



BODRATO, LA CULTURA DEL CIOCCOLATO

di francesca corradi

La filiera si accorcia. Nel polo dolciario di Novi Ligure le migliori fave di cacao vengono trasformate in prodotti artigianali, di alta qualità. Il boero è il fiore all'occhiello dell'azienda

Dalla bottega ai migliori punti vendita gourmet. A Novi Ligure, la tradizione del cioccolato piemontese incontra selezionate fave di cacao di tutto il mondo, grazie al progetto Bean to Bar, e si manifesta in decine di declinazioni, dalle più classiche a quelle ricercate e audaci. È un sottile gioco di equilibri quello dell'azienda Bodrato: nata nel 1943 a Genova e diventata famosa nel mondo intero anche grazie al suo boero. Confezioni e prodotti diventano un cult di lusso e si posizionano nel segmento premium del cioccolato, destinati per l'80% al mercato interno. Sono più di 5mila i clienti dell'azienda novese: dai negozi specializzati alle gastronomie, dalle enoteche alle pasticcerie, fino ai grandi alberghi di lusso.

Il proprietario **Fabio Bergaglio**, rilevata l'azienda insieme alla sorella **Paola Bergaglio** vent'anni fa, racconta a *MAG* la storia del brand e la volontà di fare cultura intorno a cacao e cioccolato.



FABIO BERGAGLIO E PAOLA BERGAGLIO



Chi è Bodrato?

Nasce a Genova, negli anni Quaranta, come autentica bottega artigianale di cioccolato. Lo stabilimento ora si trova a Novi Ligure, in una delle zone cardine della produzione dolciaria in Italia: un territorio unico che offre una qualità gastronomica invidiabile, una materia prima differenziata da cui ricavare i migliori prodotti. Oltre ai famosi vini Cortese di Gavi o il Dolcetto d'OVADA, spiccano le ciliegie destinate ai boeri e la nocciola piemontese igp che rende nocciolati e gianduiotti un prodotto di qualità superiore.

Il fiore all'occhiello è il boero...

La nostra punta di diamante, conosciuta e apprezzata a livello internazionale, è una ciliegia ricoperta da cioccolato fondente. È un procedimento lungo e accurato, che inizia nel mese di giugno quando le ciliegie vengono selezionate, pulite e immerse in una miscela grappa e alcol. La magia continua in settembre, quando i frutti vengono estratti di volta in volta, per la produzione giornaliera. Una volta asciugati, vengono immersi manualmente nello zucchero fondente. Una volta solidificato, le ciliegie sono ricoperte di cioccolato fondente e poi grigliate a mano: solo così il Boero ottiene quelle identificative onde sulla superficie. Nel frattempo all'interno di ogni frutto, lo zucchero inizia a estrarne l'alcol e a sciogliersi.

La grande svolta negli anni Duemila...

Vent'anni fa io e mia sorella Paola siamo subentrati in Bodrato, un'azienda che

abbiamo conosciuto da bambini e che ci è sempre stata a cuore. Siamo nati e vissuti a Capriata d'Olba, in provincia di Alessandria, dove Luciano Bodrato, dopo aver fondato la bottega a Genova nel 1943, si è spostato a produrre praline. Nel 2001, quando il proprietario ha deciso di cedere l'attività per andare in pensione, abbiamo comprato l'azienda e trasferito la sede, nel 2014, a Novi Ligure. In realtà mia sorella e io avevamo intrapreso altre strade: Paola lavorava in un altro settore e io studiavo Scienze Politiche all'università. Ci siamo buttati in questa esperienza senza avere nessuna competenza nel settore, ma non avremmo mai lasciato morire l'azienda.

Qual è il suo ruolo?

Io personalmente mi occupo dello sviluppo dei nuovi prodotti, del marketing e di tutto ciò che concerne il commerciale.

A proposito di cioccolato, come si è evoluto il mercato negli anni?

C'è stata sicuramente una maggiore attenzione, da parte del consumatore, per prodotti a base di ingredienti di sempre maggiore qualità.

In cosa si distingue Bodrato nel panorama dolciario italiano?

Artigianalità, flessibilità, velocità nell'adeguarsi alle richieste del mercato. A questo si aggiunge anche un team giovane affidabile e propositivo che ci asseconda in tutte le nuove idee. Non da ultimo abbiamo un packaging distintivo, che permette di essere riconoscibili in tutto il mondo.

Tra i vostri progetti c'è anche il Bean to Bar...

È in assoluto quello di cui andiamo più fieri e con cui i nostri collaboratori selezionano le migliori fave di cacao tra le piantagioni di tutto il mondo, dall'Africa al Sud America. Le fave arrivano direttamente a Novi Ligure, dove vengono lavorate e trasformate in cioccolato. Per comprendere e seguire al meglio la qualità dei prodotti siamo diventati chocolate maker. Una serie di otto tavolette portano il nome dei Paesi d'origine delle fave di cacao utilizzate: raccontiamo la storia del cioccolato dalla pianta alla barretta, partendo dagli

agricoltori dei territori di coltivazione per arrivare alla degustazione degli appassionati internazionali. Vogliamo portare la cultura del cacao, collaborare con le popolazioni autoctone dimostrando che un lavoro migliore, più accurato, rende di più.

Com'è cambiata in questi anni l'azienda?

Si è evoluta migliorando gli standard di controllo interno e i processi produttivi, ottenendo certificazioni che permettono di affrontare in modo più professionale il mercato interno ma soprattutto l'export.

Dove siete presenti?

Esportiamo in più di 10 Paesi, dall'Europa all'Oceania. Tra i più importanti ci sono: Usa, Inghilterra, Germania, Giappone e Repubblica Ceca. I prodotti Bodrato sono in enoteche e negozi specializzati. A Milano siamo in Rinascente e da Eataly Smeraldo oltre che nel nostro temporary shop in Stazione Centrale, aperto fino all'estate. Inoltre, siamo distribuiti in piccole botteghe e gourmet corners di tutta Italia, dal Fondaco dei Tedeschi a Venezia, a Firenze e Roma.

Quanti dipendenti ha l'azienda?

Sono circa 26 tra fissi - tutti giovani, di età compresa tra 25 e 40 anni - e stagionali. In azienda c'è anche una decoratrice assunta ai tempi del fondatore Luciano Bodrato.





Qual è il vostro giro d'affari?

Nel 2018 abbiamo registrato un fatturato di 3,25 milioni di euro, in netto incremento rispetto a quello del 2017 di 2,4 milioni (+35%). Il Covid-19, nel 2020, ha rallentato i piani facendoci registrare una flessione nei ricavi. La crescita degli ultimi anni, però, ci ha permesso di dedicarci a nuovi investimenti per l'ammodernamento non solo degli impianti ma anche delle strutture. Abbiamo investito in nuove linee di incarto per i cioccolatini, sempre più volte a materiali ecologici e sostenibili, e nella modernizzazione di macchine di modellaggio del cioccolato. A questa si aggiunge una nuova linea di etichettatura per il reparto creme spalmabili a marchio Bodrato. Ultimo punto del piano d'investimento sono i nuovi uffici per il reparto amministrazione e marketing.

Quanto conta la sostenibilità in una realtà come la vostra?

Nel 2018 abbiamo dato uno slancio green e un approccio sempre più ecologico nello stabilimento piemontese. Il già presente impianto fotovoltaico è infatti stato potenziato rendendo l'azienda autosufficiente e, anzi, produttrice, inoltre, di energia in eccesso che sarà sfruttata da terzi. A questo si aggiungono pompe di calore per produzione di caldo, freddo e acqua calda. La pandemia ha reso più difficile portare avanti l'intento di eliminare materiali non riciclabili.

Avete investito anche nel retail sbarcando a Milano. Com'è andata?

È sicuramente una piazza competitiva ma con un potenziale enorme. Ci siamo affacciati con un temporary monomarca in Stazione Centrale con delle buone performance nonostante il periodo di bassissimi passaggi. Questo ci fa ben sperare che una volta finita l'emergenza si possano ottenere delle ottime performance di vendita.

Quali sono i prossimi passi?

Stiamo lavorando al nuovo catalogo per la stagione 21/22 con diverse novità per stuzzicare i clienti. A livello aziendale siamo in attesa di tornare ai volumi pre Covid-19 per fare un ampliamento della struttura produttiva e del magazzino di stoccaggio. 

