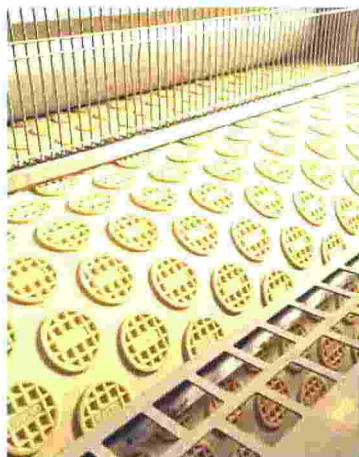


INDUSTRIA ALIMENTARE

Biscotti e pasta sostenibili, la scelta green di Colussi

Una scelta green. Quella di Angelo Colussi, presidente del gruppo alimentare fondato dal nonno e che dal cuore dell'Umbria, con lo stabilimento di Petrignano dove esce il Gran Turchese, si è poi ampliata negli anni all'Italia e all'estero. Una strategia industriale intrapresa ancor prima che parlare di economia circolare diventasse tendenza diffusa. «Sono per la sostenibilità effettiva e non formale», dice Colussi che ha eliminato il 52% della plastica utilizzata per il packaging di alcuni prodotti Misura, uno dei marchi del gruppo, con una confezione fatta di materie prime di origine vegetali. E anche Agnesi, a inizio di quest'anno, ha inaugurato una nuova linea di pasta compostabile: tutti gli imballaggi saranno green, con 42 milioni di confezioni di plastica in meno.

Nicoletta Picchio — a pag. 9



La svolta plastic free di Colussi: biscotti e pasta più sostenibili

Strategie industriali. Il gruppo umbro leader nell'alimentare punta su crescita e innovazione e studia nuove acquisizioni all'estero. Imballaggi green per le linee dei marchi Misura e Agnesi

Nicoletta Picchio

«Ero a Singapore e sono rimasto proprio sconcertato guardando il cielo grigio e nebbioso per lo smog causato dalle foreste equatoriali bruciate per mano dell'uomo. La stessa sensazione l'ho avuta in India, davanti ai fiumi pieni di bottiglie di plastica. Era il 2013». C'è un'emozione dietro la scelta green di Angelo Colussi, presidente del gruppo alimentare fondato dal nonno, di cui porta lo stesso nome, e che dal cuore dell'Umbria, con lo stabilimento di Petrignano dove esce il Gran Turchese, si è poi ampliata negli anni all'Italia e all'estero.

Emozione trasformata in strategia industriale ancor prima che parlare di ambiente ed economia circolare diventasse una tendenza diffusa. «Oggi la parola sostenibilità è molto spesso utilizzata in modo non appropriato, di facciata. Sono per la sostenibilità effettiva e non formale», dice Colussi. E comincia a citare i numeri: due milioni e mezzo di confezioni di plastica tradizionale, una superficie più grande di 22 piazze Duomo di Milano. Sono quelle che vengono eliminate sostituendo il packaging di plastica di alcuni prodotti Misura, uno dei marchi del gruppo, con una confezione fatta di materie prime di ori-

gine vegetali. Un'innovazione tutta nazionale, frutto della collaborazione tra Misura, Novamont, l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e Slow Food. Misura ha tagliato così il 52% della plastica utilizzata per tutto il suo packaging. Anche Agnesi, a inizio di quest'anno, ha inaugurato una nuova linea di pasta compostabile, nello stabilimento di Fossano, e tutti gli imballaggi saranno green, con 42 milioni di confezioni di plastica in meno. È il risultato dell'impegno sostenibile del gruppo Colussi.

Economia circolare a tutti gli effetti: queste confezioni, spiega Colussi, vengono smaltite nell'umido e dopo un processo di compostaggio industriale si trasformano in compost, un terriccio da utilizzare come fertilizzante del suolo. «Siamo la prima azienda alimentare che fa questa scelta per i prodotti da scaffale, con una soluzione innovativa». Un impegno importante per un gruppo che fattura circa 340 milioni, ha 6 stabilimenti in Italia, uno in Romania e tre in Russia, (in Messico e Vietnam ci sono due società commerciali), 1.000 prodotti nel catalogo, dalla pasta ai biscotti, merendine, prodotti da forno in generale, piatti pronti, 900 dipendenti in Italia che con l'estero arrivano a circa 2.000.

Con il Covid l'azienda ha tenuto:

«abbiamo sempre lavorato, con grande attenzione alla salute, abbiamo avuto pochissimi casi». Per il 2021 si prevede una crescita del 5% e Colussi continua a guardarsi intorno, sia in Italia che all'estero, per nuove acquisizioni: ne sta analizzando una in Malesia, per i prodotti lievitati. Di più non si sbilancia. Dice solo: «Sono sempre attento a come sviluppare il gruppo».

Crescere e innovare: «Gli spazi maggiori ci sono all'estero, la pasta è un prodotto che piace, simbolo del made in Italy. Puntiamo anche sui piatti pronti, da vendere soprattutto all'estero». Cracker e croissant colorati naturalmente, grazie agli ingredienti utilizzati, merendine sempre con nuovi ingredienti: occorre fantasia in un mercato che ha sempre più protagonisti. La sostenibilità diventa un fattore competitivo, vincente tra i consumatori più giovani. Il lavoro sui social per comunicare i valori e le azioni del gruppo è costante.

Accanto al packaging c'è la qualità del prodotto che viene garantita. L'azienda, dice Colussi, ha due filiere: quella della pasta, che viene prodotta con un grano duro italiano al cento per cento, sia quella di semola che all'uovo. E la filiera umbra di grano tenero, che riguarda i prodotti da forno

che escono dalla fabbrica di Petriignano, utilizzando anche in questo caso materie prime tutte italiane.

Riso, pasta, cioccolato, dolci: dalla bottega artigiana di Venezia, dove nel 1911 il capostipite cominciò a fare

i baicoli, nel 1911, al frollino Gran Turchese, del 1955, che ha conquistato generazioni di italiani, alla diversificazione degli anni 80, che ha portato al gruppo di oggi. Colussi è leader in Italia e all'estero: «Ma vogliamo ri-

spettare la nostra tradizione – dice Angelo – per noi il made in Italy, il legame con il territorio e l'ambiente sono valori che vogliamo rispettare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL GRUPPO IN CIFRE



340 milioni

Il fatturato del gruppo Colussi fondato nel 1911. Con il Covid l'azienda ha tenuto e quest'anno è prevista una crescita del 5%.



900 dipendenti

Quelli in Italia che con l'estero arrivano a circa duemila. Il gruppo ha 6 stabilimenti in Italia: uno in Romagna, tre in Russia e due società commerciali in Messico e Vietnam.



Presidente.
Angelo Colussi, alla guida del gruppo alimentare umbro



Frollini. La produzione dei Gran Turchese avviata da Colussi nel 1955

