

**IMPRESE**

Food 1 Atisale investe e punta a scalzare la francese Groupe Salines

## La guerra del sale che vale quasi oro

«**S**ebbene possa esistere qualcuno che non desidera l'oro, non è mai esistito nessuno che non abbia desiderato il sale». Lo scriveva nel V secolo Cassiodoro. E non a caso, perché i Romani, che idearono i sistemi di lavorazione intensivi, ne fecero anche la prima merce di scambio internazionale, tanto preziosa da essere battezzata oro bianco. E dall'antico *salarium* ai prodotti

### 250 milioni

le confezioni di sale vendute ogni anno in Italia

gourmet come i cristalli rosa dell'Himalaya e Blu di Persia, o quelli marini affumicati del Galles o rossi provenienti dalle Hawaii, il sale è rimasto nei secoli un business. Anche nella fascia bassa del mercato: ogni anno si vendono in Italia 250 milioni di confezioni. Di queste, 80 milioni sono quelle di salgemma della siciliana Italkali, mentre

altre 60 milioni provengono dal francese Groupe Salines, il più grande produttore europeo, con un fatturato consolidato di 300 milioni di euro nel 2011, che in Veneto, tramite la controllata **Cis**, ha uno stabilimento di trattamento della materia grezza. Ma c'è chi ha deciso di ribaltare la situazione e non essere più schiacciato sugli scaffali dai rivali per capacità distributiva. Insomma, è scoppiata la guerra del sale.

«Se l'Italia ha la capacità di soddisfare il fabbisogno nazionale, che bisogno c'è d'importare dalla Francia, dalla Tunisia, dall'Egitto? Lasciare spazio ai concorrenti internazionali quando in Puglia, a Margherita di Savoia, ci sono le più grandi saline d'Europa, 4 mila ettari da cui si ricavano 550 mila tonnellate di prodotto, che insieme a quelle di Sant'Antioco in Sardegna e le miniere di Volterra diventano 800?», si infiamma **Roberto Badalucco**, amministratore delegato di Atisale, ex monopolio di Stato acquistato nel 2011 da una cordata di imprenditori,

la **Sosalt**, proprietaria di gran parte delle saline in provincia di Trapani, con 80 tonnellate di produzione annua, e la **Semeraro** di Lecce, attiva nel campo petrolifero e nella sanità locale. La sinergia tra un partner industriale con grande esperienza commerciale (esporta in tutto il mondo un cloruro di sodio Trapani Igp) e quello territoriale si concretizza in piano industriale che prevede investimenti per 9 milioni di

### 4 mila

gli ettari su cui si estendono le saline a Margherita di Savoia

euro: 5 per ottimizzare la produzione, 2 finalizzati alla salvaguardia dell'ambiente, l'asset principale per cui è stato avviato un progetto battezzato **Life con Lipu** e il corpo forestale e, infine, 1 milione 400 mila euro da spendere in marketing e comunicazione per il lancio di **Cuor di Mare**, sale marino extravergine.

«L'obiettivo è diventare il primo sale nazionale nel mass market. E fare di **Cuor di Mare** un marchio con respiro europeo, ma al 100% italiano perché tutta la filiera, dalla materia prima alla confezione, è nel territorio. Puntiamo sul

### Food 2 Come funziona la salina

## Il business della salamoia

Il sale prodotto dalle saline ha una storia antica. Si ottiene con l'acqua di mare, raccolta in vasche impermeabilizzate di grande estensione e bassa profondità. L'acqua staziona nelle vasche e, per effetto dell'irraggiamento solare, la

salamoia si concentra. Durante la concentrazione si verifica la precipitazione di sali diversi dal cloruro di sodio: la salamoia stessa viene così trasferita, con il crescere della concentrazione, a vasche diverse. Le prime, in cui non si ha precipitazione,

sono definite evaporanti. Le vasche in cui precipitano i sali di calcio (se esistono) decalcificanti. Raggiunta la concentrazione di circa 300 grammi per litro di cloruro di sodio (in chimica NaCl), la salamoia è passata nelle vasche cristallizzanti, in cui si ha precipitazione del sale. Il cloruro di sodio solido depositato sul

fondo delle vasche cristallizzanti è poi raccolto con apposite macchine e inviato alla fase successiva di raffinazione. Scopo di questo procedimento è l'eliminazione dei sali diversi dal cloruro di sodio, lavando tutto controcorrente con acqua quanto più pura possibile.

**M.B.**

## Estesa Due immagini delle saline di Margherita di Savoia, le più grandi d'Europa. Sotto, Roberto Badalucco

valore del sale marino con una confezione che introduce una grande novità nel nostro settore: una finestrella trasparente per mostrare il contenuto del pacchetto e rispondere alla domanda dei consumatori sempre più consapevoli e attenti a che cosa acquistano». Secondo il manager, anche l'uso del colore sul pacchetto come elemento d'attrazione è un altro segno di distinzione. Un made in Italy alimentare con un grande potenziale, tanto che se tutta la pasta esportata fosse cotta con sale nazionale la crescita sarebbe enorme. «Inoltre, dobbiamo insistere sull'importanza della qualità in ambito alimentare. Per esempio, per il disgelo delle strade sarebbe più opportuno spargere un prodotto diverso da quello italiano, penso a quello proveniente dal Nord Africa, che in alcuni casi contiene tracce di altri elementi perché lavorato vicino a dei cementifici», polemizza l'ad. Intanto Atisale, acquisita per 20 milioni di euro con una leva finanziaria del 50% e un piano di rientro in cinque anni, ha chiuso il 2012 con un fatturato di 36 milioni di euro generato dalle sue fabbriche naturali e dai 190 dipendenti, un ebitda di 4 milioni e mezzo e un

## 36 milioni

il fatturato 2012 di Atisale

risultato di esercizio di 1 milione di euro. Ma non è detto che sia solo la vendita nei negozi la fonte di ricavo: «La salina produce fanghi per le terme e l'oasi naturale in Puglia, abitata da una colonia di fenicotteri, tutelata dalla Unione Europea per le sue 200 specie di fauna, è anche fonte di betacarotene per prodotti cosmetici e di gesso per l'edilizia. Insomma, può creare un indotto molto interessante». Perché, come dicevano gli antichi, non c'è nulla di più utile del sale e del sole.

Monica Battistoni

