

RITRATTO D'AZIENDA

Merlini, dai sottaceti
alla nobiltà dei funghi

Il gruppo di Sommacampagna ne produce 7.000 tonnellate l'anno di freschi e surgelati e 140 di secchi, con un fatturato di 40 milioni

È una passione totale, che sfocia anche in un po' di amore, quella condivisa da tutta la famiglia Merlini per i funghi e in modo particolare per quelli spontanei di bosco. Funghi nobili. Così, seguendo questa passione, Riccardo Merlini, imparando il lavoro del padre e della madre e con la volontà di dare continuità all'attività di famiglia, è passato dai sottaceti - attività storica svolta nel pieno centro di Verona - ai funghi ed è diventato leader mondiale per i funghi spontanei,

uno dei più grandi in assoluto per il settore, in competizione con i maggiori francesi e tedeschi. Oggi il Gruppo guidato da Riccardo Merlini produce 7 mila tonnellate di funghi, prevalentemente freschi o surgelati e 140 tonnellate di secchi, con un fatturato che sfiora i 40 milioni di euro (oltre 30 milioni solo la capofila Merlini Riccardo spa di Sommacampagna, alle porte di Verona). È un complesso con 400 dipendenti e con migliaia di conferitori, soprattutto nei Paesi dell'Est.

Proprio nei Paesi dell'Est, da 40 anni, l'appassionato industriale va alla ricerca dei migliori prodotti e in quei Paesi ha ormai avviato due solide attività di lavorazione e confezionamento. Una è in Bulgaria, con 200 dipendenti, che si aggiungono a migliaia di raccoglitori, in una zona particolarmente vocata, ideale per prodigiose raccolte in particolare di porcini, che sono il grande cavallo di battaglia della ditta.

L'altra attività è in Serbia, con altri 100 dipendenti. In entrambi i casi si è ormai arrivati al prodotto finito. La grande passione per i funghi ha contagiato tutta la famiglia e così Riccardo (al quale le capacità imprenditoriali non mancano) è stato per anni affiancato dalla moglie Mariantonietta e ora dai tre figli, ognuno con il proprio ruolo («alla base spiega Merlini - ci vogliono l'amore per questo lavoro, ma anche una famiglia unita e specifiche competenze»): Davide all'amministrativo-produt-



Foto d'epoca della «Merlini Riccardo industria»

tivo, Diego al commerciale e Laura al marketing e comunicazione. Per questo lavoro poi occorre molta conoscenza: il prodotto non è tutto uguale, cresce spontaneamente in montagna e si raccoglie a seconda delle zone da maggio a novembre. Un prodotto assolutamente naturale in linea con le tendenze di mercato.

La specializzazione, che parte dalla selezione dei raccoglitori oltre che del prodotto, è l'altro grande valore aggiunto (oltre alla competenza -passio-

ro per l'Europa a cercare i migliori prodotti di base, i figli, infatti, cercano altre strade per diffondere marchio e qualità.

I Merlini lo già fanno in Italia, dove - a parte i «presidi» che hanno in Europa, Nord e Sud America, Australia e anche Giappone - sono concentrate le vendite nella grande distribuzione, ma anche nelle salumerie e nelle gastronomie specializzate, enoteche. Ed è ormai arrivato il tempo di puntare anche a tutto il continente e alle grandi città. New York è nel mirino. (l.s.)

ne) per Merlini. Ideale per coprire le esigenze della più disparata clientela del variegato mondo gastronomico. Basti pensare che le referenze prodotte sono ormai 400.

La nuova sfida, partita nel 2002, si chiama *franchising*. Le prime esperienze di prova sono a Desenzano, sul lago di Garda, ed è prossima l'apertura di Rapallo, costa ligure. Mentre Riccardo (grande conoscitore della cultura dell'Est) va in gi-