



### ★ Tassa sul junk food, il Governo ci prova

È battaglia tra il ministero della Salute e Federalimentare sulla tassa di scopo da applicare ad alcune categorie di prodotti alimentari. Anche il Governo italiano, dopo quello francese, intende introdurre un balzello su cosiddetti 'junk food' al fine di recuperare risorse da destinare all'ammodernamento delle strutture sanitarie e all'educazione alla corretta alimentazione. Si partirebbe da superalcolici e soft drink, i primi tassati per 50 euro ogni ettolitro, i secondi per 7,16 (sempre per 100 litri). Altre categorie come patatine, merendine, snack ecc. sarebbero al momento escluse. I produttori hanno infatti raggiunto un accordo per diminuire zuccheri, sale e grassi trans nella composizione: la decisione sulla tassa arriverà tra due anni, una volta fatte tutte le verifiche sulle nuove ricette. A.F.

## Nuova Terra per D&A

Drogheria & Alimentari è alla seconda acquisizione, questa volta nel campo dei legumi. E in vista c'è un'altra operazione, forse negli insaporitori

Si confina in nuovi territori – o meglio in Nuova Terra, dal nome dell'ultima conquista – l'attività di Drogheria & Alimentari, l'azienda delle famiglie Barbagli e Carapelli, leader nel mercato delle spezie. Dopo aver acquisito Le Bontà nel 2011, un'impresa di Prato specializzata nei sughi a base di cacciagione, la società con sede nel Mugello è tornata sul mercato effettuando un'altra acquisizione, proprio l'azienda di cui si diceva sopra, che si occupa di zuppe a base di legumi. Due variazioni rispetto al core business, ma un'unica filosofia aziendale che le accumuna tra di loro. "Dopo aver lavorato sulla crescita dell'attività nel settore delle spezie abbiamo colto l'opportunità per diversificare

la nostra offerta – dice a *Food* Andrea Barbagli, amministratore delegato di Drogheria & Alimentari – scegliendo due produzioni di nicchia che avessero come caratteristica l'essere leader nel proprio settore (Le Bontà, ndr) o con un ottimo posizionamento come nel caso di Nuova Terra. Le due aziende hanno una presenza a macchia di leopardo e sarà nostra priorità quella di crescere nella distribuzione, sfruttando anche la capillarità della nostra presenza in Italia e il rapporto consolidato con le maggiori insegne della gdo".

Le Bontà ha riportato un fatturato pari all'incirca a 5,5 milioni di euro nel 2011, mentre Nuova Terra si è attestata a 3,5 milioni di euro.



ANDREA BARBAGLI

"In un arco temporale di tre anni contiamo di portare l'attività nei sughi a 6,5-7 milioni di euro – spiega Barbagli –. Attualmente il mercato complessivo ammonta a 10 milioni di euro, e noi vogliamo consolidare la nostra leadership anche attraverso le private label, segmento sempre più attento allo sviluppo di nuove opportunità d'acquisto. Per Nuova Terra l'obiettivo è crescere fino a 6 milioni di euro, sfruttando al meglio tutti gli spazi di mercato e la sempre maggiore considerazione che il consumatore ha per i cibi salutistici".

Ci saranno ulteriori novità nel 2012? "Potrebbe arrivare un'altra acquisizione in un settore più vicino al nostro business originario" dice sibilino Barbagli. Che l'affare sia nel campo degli insaporitori? Drogheria & Alimentari ha chiuso il 2011 con un fatturato pari a 42 milioni di euro, di cui 8 milioni circa derivanti da vendite estere e 34 dal mercato interno.

Alfredo Faieta

### Assietta sgr acquisisce il pesto Pamfood

Dopo aver messo a segno l'acquisizione di Essedue (vedi anche *Food* aprile 2012, pag. 10), Assietta Private Equity sgr torna sul mercato comprando il 90% di Pamfood, azienda di Savona operante nel settore dei condimenti per primi piatti (pesto alla genovese, sughi pronti ecc.), con un fatturato di quasi 7 milioni di euro, tutti realizzati in Italia, prevalentemente nel canale gdo. Il restante 10% rimane suddiviso tra la famiglia Maggiali (7,3%) e il management.

"Le due società appena acquisite – afferma Carlo Massacesi, direttore degli investimenti di Assietta sgr – hanno un punto di forza nel prodotto, ma difettano nella distribuzione, che è a macchia di leopardo e poco diversificata nella clientela. Il nostro sforzo iniziale, di cui si farà carico il nuovo ad delle due società Mauro Cesaro (in arrivo da Rovagnati, ndr) sarà quello di colmare la presenza commerciale in Italia, anche mediante un ampliamento della rete vendita. Lo sviluppo di una clientela estera e la maggiore efficienza produttiva sono altri punti qualificanti all'ordine del giorno". A.F.