

# Il cibo del futuro che sa di cacao

**Il reportage** Dalla tradizione del cioccolato al nuovo mercato del "food" curativo, così la "Dolcipp" sfida i grandi marchi. Dietro i riflettori dell'Expo una realtà che offre lavoro a 40 persone, in gran parte donne. E che lotta contro la burocrazia

## ECONOMIA E TERRITORIO

DIEGO ROMA

■ In autunno non è difficile trovarla immersa nella nebbia. Anzi, tra le nuvole, quelle che sfiorano le cime delle colline sulle quali sorge Norma. E bisogna avere forse la testa un po' fra le nuvole, se si decide di produrre la cioccolata tra greggi di pecore, pastori e agricoltori. O forse no. Massimo ed Elisa Chima, padre e figlia e - rispettivamente - amministratore unico e responsabile Ricerca e sviluppo della "Dolcipp", la testa ce l'hanno ben piantata sulle spalle. A loro l'odore inebriante di cacao che pervade gli uffici, sembra ispirare.

Reduci dal recente appuntamento alla fiera dell'Expo di Milano, dove hanno rappresentato la provincia pontina nella nuova filiera della salute proposta da Unindustria col marchio "Food Up", Massimo e Elisa dalla piccola Norma sanno bene cosa vuol dire solcare la volubilità del mercato del "food". Una famiglia nata con la panetteria, oggi si fa largo tra le eccellenze della nutraceutica, settore industriale che incrocia nutrizionismo e farmaceutica. Un salto nel futuro, dopo quasi 20 anni di investimenti nella lavorazione del cacao e la creazione di prodotti di primissima qualità e una serie di punti vendita su tutto il territorio pontino. Antica Norba nasce alle soglie degli anni Ottanta, quando Massimo, dopo la gavetta punta sul prodotto tra i più consumati nel mondo.

La cioccolata tira, cominciano le produzioni artigianali, l'apertura di punti vendita, Natale e Pasqua garantiscono la tenuta. Ma alla fine degli anni Novanta cominciano ad arrivare i primi segnali di una crisi dei consumi che si farà sentire per anni. «Il cioccolato passa dalle 24 mila lire al chilo degli anni '80 ai 5 euro - racconta Massimo -. Quando ci siamo accorti che Sperlari, Pernigotti, Perugia-

fallivano, abbiamo capito che era arrivato il momento di reinventarsi».

L'intuizione arriva dalla nuova generazione di casa Chima, Elisa: giovane, laureata con una buona esperienza da informatica farmaceutica, lascia tutto e si dedica a Ricerca e sviluppo nell'azienda di famiglia. È lei che capisce dove sta andando il mercato del food. «Si sta aprendo ad una nuova nicchia, quella del nutraceutico - spiega - anche per via delle crescenti intolleranze alimentari». I consumi cambiano, bisogna essere flessibili. Ed è così che nasce il marchio "Food Up". Ma la strada non è in discesa. Specialmente se tra l'idea e l'investimento ci si mette la burocrazia. «Alcuni prodotti sono fermi in attesa di avere i certifi-

cato di erogabilità», continua Elisa. Si tratta di un'autorizzazione per fornire gli scaffali delle farmacie. «Per alcune referenze aspettiamo anche da 11 mesi».

Le conseguenze sono soldi spesi che non rientrano, scartoffie a non finire, un'esasperazione vinta solo dalla voglia di fare. Anche perché ci sono tra le 30 e le 40 persone a cui pagare lo stipendio, in gran parte donne. Se chiediamo cosa fanno le istituzioni del territorio, le espressioni dicono tutto. Allora conviene chiedere di cosa si avrebbe bisogno.

«Serve banalmente un ufficio estero che funzioni da mediatore con gli altri paesi europei» ci dice Massimo». E poi la competenza. Nonostante le certificazioni bio e equosolidali, la qualità dei sistemi produttivi, l'etichetta pulita, non ci sono commesse per la Dolcipp in provincia. Per avere la più vicina, si deve arrivare a Roma. Poi magari, sono tutti fieri che un'azienda locale finisca all'Expo. C'è da esserne fieri. Ma con i fatti, non solo a parole. ●

**I paradossi della burocrazia: referenze ferme al ministero in attesa di essere vendute**



In alto operaie durante la produzione di biscotti nella fabbrica di Norma