Quotidiano
25-11-2023
Pagina 24
Foglio 1 / 2

Il Sole 24 ORE

Tiratura: 73.106
Diffusione: 116.843

www.ecostampa.it

Panettone e Pandoro: previsto un Natale in deciso recupero

Dolci. Dopo la deludente stagione 2022 che aveva risentito anche dei forti rialzi delle materie prime, i produttori guardano con ottimismo alle vendite

Maria Teresa Manuelli

Gli italiani hanno voglia di Natale. Secondo le aziende produttrici di grandi lievitati da ricorrenza (panettone e pandoro) le vendite per il 2023 dovrebbero essere in ripresa, pur con tutte le attenuanti dovute alla situazione di crisi del Paese. In particolare, le previsioni della quinta edizione dell'Osservatorio del Panettone in Italia realizzata da Nielsen IQ per conto di Csm Ingredients – attore globale negli ingredienti – stimano per il dolce principe del Natale vendite a volume per 26.700 tonnellate in questo 2023, con un aumento dal 3% all'8% del panettone artigianale e una tenuta del segmento industriale.

«Soprattutto in questo difficile periodo le famiglie hanno voglia di trovare momenti di serenità e condivisione. Per questo ci aspettiamo una buona campagna dei prodotti da forno, dopo un 2022 non proprio brillante» afferma Paolo Isolati, direttore marketing di **Gruppo Bauli**. Lo scorso anno, infatti, secondo i dati di Unione Italiana Food, la produzione complessiva dei due lievitati – panettone e pandoro – è stata di 73.502 tonnellate pari a 552,1 milioni di euro. «Il Natale 2022 è stato molto difficile per tutti – concorda Alessandra **Balocco**, presidente e amministratrice delegata dell'azienda – sia per i consumatori, sia per la distribuzione, sia per noi produttori che abbiamo subito pesanti aumenti di costi a 360 gradi. Si pensi che il cacao ha segnato un aumento del 105% e ancora non si è fermato, così come lo zucchero che ancora risente di quotazioni elevate. Poi l'inflazione che ci ha colti alla sprovvista. Per queste festività, però, come azienda siamo ottimisti e prevediamo di chiudere con un pareggio di volumi. Un buon risultato, dal momento che lo scorso anno si era verificata una riduzione del 15 per cento».

Secondo Marco Brandani, amministratore delegato di **Maina** Panettoni le aziende stanno cercando un nuovo equilibrio in un mondo meno globalizzato: «Agli alti e bassi dei prezzi delle materie prime, che portano a turbolenze e stress – osserva – siamo abituati ormai da 20 anni. Ma ora si sommano il costo dei servizi e quello del lavoro, oltre a una instabile situazione geopolitica che rende difficili o molto costosi gli approvvigionamenti».

L'export, che per altri settori ha rappresentato un'ancora di salvezza, per pandori e panettoni rimane un mercato ancora relativamente marginale: lo scorso anno, infatti, aveva interessato una produzione complessiva di poco meno di 14mila tonnellate e un valore di 105 milioni di euro.

Nonostante la difficile congiuntura i grandi lievitati da ricorrenza continuano, comunque, a essere molto amati da tutti gli italiani, tanto che nell'ultimo anno oltre il 95% ne ha mangiato almeno uno, secondo l'indagine condotta da AstraRicerche per Unione Italiana Food. Tra le preferenze dei consumatori, panettone (81%) e pandoro (82,2%) se la giocano alla pari, anche se il consumo del primo cresce tra gli adulti, mentre ai giovani piace di più festeggiare con il dolce tipico di Verona. Nella maggioranza dei casi gli italiani preferiscono quelli realizzati secondo la ricetta tradizionale (66% per il panettone, 69,3% per il pandoro). E sono meno propensi verso quelli "speciali", per esempio arricchiti con delle coperture (11,6% panettone, 9% pandoro). I giovani però sono i più aperti a scoprire le novità per provare anche nuove esperienze di gusto.

E anche se i dolci tradizionali restano i preferiti, ogni anno non mancano le proposte di versioni più golose. Quest'anno sarà il caramello, dolce e salato, a dominare la scena. Ma ovviamente la fantasia dei produttori non ha limiti. Tra le proposte più originali **Pasticceria Martesana e Moschino** quest'anno presentano in edizione limitata il Panettone d'oro, con glassa al cioccolato "gold", nocciole Igp Piemonte e granella di nocciole. Il chimico gelatiere Stefano **Guizzetti**, invece, lancia addirittura il panettone "Amaro" per la gelateria Ciacco: erbe, radici, mirtilli e pompelmo candito per un lievitato con un amaro inatteso e aromi di genziana, rabarbaro e china. Senza glutine e senza lattosio è la proposta dell'Az.Agr. **Tundo Sebastiano** che con il brand Quin propone il primo panettone alla quinoa. Mentre dalla collaborazione tra **Melegatti e Ambrosoli** nasce il Pandoro Latte e Miele. Altra collaborazione eccellente è quella tra **Vergani e Sunsweet** per creare il panettone alle prugne della California con gocce di cioccolato. Dall'unione di **Sperlari e Paluani** nasce infine il pandoro con crema di cioccolato Zanzibar. C'è chi ha deciso di cimentarsi nella produzione per la prima volta. È il caso di **Eataly** che firma la sua prima linea disponibile in tutti i 50 punti vendita, così come Fabbri con un panettone farcito delle celebri amarene.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo scorso anno secondo Unione Italiana Food, la produzione complessiva dei due lievitati è stata pari a 552 milioni di euro

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Fabbri

Il Sole 24 ORE

www.ecostampa.it

Varietà artigianale. Dall'alto, per il Natale 2022 la Pasticceria ferrarese Chocolat propone lievitati all'albicocca, rum e cioccolato; Bonfissuto con mandarino e grani antichi siciliani; Lorenzetti Panettone al Vin Recioto; Pistì, Panettone farcito di crema al Pistacchio di Bronte

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE