

# Il lecca lecca orobico spopola in Spagna

Il prodotto dell'azienda dolciaria Quaranta di Caravaggio guadagna terreno nella terra del Chupa Chups. L'espansione grazie alla fiera «Alimentaria» di Barcellona. Il segreto: gli ingredienti e i giochini come gadget

■ Un po' come vendere il ghiaccio agli eschimesi. Riuscire a guadagnare quote di mercato nella terra simbolo dei lecca lecca, la Spagna, la patria dei Chupa Chups, un emblema per grandi e piccoli, non è proprio come fare una passeggiata. Eppure un'azienda bergamasca ci è riuscita, sfruttando la passerella internazionale di «Alimentaria», una delle

fiere più importanti del mondo nel settore agroalimentare che si tiene ogni due anni a Barcellona (quest'anno festeggiava la trentesima edizione) e si è conclusa nei giorni scorsi.

*Fondata nel 1924, la società a gestione familiare ha oggi una quota export del 65%. Gli altri prodotti di punta: croccante e torrone*

grado di poter rivaleggiare nel settore, l'«Anuga Food» di Colonia, con l'italiana «Cibus» che invece resta più indietro come numero di espositori (cinquemila a Barcellona rispetto ai poco più di duemila di Parma) in arrivo da oltre 70 Paesi, con un'affluenza che ha toccato i 150 mila visitatori. Anche quest'anno l'enogastronomia italiana ha schierato in Spagna prodotti di eccellenza dai salumi ai formaggi, da vini fino al dolcissimo. E proprio in quest'ambito si conferma la presenza di «Quaranta», azienda fondata a Caravaggio nel 1924, a conduzione familiare, giunta ormai alla quarta generazione: «Per noi Alimentaria è diventato un appuntamento fisso - spiega il direttore commerciale Fabio Quaranta, figlio dell'amministratore delegato Enrico Quaranta - siamo già alla settima partecipazione e soprattutto nelle prime edizioni la risposta degli operatori e

data a Caravaggio nel 1924, a conduzione familiare, giunta ormai alla quarta generazione: «Per noi Alimentaria è diventato un appuntamento fisso - spiega il direttore commerciale Fabio Quaranta, figlio dell'amministratore delegato Enrico Quaranta - siamo già alla settima partecipazione e soprattutto nelle prime edizioni la risposta degli operatori e



La sede dell'industria dolciaria Quaranta a Caravaggio. A destra i lecca lecca che fanno concorrenza a quelli spagnoli



successivamente del mercato europeo e soprattutto spagnolo, è stata davvero positiva». Al punto che, come detto, il lecca lecca, prodotto di punta dell'azienda di Caravaggio, è andato a erodere quote di mercato

proprio in casa del competitor più forte al mondo, nella culla stessa dei Chupa Chups, la cui leggenda nasce proprio a Barcellona, sede di «Alimentaria» e di tanti altre aziende iberiche del settore. «È una que-

stione di composizione e di ingredienti - spiega Quaranta - il nostro lecca lecca colorato è differente perché è una caramella dura, mentre molti dei prodotti spagnoli sono composti da una caramella molle, cola-

ta. Capirete che, in presenza di alte temperature, e in Spagna durante l'anno il termometro raggiunge picchi altissimi, il nostro prodotto mantiene la sua compattezza mentre l'altro tende a sciogliersi facilmente.

## LA CAMELLA CON LO STECCO. IDEATA MEZZO SECOLO FA

■ Ha cinquant'anni l'idea del Chupa Chups. L'intuizione di una caramella che si potesse tenere in mano con un bastoncino venne infatti nel 1956 al catalano Enric Bernat Fontadillosa, morto nel dicembre 2003 a ottant'anni. L'ispirazione gli era venuta pensando ai bambini che si imbrattavano le dita mangiando le caramelle e poi si leccavano le mani sporche. Bernat lavorava già in una società produttrice di dolci, ma i suoi soci erano scettici sull'idea: così decise di lanciarsi da solo nell'avventura, lanciandolo nel 1958. Il successo in Spagna fu immediato, ma Bernat pensava in grande. Fece ridisegnare, per un compenso astronomico, il marchio a Salvador Dalí e cambiò il bastoncino, facendolo in plastica anziché in legno. Con questa formula la Chupa Chups sbarcò a metà degli anni Sessanta negli Stati Uniti e all'inizio degli anni Settanta in Giappone. Ora il marchio è presente in 150 Paesi nei cinque continenti. Apprezzato da bambini e da Vip (pubblicità imbattibile quella fata da Telly Savalas come tenente Kojak, ma anche la presenza nel 1995 sulla stazione spaziale Mir), il lecca-lecca a palla è diventato un impero con quasi 2.000 dipendenti, fabbriche in mezzo mondo e un giro d'affari di oltre mezzo miliardo di euro.



hanno avuto in questi anni un ruolo chiave nel percorso di crescita dell'azienda di Caravaggio, che nel frattempo ha potuto allargare la sua gamma di prodotti al croccante e soprattutto è «diventata» come quote nel mercato del torrone: «Il nostro è un torrone tenero - spiega il direttore commerciale - che noi esaltiamo con ricette particolari, che hanno avuto un boom di vendite soprattutto in Francia, Spagna e Germania, tanto che oggi la nostra quota export è del 65%. In particolare, la nostra torta al torrone, denominata "soffionda" ha varianti al giandua ricoperto di nocciola, al caffè, alla frutta esotica e alla gelatina di limone che ne fanno un prodotto originale nel panorama dolciario italiano». L'«Antica Fabbrica Quaranta» produce in un unico stabilimento di 6 mila metri quadrati coperti a Caravaggio, dove lavorano 25 dipendenti che raddoppiano durante la stagione del torrone (l'autunno). Negli ultimi anni il fatturato è in costante crescita: nel 2005 è stato di 9 milioni e mezzo di euro con +25% rispetto al 2004.

Maurizio Ferrari