena tra i 650 dipendenti: sono il 13% del totale. Le attività da portare avanti sono tante: produzione di grana, provolone e burro, confezionamento di latte fresco e a lunga conservazione, laboratori di analisi, logistica. Tenere aperto tutto si fa sempre più difficile. Ma non impossibile. «La ricetta si chiama diversificazione - spiega Fusar Poli - : compensiamo le perdite di hotel, bar e ristoranti con la crescita della grande distribuzione, che era già metà del nostro fatturato. I clienti adesso più che latte fresco ci chiedono quello a lunga conservazione. Avere poi 6 stabilimenti aiuta molto per spostare la produzione su quelli meno in sofferenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MOLINO ROSSETTO

La farina viaggia con l'e-commerce

La richiesta retail nel mese di marzo è cresciuta del 57% rispetto al marzo 2019

Barbara Ganz

PADOVA

Fra i "beni rifugio" riscoperti in questo periodo c'è la farina: si conserva a lungo e consente di preparare un'infinità di ricette nelle giornate in casa. Nel Padovano Molino Rossetto, azienda di Pontelongo alla settima generazione, sta rispondendo a questa crescente richiesta sia attraverso i canali tradizionali che attraverso il proprio canale di e-commerce, operativo da diversi



Chiara Rossetto. Amministratore delegato di Molino Rossetto

anni, ma ora preso d'assalto. Se il retail nel mese di marzo è cresciuto del 57% rispetto al marzo 2019, le vendite online che partivano da un fatturato (marzo 2019) di 3mla euro circa, è cresciuto del 350%, raggiungendo quota 13,300 euro. Secondo dati Iri, nelle prime tre settimane di emergenza (17 febbraio-8 marzo 2020), tra le 30 categorie a maggior crescita, farine e miscele si posizionano al nono posto con un +58,7%, dietro a prodotti da medicazione, carne in scatola, legumi secchi e saponi (se si guarda al solo food è al quarto posto). Nel 2019 Molino Rossetto ha realizzato nella grande distribuzione un fatturato di 17,5 milioni (erano 3,5 milioni nel 2008) per 26 milioni di pezzi venduti. Una

storia di famiglia iniziata nel 1760 e che negli ultimi anni ha investito su innovazione e industria 4.0, soprattutto per quanto riguarda confezionamento e logistica. La gamma dei prodotti spazia dalle farine classiche a prodotti innovativi, con lo sguardo sempre puntato sulle richieste del mercato. Va in questo senso il lancio del nuovo V pack in carta FSC con tappo in Pe green: completamente riciclabile, consente di conservare al meglio la farina, con la possibilità di richiudere e utilizzare fino all'ultimo grammo. Ad aumentare ulteriormente il livello di servizio, sul retro è stato posto un indicatore di grammatura, per individuare a colpo d'occhio la quantità rimasta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il carrello si riempie

Var. % delle vendite rispetto allo stesso periodo anno precedente. Dati relativi alla settimana fino al 15 marzo. Base 9.116 negozi



Fonte: Infoscan Census Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio, Discount

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Connessioni remote e informatica. La rincorsa frenetica e obbligatoria delle aziende verso lo smart working spinge la domanda di Elmec, così come in generale quella del settore Ict, delle videoconferenze, di tutto ciò che riguarda la connessione remota.

60%

LE AZIENDE FERME NELLA ZONA DI BERGAMO
Un primo sondaggio su Bergamo, indica nel 60% la quota di aziende ferme o fortemente ridimensionate



La spesa online. Nelle tre settimane dell'emergenza le consegne online sono cresciute del 79%, quasi triplicate invece le spese ordinate sul web e ritirate in negozio. In alcuni casi sui tempi di consegna si parla di settimane e non più di giorni

+41%

I PICCOLI NEGOZI ALIMENTARI
Record per i piccoli negozi di prossimità, riscoperti e tornati vincenti in una fase di mobilità ridotta

PLURIMA

La logistica sanitaria che assume

«Lavoriamo 24 ore su 24, stiamo resistendo. Arriva merce alle 3 di notte»



Luca Marconi.
Presidente di Plurima

Matteo Meneghelo

È da quasi un mese che per i corrieri di Plurima l'emergenza è diventata il pane quotidiano. L'azienda è specializzata nella gestione di piattaforme logistiche per la fornitura di materiale sanitario per gli ospedali come farmaci, reagenti, dispositivi medici oltre che per trasporti speciali per plasma e cellule staminali. L'emergenza Coronavirus non l'ha colta impreparata, ma sta mettendo a dura prova le capacità organizzative e professionali di questo gruppo, che fattura circa 40

milioni di euro impiegando 650 persone. «Ho dovuto assumere personale, prendere nuovi mezzi e riorganizzare la struttura - spiega il presidente, Luca Marconi -, stiamo resistendo anche grazie al senso di responsabilità dei nostri ragazzi. Lavoriamo 24 ore su 24, tutto è in tempo reale, arriva merce alle 3 di notte da mandare con urgenza negli ospedali. Sono degli eroi».

In questi giorni l'azienda, partecipata al 30% dal fondo Siparex, è stata incaricata di gestire la piattaforma logistica per la sanità della Regione Veneto per l'emergenza virus. «Siamo stati contattati con urgenza da Azienda Zero, la nuova realtà regionale sanitaria, che si interfaccia anche con Protezione civile e subito abbiamo messo a disposizione la nostra organizzazione - conferma

Marconi -. Siamo l'anello logistico che riceve, custodisce, smista e consegna in Veneto, così come stiamo facendo anche in altre regioni colpite dall'emergenza. Il lavoro è simile quello che facciamo di solito, ma in questo caso bisogna consegnare mascherine, apparecchiature elettromedicali per le terapie intensive e altro materiale sanitario d'emergenza». Marconi conferma che «c'è bisogno e carenza di tutto, ma il sistema regionale con l'Azienda Zero, per quanto posso osservare qua in Veneto si è rapidamente allineato». Anche Plurima ha dovuto serrare le fila, riorganizzando turni, definendo percorsi dedicati e nuovi protocolli per la sicurezza. «È un inferno quotidiano - conclude Marconi -, ma ne usciremo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

EUROSETS DI MEDOLLA

Ossigenatori, ordini quadruplicati

La richiesta di polmoni extra corporei è aumentata da 300 a 1.200 pezzi al mese



Antonio Petralia.
Amministratore delegato di Eurosets

Ilaria Vesentini

Quando i ventilatori polmonari non bastano più per fronteggiare le polmoniti - esplose con la pandemia Covid-19 - c'è un altro dispositivo salvavita, più recente e all'ombra dei riflettori mediatici: l'ossigenatore extracorporeo (ECMO-Extracorporeal membrane oxygenator). Una sorta di polmone esterno, come la dialisi, che ossigena artificialmente il sangue del paziente, permettendo il riposo totale degli alveoli infiammati.

A produrlo in Italia c'è una sola piccola azienda, la Eurosets di Medolla - nel cuore del distretto biomedicale modenese leader in Europa nei dispositivi e negli elettromedicali - che da un paio di mesi ha visto quadruplicare gli ordini. «Siamo abituati a fronteggiare crisi ed emergenze, siamo ripartiti con le nostre forze subito dopo il terremoto del 2012 che ha distrutto la fabbrica e anche dopo l'alluvione del 2014. Oggi stiamo facendo fronte da soli all'impennata di ordini di ECMO, passati da 300 a 1.200 pezzi al mese, spostando sulla linea quasi tutte le 130 persone in produzione (su 220 dipendenti totali, ndr)», spiega Antonio Petralia, ad di Eurosets. La più piccola azienda al mondo a

produrre ossigenatori extracorporei, abituata a misurarsi sui mercati internazionali con colossi come Medtronic, Livanova, Maquet-Geringe e abituata anche a non essere profeta in patria.

I mercati esteri garantiscono quasi l'80% del fatturato annuo (36,4 milioni di euro nel 2019) di Eurosets e anche l'attuale boom di domanda di ossigenatori Ecmo è solo in parte legata agli ospedali italiani: «La maggior parte delle richieste arriva dai Paesi extra Ue e dagli Usa, che si stanno premunendo, spaventati dalla pandemia», spiega Petralia, ex direttore R&S dell'azienda, dal 1998 controllata al 100% dalla holding ravennate GVM.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Settori che resistono. Nello shock economico attuale la distribuzione, per quanto riguarda l'alimentare, il comparto biomedicale e la logistica sanitaria sono in prima linea a rispondere alla nuova e crescente domanda del Paese



A.CELLI NONWOVENS

Domanda su mascherine e camici

L'attività produttiva nello stabilimento lucchese riprenderà tra pochi giorni



Mauro Celli.
Vicepresidente di A.Celli Nonwovens

Silvia Pieraccini

Prima dell'emergenza coronavirus aveva in portafoglio quattro progetti per costruire linee produttive di tessuto non-tessuto (tnt); ora i progetti sono saliti a 25 e stanno continuando a crescere. È la parabola della A.Celli Nonwovens di Porcari (Lucca), azienda che fa capo ai cugini Mauro e Alessandro Celli, leader mondiale nelle macchine per avvolgere il tessuto non-tessuto usato per applicazioni

medicali e sanitarie (come le mascherine e i camici ospedalieri, ma anche le salviette umidificate) e nelle linee di laminazione per "accoppiare" varie tipologie di tnt o tnt con film plastico. L'azienda ha 120 addetti e nel 2019 ha raggiunto un valore della produzione di 55,4 milioni (+15%) e un fatturato di 60 milioni, di cui il 95% all'export.

La richiesta di mascherine e camici sta esplodendo in tutto il mondo e la domanda di macchine A.Celli arriva sia da produttori europei che, soprattutto, cinesi. La Cina infatti - spiegano all'azienda lucchese - ha già ricominciato a investire in questo settore, perché l'emergenza appena passata ha mostrato il

sottodimensionamento produttivo. «La domanda è così forte che ora pensiamo di produrre anche macchine per alimentare il magazzino, mentre finora ci siamo sempre mossi su commessa con tempi di consegna di otto-nove mesi», spiegano all'azienda lucchese.

La produzione nello stabilimento lucchese riprenderà tra pochi giorni, dopo una settimana di ferie decisa dalla proprietà per sanificare gli ambienti e organizzare turni di lavoro che garantiscano le misure di sicurezza. «Dobbiamo ripartire - dicono - perché operiamo in un settore che oggi è strategico per affrontare l'emergenza coronavirus».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



REYNALDI

Dalla cosmetica ai gel disinfettanti

Una linea produttiva ora fa un igienizzante nato per le epidemie di aviaria



Marco Piccolo. È l'amministratore delegato della Reynaldi, azienda torinese che ha iniziato la produzione di gel sanificante per rispondere all'emergenza Covid 19

TORINO

Hanno ripreso in fretta e furia una vecchia formula per produrre igienizzante, messa a punto durante le epidemie di influenza aviaria e suina, e riservato una delle otto linee di produzione all'emergenza di queste settimane. La Reynaldi è un'azienda torinese che si occupa di cosmetici con 43 addetti e 5 milioni di fatturato. «In questa fase ci siamo messi in gioco - racconta l'amministratore delegato Marco Piccolo - per

servire la nostra rete di aziende del settore medicale che poi rifornisce Protezione civile e Croce Rossa». Alla Reynaldi si producono 10-20mila pezzi al giorno, ma si potrebbe fare anche di più. «In questo momento siamo in una sorta di economia di guerra - spiega Marco Piccolo - e si comincia a fare fatica a trovare la materia prima. Gli ordini di alcol, ad esempio, sono bloccati fino a fine aprile». E tutto il resto del mercato? Il mondo del lusso è fermo, racconta Piccolo, alcuni paesi resistono ancora e il mondo dell'online sta crescendo in maniera veloce. «La settimana scorsa siamo riusciti a consegnare la merce per un grosso cliente americano mandando la fornitura in camion

fino a Londra - racconta l'ad della Reynaldi - e poi da lì in aereo fino agli Stati Uniti». La logistica fa i salti mortali e l'emergenza sanitaria blocca filiere intere. «Qualche giorno fa ho rifiutato un ordine da 900mila euro, i problemi su tutta la supply chain sono drammatici».

Il gel sanificante della Reynaldi, che è una società benefit, arriva gratuitamente anche nelle mense dei poveri e in qualche istituto religioso. «In questa fase vendiamo alla nostra rete di clienti e non vogliamo fare speculazioni su un prodotto di prima necessità, che il mercato è pronto a pagare il doppio pur di averne».

—F. Gre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INSICILIA

In crescita con i prodotti regionali

Il portale palermitano ha avuto in questi giorni un'accelerazione di ordini



Francesco Caminita.
Amministratore e fondatore del portale in sicilia

Nino Amadore

L'ultimo pacco è partito ieri pomeriggio. Destinazione Madrid. All'interno un panier di prodotti siciliani d'eccellenza ordinati da uno studente rimasto bloccato lì a causa dell'epidemia di Coronavirus. Prima di lui lo avevano fatto altri studenti italiani bloccati a Barcellona, Malaga.

A spedire il tutto (dalla cialda di cannolo all'arancino senza glutine, dal vino trapanese alla

birra artigianale, ai salumi di suino nero dei Nebrodi) insicilia.com, il portale di e-commerce siciliano con sede a Palermo che fa capo a Insoliti srl, l'azienda creata un paio d'anni fa da un gruppo d'ammici provenienti da esportazioni diverse e di cui è amministratore il quarantenne Francesco Caminita.

Nelle ultime settimane insicilia.com che ha già clienti sparsi tra gli Usa, la Russia, la Francia e la Germania ha avuto un'accelerazione di ordini al ritmo di 30 al giorno (senza contare i contatti con i clienti palermitani): dal Belgio, dalla Francia e non solo. «Ieri - racconta Caminita - un signore di Milano ha fatto un ordine per spedire i prodotti alla

figlia che abita in Cina». Insicilia.com ha intanto aderito alle campagne #iorestoacasa e #iomangioebevosciciliano attivando una sezione specifica del portale destinata anche all'acquisto dei beni alimentari di prima necessità provando a dare risposte concrete non solo a chi abita lontano dalla Sicilia. E sempre ieri insicilia.com ha comunicato che affiancherà gratuitamente l'Ail, l'Associazione italiana contro le leucemie e linfomi nella campagna di raccolta fondi del 27, 28 e 29 marzo per la consueta attività di raccolta fondi realizzata attraverso la vendita delle uova di Pasqua.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ITTY FISH

Il pesce a domicilio come la pizza

Dalla pesca nel Veneziano alla tavola i prodotti arrivano entro 48 ore



Alessandro Marcon.
Fondatore di Itty Fish

VENEZIA

Il pesce, crudo o cotto, arriva a domicilio e la consegna è gratuita nelle due regioni colpite più duramente dall'epidemia. «Il Veneto è la mia regione, la Lombardia, in grande emergenza, è nostra vicina di casa. E tra vicini ci si aiuta, sempre». Il servizio è fornito da Itty.Fish, fondata da Alessandro Marcon, erede di una famiglia che da trent'anni si dedica alla pesca nel

Veneziano. Il pescato del giorno, crudo o cotto con raffinate ricette, arriva a casa o in ufficio: «Basta scegliere sul sito: voi ordinate restando a casa, al resto pensiamo noi». Una idea partita dalla pizza, che si può ordinare da asporto standosene sul divano di casa. «Perché non farlo con il pesce? Tramite il nostro sito, il cliente può attingere al prodotto che arriva ogni giorno dalle nostre barche, tranne il sabato e la domenica. Non c'è nulla di pronto: al momento dell'ordine il pesce viene pulito, preparato, se richiesto cotto dai nostri chef secondo la ricetta scelta, e spedito in tutto il Centro e Nord Italia in 48 ore,

in vaschette col metodo di conservazione ATM (atmosfera modificata) a loro volta inserite in imballi con ghiaccio secco che può essere riutilizzato». Il marchio Itty.Fish è nato lo scorso anno, è di proprietà di Mariver e conta nove dipendenti: ha alle spalle l'esperienza e la tradizione ventennale del colosso veneto Alemar, specializzato nel commercio all'ingrosso e al dettaglio di prodotti ittici freschi e congelati a Torre di Mosto (Ve), 37 dipendenti. La startup ha come obiettivo un milione di euro di euro di vendite online nel 2021.

—B. Ga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA