

DAL 1886 A TORRE PELLICE LA «PREMIATA FABBRICA DI CAMELLE»

MORÈ, UNA TRADIZIONE FATTA A MANO

di Giancarlo Percivati

Ricette tramandate di generazione in generazione e prodotti esclusivamente tradizionali alla base del successo - Nomi prestigiosi tra i clienti: l'antica Casa Reale, la famiglia Agnelli, «Il Messaggero» di Roma.

Morè, premiata fabbrica di caramelle, è ormai una vera tradizione. Da 104 anni, infatti, il nome Morè è sinonimo, e non solo nell'ambito locale, di dolciumi prelibati, prodotti con metodi artigianali e con ingredienti genuini, tramandati di generazione in generazione.

L'azienda di Torre Pellice nasce nel 1886 per opera di Giuseppe Morè che impianta un laboratorio di pasticceria con annesso un locale di vendita al minuto. Con il passare degli anni l'attività si ingrandisce sempre più e nel 1925 viene inaugurato il nuovo stabilimento di via Trento, dove l'azienda rimarrà per oltre 60 anni. Nel frattempo la conduzione della ditta passa ad Isidoro Morè che sviluppa l'attività dei familiari fino al '49, quando questa passa prima nelle mani della ditta Chiambretti di Torino e poi, nel '51, in quelle di Armando Vola.

Ancora una successione nel passato della Morè: nel 1965 subentra il dott. Fausto Sartorio, che conduce l'azienda dolciaria fino a quattro anni fa. Dall'86 ad oggi è storia recente: l'impresa torrese viene acquistata da un gruppo finanziario torinese, la Fidor, ed il pinerolese Fulvio Podio, già amministratore delegato e socio della Klippan - Cinture di Sicurezza, sottoscrive la maggioranza assoluta del Capitale Sociale.

L'azienda, condotta con capacità manageriale dal dott. Podio, inizia una vita nuova che la porterà, nel giro di pochi anni, a raggiungere importanti traguardi. Il primo passo è la trasformazione da società di persone a società di capitali: la Morè diventa dapprima S.r.l. e poi Società per Azioni, con un capitale, interamente versato, di 440 milioni. Ma la nuova struttura societaria non preclude quella conduzione familiare e strettamente artigianale che aveva fatto grande il nome Morè nel campo dolciario. Infatti l'azienda, gestita con grande impegno dal dott. Podio e dalla moglie Lisa, si ingrandisce ma mantiene inalterate le caratteristiche originarie di qualità ed immagine che si era creata in passato.

La nuova impostazione richiede però maggiori spazi per produrre in maniera più razionale. I 150 mq. di viale Trento si dimostrano perciò inadeguati e nell'88,

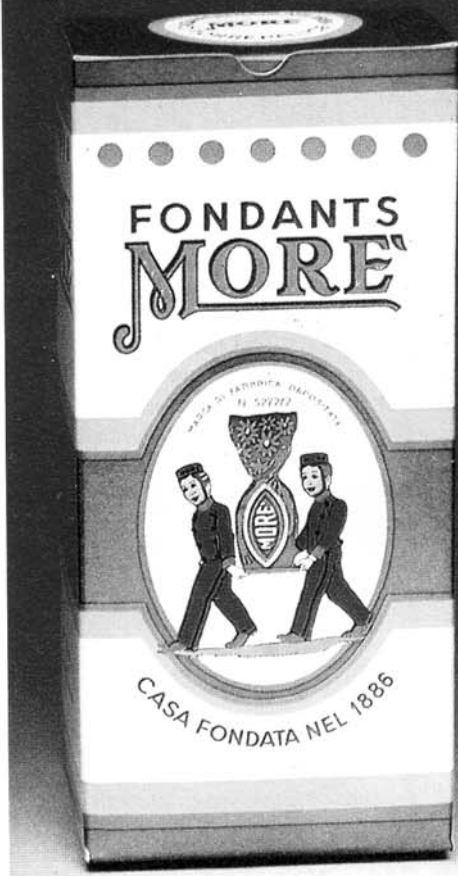
La classica confezione dei Fondants alla menta, con il marchio, depositato nel 1933, dei due valletti che portano il vaso con le caramelle.

secondo anno della gestione Podio, la Morè si trasferisce nei locali acquistati dalla Geymonat Farmaceutici, costituiti da un capannone con annessi gli uffici di 4.000 mq., localizzato in via Filatoio, a pochi passi dal palazzetto del ghiaccio.

I dieci dipendenti della Morè continuano a sfornare dallo stabilimento di via Filatoio i prodotti di sempre: fondants, gelatine di frutta, cri-cri, caramelle digestive, alla menta ed alla frutta, gommose alla liquirizia ed agli aromi di montagna, «Alpreste» al liquore. Ed a poco a poco la Morè cerca di conquistare quella nicchia di mercato che le permette di portare il suo nome al di fuori dei confini locali.

La caramella Morè, prodotta con ingredienti esclusivamente naturali, a partire dai coloranti per arrivare alla polpa di frutta delle gelatine ed alla gomma Kordofan di 1ª scelta del Sudan utilizzata per le «gommose», è destinata al consumatore di una certa classe, con una distribuzione che avviene esclusivamente attraverso le pasticcerie.

Per diffondere il prodotto anche tra i consumatori medi è stato creato, nei primi mesi di quest'anno, un nuovo marchio, «Latour», destinato alla grande distribuzione, attraverso supermercati come Conti, Metro, Pam.



premiata fabbrica di caramelle

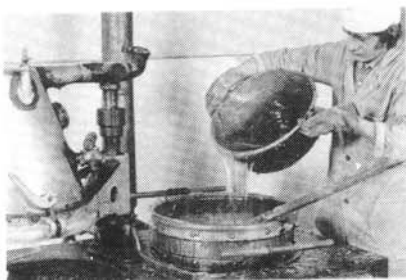
Oltre alla produzione in proprio, la Morè continua anche a produrre per conto terzi. Questa attività, che si sta inevitabilmente riducendo a causa dei nuovi programmi aziendali, ha portato le caramelle di Torre Pellice sulle tavole di moltissimi italiani, attraverso marchi famosi. Ad esempio tutte le gelatine di frutta Nestlé-Perugina sono di produzione pinerolese, e tra i clienti Morè troviamo la Maiani di Bologna, la Zaini-Coffler di Milano e la Biffi, presente, con la sua catena di negozi, nei saloni degli aeroporti. Inoltre la Morè è anche introdotta nel settore farmaceutico, con la produzione, ad esempio, per la Natura House, di caramelle senza zuccheri e gommose per erboristeria.

Ma l'azienda torrese, accanto all'«antico» fatto di vecchie ricette e metodi tradizionali, ha eseguito forti investimenti per dotarsi di impiantistica a tecnologia avanzata che le permettesse, attraverso un adeguato volume di produzione, di far fronte alle richieste di mercato e di abbattere gli elevati costi fissi. Ne è prova la nuova incartatrice per gelatine, capace di confezionare 500 caramelle al minuto.

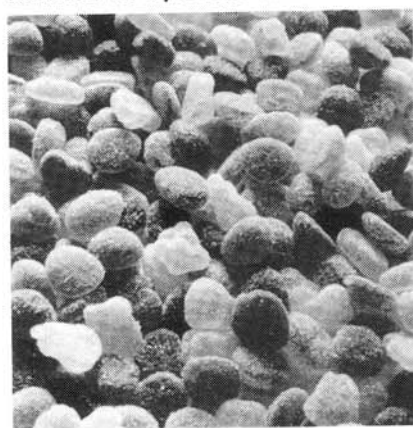
Inoltre, l'obiettivo di un'altissima qualità, raggiungibile, economicamente, con un valore aggiunto spinto all'eccesso, ha richiesto anche un'accurata selezione dei fornitori, solitamente aziende di non grandi dimensioni.

In questi ultimi anni la Morè, con investimenti che hanno superato i due miliardi di lire, ha iniziato una fase per lei del tutto nuova, che dovrebbe, secondo le prospettive degli amministratori, raggiungere, proprio quest'anno, il punto di svolta. Sarà il '90, infatti, l'anno verità per quest'azienda che vuole acquisire definitivamente una sua collocazione sul mercato. Le perdite sono state ridotte progressivamente dai 700 milioni di tre anni fa all'attuale centinaio di milioni e le stime sul fatturato '90, che dovrebbe raddoppiarsi rispetto all'89, fanno prevedere il conseguimento, per la prima volta con la nuova gestione, di un utile d'esercizio.

E proprio in previsione di una forte espansione delle vendite la casa di Torre Pellice ha voluto legare la sua immagine con quella di un'altra famosa e tradizionale figura del Pinerolese: la Cavalleria. Un'accoppiata, tra caramella «Vecchia Morè» e la gloriosa arma, che vuole essere vincente, proprio nell'anno in cui ricorre il trecentesimo anniversario della famosa Scuola Pinerolese, e che rappresenta il trampolino per far conoscere ed apprezzare nel mondo quell'immagine di fascino e tradizione che le accomuna. □



Una fase del processo di lavorazione delle caramelle ed il prodotto finito.



**UNA CAMELLA
CHE PIACE,
DAGLI USA A... TORINO**

Nonostante abbia mantenuto una struttura a livello di personale pressoché invariata (i dipendenti sono passati dai 10 dell'86 agli attuali 15), l'azienda di Torre Pellice ha puntato su un'espansione della clientela, creando un'organizzazione di vendita capillare e razionale. Grazie ad una rete di agenti (circa 50), disposta su tutto il territorio nazionale, la Morè è passata dai circa 300 clienti dell'88 agli attuali 1.300, con un conseguente aumento del fatturato, passato dai circa 350 milioni realizzati nel 1986 al miliardo e 300 milioni dell'anno appena concluso.

Ma il marchio Morè, diffuso in tutta Italia, sta lentamente varcando i confini nazionali. Nel 1989, la casa dolciaria della Val Pellice ha esportato in Francia ed in Germania, dove le richieste sono in espansione, e si è indirizzata anche verso il mercato statunitense. In questo Paese, dove la Morè ha allestito uno stand alla «Fiera internazionale della Caramella» tenutasi a San Francisco dal 14 al 18 febbraio di quest'anno, il prodotto pinerolese sta ottenendo forti consensi. In particolare hanno centrato i gusti degli americani la caramella «Vecchia Morè», cotta a fuoco diretto, impastata a mano, stampata con matrice originale di fine '800 ed incartata, una ad una, manualmente, ed i «Frutti di gelatina doppia», accoppiati anch'essi a mano, e presentati, unici nel loro genere, con il picciuolo e la fogliolina di carta alimentare, colorata manualmente, di cui è custodito gelosamente il brevetto.

Qualità e tradizione che piace agli americani, ma che diventa un'esigenza quando i signori clienti sono la Casa Reale, come in passato, o la famiglia Agnelli, in tempi molto, molto più recenti. □