



AGGIUNGI 30 POSTI A TAVOLA ARRIVANO I CAMPIONI

Il settore agroalimentare vale 140 miliardi di fatturato, il 2,2% del Pil

Una realtà fatta di aziende di piccola taglia, come quelle selezionate da l'Economia e ItalyPost, che crescono anche del 40% l'anno

di **Raffaella Polato**

Succede anche questo. Che, come molti altri prodotti dell'agroalimentare made in Italy, il Prosecco non venga solo plagiato e non sia soltanto la prima vittima — per quantità di contraffazioni scoperte — delle frodi da *italian sounding*. Ogni tanto il Consorzio scova qualcuno che lo usa, il marchio, per vendere panettoni, caramelle, patatine (Pringles, nello specifico, ultimo sequestro in ordine di tempo), persino candele e lubrificanti erotici. In questi casi ovviamente non si può fare altro che denunciare. Per le bottiglie contraffatte, invece, i produttori si sono appena organizzati così: qualcosa di simile a una filigrana digitale consentirà di distinguere un'etichetta autentica da una falsa. Esattamente come accade per le banconote. E infatti la «fascetta anti frode» è stata presentata alla Zecca dello Stato, lunedì scorso, celebrazioni per il decimo compleanno del brand Prosecco Doc.

«Look alike»

Funzionerà (marketing a parte)? Non servirà? E soprattutto: si rivelasse utile, sarebbe replicabile? Non è una novità, che *italian sounding*, *look alike*, contraffazione vera e propria siano il peggior nemico di uno dei quattro comparti

chiave della nostra economia. Fanno lo stesso ogni volta effetto, però, gli aggiornamenti delle relative statistiche.

L'agroalimentare vale 140 miliardi di fatturato, pesa per il 2,2% sul Prodotto interno lordo, dà lavoro a 440 mila persone. Al suo interno c'è quella che il Rapporto Ismea-Qualivita definisce DopEconomy: battono bandiera italiana 822 delle 3.036 denominazioni protette/garantite riconosciute al mondo, e quelle 822 generano 15 miliardi di valore alla produzione, con un export che sfiora i 9 miliardi.

Non c'è tuttavia nessun Prosecco (per inciso: 2,4 miliardi di volume d'affari) con cui brindare a questi numeri. Perché potremmo fare infinitamente di più se è vero che, dal parmesan in giù, tutto ciò che suona o sembra italiano, ma non lo è, alimenta un business globale stimato tra i 60 miliardi (Rapporto Food & Beverage, The European House Ambrosetti) e i cento miliardi tondi (valutazione Coldiretti). Un giro comunque enorme. Un mercato che, anche al netto della differenza di prezzo tra gli originali e le imitazioni, nella peggiore delle ipotesi consentirebbe all'Italia di aumentare del 30-40% la sua produzione e le sue vendite al-

l'estero. Riequilibrando così, tra l'altro, una bilancia commerciale in cui l'attivo dell'industria agroalimentare non basta a pareggiare il passivo dell'agricoltura.

Possiamo lamentarci all'infinito, dell'inefficacia delle regole internazionali di tutela e della conseguente impunità, di fatto, di una concorrenza tanto smaccatamente sleale. Ma questo è solo un lato della realtà. L'altro

è per certi aspetti persino più sgradevole: dovremmo ammettere che *italian sounding & Co.* sono un po' anche colpa nostra. Quel mercato enorme noi lo regaliamo. Abbiamo pochi grandi gruppi: ma non si può dire che le Ferrero o le Barilla non facciano la loro parte. Abbiamo parecchie eccellenze medio-piccole: e i 30 Champions che hanno passato i rigorosi criteri di selezione, in questa quarta e ultima tappa del viaggio

L'Economia-ItalyPost dentro il meglio di Industria Italia, dimostrano fino a che punto possano essere sfruttate le potenzialità di un Food & Beverage che all'estero ci invidiano esattamente quanto invidiano le nostre griffe della moda, della meccatronica, della farmaceutica. Da lì in poi, però, è il regno di Lilliput. Vastissimo. Nella sola filiera alimentare (be-

vande escluse, ma in proporzione il campo è altrettanto frammentato) le imprese sono oltre 53 mila. In teoria va benissimo: lo si può leggere come segnale di vitalità. In pratica, è il nostro limite. Il 98% di quelle imprese, dunque supergiù 52 mila, non appartiene nemmeno alla categoria delle piccole aziende: è nella fascia piccolissime-micro.

Idee da export

Possono portare all'estero le loro mozzarelle, i loro tiramisù, i salumi e i vini, con queste dimensioni? Complicato. Possono crescere quel tanto che basta per riuscirci, e andarsi a prendere almeno un po' del mercato usurpato dall'*italian sounding*? Sì. Possono. Lo confermano molti dei percorsi imprenditoriali che sentiremo raccontare direttamente dai Champions venerdì prossimo, al quarto incontro in Bocconi.

Sono aziende abituate ai record: negli ultimi sei anni il loro giro d'affari è salito in media del 6,8% l'anno, oltre il doppio rispetto al

3,2% del settore, e con profitti industriali pari (nell'ultimo triennio) al 13,86% contro il 7,6%. Una in particolare, tra queste imprese, ha tutti i requisiti della case history. La Andriani di Gravina in Puglia pochi anni fa non esisteva. Nasce nel 2004, i fondatori premettono «Molino» al nome di famiglia perché è pasta, quel che producono. Ancora nel 2012 fatturava poco più di otto milioni. Nel 2018 ha superato i 55, il che significa una crescita del 38% l'anno, e con tassi di redditività all'altezza: profitti industriali vicini al 20%, ritorno sul capitale superiore al 25%.

Quali sono i segreti di performance del genere non nel lusso, ma in un settore che non potrebbe essere più tradizionale e maturo di così? Il primo è l'idea iniziale, naturalmente, l'aver saputo anticipare il mercato. La Andriani è un «Molino» sì, ma che parte lavorando materie prime senza glutine, cui aggiunge il bio, cui somma la filiera dei legumi alla base delle nuove farine. Risultato: è diventata in fretta il terzo player italiano del gluten free, esporta ormai in una trentina di Paesi, la quota di export ha superato il 50%. A dimostrazione che «si può».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La classifica

Le Top PMI del settore alimentare-bevande rappresentano una selezione delle prime 30 imprese per dimensione fra migliori imprese del settore con fatturato compreso fra i 20 e i 500 milioni. In base ai bilanci 2012-2018, valori in migliaia di euro

Farine e derivati	Regione	Fatturato 2018	Fatturato 2012	Cagr 2012/2018	Ebitda 2018	Ebitda % medio 3 anni	Risultato esercizio 2018	Patrimonio Netto 2018	Roe 2018	Rating 2018
Balocco Industria Dolciaria	Piemonte	166.465	128.090	4,46%	17.157	10,65%	9.015	62.908	14,33%	A
Agugiaro & Figna Molini	E. Romagna	102.782	80.107	4,24%	12.165	11,94%	6.396	49.625	12,89%	A
Maina Panettoni	Piemonte	91.152	65.168	5,75%	7.503	9,72%	4.082	29.651	13,77%	BBB
Antimo Caputo	Campania	70.356	37.684	10,97%	12.887	20,63%	8.860	51.843	17,09%	AA
Andriani	Puglia	55.649	8.021	38,10%	9.499	19,83%	4.048	16.112	25,12%	BBB
Prodotti lattiero caseari										
Igor	Piemonte	152.640	120.645	4,00%	13.146	9,98%	5.833	43.934	13,28%	A
Bianchi Orizzonti	Campania	139.591	81.419	9,40%	10.014	6,91%	5.584	17.038	32,77%	BBB
Sabelli	Marche	147.148	61.523	15,64%	9.911	7,55%	2.700	18.856	14,32%	BB
Valcolatte	E. Romagna	140.631	50.644	18,56%	8.336	5,98%	3.487	19.567	17,82%	BB
Salumi										
Giuseppe Citterio	Lombardia	454.848	355.527	4,19%	47.793	10,75%	24.469	279.480	8,76%	BBB
Salumificio F.lli Coati	Veneto	84.702	34.851	15,95%	8.720	10,95%	3.880	27.103	14,32%	A
Salumificio San Carlo (Gruppo Beretta)	E. Romagna	52.756	25.967	12,54%	11.014	19,06%	6.806	24.443	27,84%	AA
Industria conserviera e lavorazione alimenti										
Sterilgarda Alimenti	Lombardia	341.644	293.346	2,57%	24.916	6,19%	15.833	103.068	15,36%	AA
Red Lions (Gruppo Mutti)	E. Romagna	308.379	156.419	11,98%	24.765	10,28%	5.824	190.936	3,05%	BB
Elah Dufour	Liguria	142.979	105.292	5,23%	19.230	14,27%	14.072	85.070	16,54%	BBB
Syn-gest (Gruppo Pre-gel)	E. Romagna	125.618	100.242	3,83%	28.569	24,18%	12.705	180.912	7,02%	A
Valsoia	E. Romagna	110.650	93.308	2,88%	10.364	10,77%	10.102	67.355	15,00%	A
Menù	E. Romagna	88.032	64.321	5,37%	11.629	13,80%	4.036	140.212	2,88%	BBB
Eulip	E. Romagna	76.184	50.427	7,12%	9.175	12,22%	5.189	11.613	44,68%	BBB
Pellini Holding	Veneto	74.589	55.226	5,14%	15.054	15,28%	8.860	31.462	28,16%	AA
Iposea	Puglia	72.359	49.366	6,58%	8.293	9,64%	5.134	28.203	18,20%	BBB
Fabbri 1905	E. Romagna	72.570	55.013	4,72%	9.531	11,97%	4.733	27.956	16,93%	BBB
Covim	Liguria	47.674	25.861	10,73%	8.239	14,84%	4.192	23.107	18,14%	A
Socado	Veneto	47.836	26.842	10,11%	5.408	10,97%	2.744	14.214	19,30%	AA
Vini, liquori, acque minerali										
Ilva Saronno Holding	Lombardia	331.091	280.436	2,81%	55.570	20,13%	38.838	610.418	6,36%	A
Fonti Di Vinadio	Piemonte	236.938	156.789	7,12%	44.384	20,07%	25.837	91.749	28,16%	AA
Casa Vinicola Botter Carlo & C.	Veneto	195.237	104.270	11,02%	27.715	14,16%	17.527	69.867	25,09%	A
Marchesi Antinori	Toscana	193.084	146.086	4,76%	55.461	28,25%	48.906	490.215	9,98%	A
Lunelli	Trentino A. A.	101.389	57.668	9,86%	19.053	19,12%	12.647	272.901	4,63%	A
Lete	Lazio	97.207	49.593	11,87%	27.429	28,90%	16.565	115.492	14,34%	AA

Fonte: elaborazione Centro Studi Italypost su dati AIDA Bureau Van Dijke e Infocamerie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Negli ultimi tre anni i profitti industriali delle eccellenze sono pari al 13% contro una media del 7%

Addetti 2018	Descrizione attività
317	Produzione dolci da forno
97	Produzione farine e semilavorati
201	Produzione dolci da forno e da ricorrenza
55	Attività molitoria, produzione farine
145	Produzione di pasta senza glutine
193	Produzione formaggio gorgonzola
22	Semilavorati per l'industria lattiero-casearia
n.d.	Produzione formaggi e latticini
309	Produzione formaggi e derivati del latte
n.d.	Produzione di salumi e insaccati
102	Produzione prosciutti, salumi e insaccati
63	Produzione di salumi e insaccati
291	Produzione succhi di frutta, latte e derivati
597	Produzione prodotti della lavorazione del pomodoro
248	Produzione specialità dolciarie
554	Produzione semilavorati per gelateria e pasticceria
126	Produzione alimenti a base di soia
287	Specialità alimentari per la ristorazione professionale
44	Oli e grassi vegetali per industria alimentare
78	Produzione miscele e capsule di caffè
185	Produzione conserve alimentari
168	Produzione prodotti per pasticceria e gelateria
76	Lavorazione e distribuzione caffè
109	Produzione di dolci a base di cioccolato
1.053	Produzione vini e liquori (marchio Disaronno)
159	Produzione acque minerali (marchio Sant'Anna)
150	Produzione e distribuzione vini
255	Produzione e distribuzione vini
253	Produzione e distribuzione vini
124	Produzione acque minerali



Incontri

L'appuntamento con i Champions dell'agroalimentare, venerdì 29 novembre in Bocconi, è il quarto e ultimo incontro del viaggio tra le piccole e medie imprese Top dei settori delle made in Italy. La selezione e l'analisi dei bilanci sono state curate dall'Ufficio Studi di ItalyPost, con il contributo del gruppo Crédit Agricole e di Auxielle

