

Olio, pasta, bollicine. Agli investitori stranieri piace il food italiano

di **Maria Elena Zanini**

Il made in Italy è sempre più terra di conquista: con il passaggio della maggioranza del gruppo oleario toscano Salov dalla famiglia Fontana al gruppo cinese Yimin, sussidiaria del gruppo Bright Food, un altro pezzo dell'agroalimentare italiano finisce in mani straniere. Il colosso di Shanghai si prende oltre il 50% della società, lasciando alla famiglia, (seguita nell'operazione dal banchiere Federico Bazzoni, head of international equity di Citic Securities) la minoranza. È come denuncia Coldiretti, il valore dei marchi storici del settore finiti sotto proprietà straniera dall'inizio della crisi ha superato 10 miliardi di euro. Bertolli, Sasso, Gancia (storico produttore di spumante, ora di proprietà per il 70% dell'oligarca Rustam Tariko), Parmalat (dal 2011 della francese Lactalis), Pernigotti (ora del gruppo turco Toksoz) e Buitoni sono solo alcune delle società che negli ultimi dieci anni hanno cambiato padrone e bandiera. In realtà fare shopping tra i prodotti alimentari italiani suscita da sempre l'interesse degli imprenditori stranieri. Basta pensare alla Unilever, la multinazionale anglo-olandese che già nel 1974 decise di acquisire la Algida, fondata a Roma nel 1945 da Italo Barbiani. Oppure,

qualche anno dopo, all'americana Kraft Foods, che nel 1984 comprò le Fattorie Osella e la Invernizzi l'anno successivo, per poi rivenderla nel 2003 alla francese Lactalis. Oppure, sempre per restare nel settore olio, alla storia del marchio Sasso, società di Oneglia passata alla svizzera Nestlé, tornata italiana nel 2003 con la sua acquisizione da parte della Minerva Oli spa che sarebbe però stata a sua volta acquistata dal gruppo spagnolo Deoleo nel 2005. Stessa sorte anche per altri due storici marchi italiani di olio, Carapelli e Bertolli, nati italiani e successivamente acquisiti dalla stessa Deoleo, il primo nel 2006 (quando già era parte della Minerva Oli) per un valore complessivo dell'operazione di 132 milioni, e il secondo nel 2008. Nell'aprile di quest'anno la società spagnola aveva rimesso in vendita i tre marchi che avrebbero quindi potuto ritornare italiani: il fondo strategico

(braccio armato della Cdp) infatti, aveva presentato un'offerta, che era stata però superata da quella del fondo di private equity inglese Cvc del valore totale di 439 mi-

lioni. E sempre quest'anno, a giugno, è stato il turno dell'antico Pastificio Lucio Garofalo che ha siglato un accordo vincolante per l'ingresso nella compagine azionaria, con il 52% del capitale, di Ebro Foods, gruppo multinazionale spagnolo che opera nei settori del riso, della pasta e dei condimenti, quotato alla Borsa di Madrid, che lo scorso anno ha acquisito anche il 25% della proprietà del riso Scotti dalla stessa famiglia pavese. Valore dell'operazione: 62,5 milioni. Secondo Antonio Belloni, analista e autore del libro

Food Economy (Marsilio Ed.), «dal dopoguerra a oggi in Italia ci sono stati due diversi modelli di acquisizioni da parte di aziende straniere: uno è finalizzato al rafforzamento della propria posizione sul mercato italiano tramite l'acquisizione di aziende italiane già esistenti e ben avviate, soprattutto negli anni del boom economico in cui si sfruttava l'aumento dei consumi». L'altro è legato alla forza dell'alimentare Made in Italy: gli stranieri comprano il brand per sfruttarlo sui mercati esteri. Ma qualunque sia la motiva-

zione, non necessariamente l'apertura ai capitali esteri significa una perdita di valore. Secondo un'indagine di Prometeia («L'impatto delle acquisizioni dall'estero sulla performance delle imprese italiane») realizzata per l'Ice (Istituto Nazionale per il Commercio Estero) da fine anni 90 a oggi le imprese acquistate da gruppi stranieri hanno ottenuto performance positive. Ciò significa crescita di fatturato (2,8% l'anno), occupazione (2%, anche in territorio italiano) e produttività (1,4%). (riproduzione riservata)



VENDITE DEL SETTORE AGROALIMENTARE

Alcune delle più importanti aziende italiane vendute all'estero

<i>Nome dell'azienda</i>	<i>Anno di cessione</i>	<i>Acquirente</i>
◆ Algida	1974	Unilever
◆ Bertolli	2008	Deoleo
◆ Birra Peroni	2003	SabMiller (Sud Africa)
◆ Buitoni	1988	Nestlé
◆ Carapelli	2006	Deoleo
◆ Galbani	2006	Lactalis
◆ Parmalat	2011	Lactalis
◆ Sanpellegrino	1998	Perrier Vittel (Nestlé)

GRAFICA MF-MILANO FINANZA