

PRIMO PIANO



La sede della Kraft Foods. Sotto, la squadra di basket sponsorizzata da Simmenthal negli anni '70 e Walter Chiari in un carosello

KRAFT SUL MERCATO IL GLORIOSO MARCHIO DELLA CARNE IN SCATOLA

Simmenthalmente buona da vendere

Ad Aprilia aveva messo piede nel 1979 quando ancora si chiamava General Food. Per poi prendere il controllo del marchio più noto della carne in scatola, quello inventato dalla famiglia Sada e reso celebre dai Caroselli con Walter Chiari e Sylva Koscina. Adesso, dopo oltre trent'anni sotto il vessillo della Kraft, si appresta a passare in altre mani la Simmenthal, circa 100 milioni di ricavi, 60% del mercato italiano davanti a Manzotin (Bolt) e Montana (Inalca). Numeri da leader che, però, valgono appena lo 0,002% del giro d'affari mondiale della multinazionale di Northfield (Illinois) guidata dal ceo Irene Rosenfeld. E circa un decimo dei ricavi Kraft in Italia nell'ambito di un portafoglio che include tra gli altri Oro Saiwa, Philadelphia, Hag, Sottilette, Vitasnella, Osella, Ritz e Tuc. I manager Usa e il presidente di Kraft Europe, Tim Cofer, hanno arruolato a Londra l'advisor Hsbc per gestire la cessione di marchio, rete di vendita e stabilimento laziale di Simmenthal. Tanto che sono già avviati i primi sondaggi con possibili compratori industriali e fondi di private equity specializzati nel food.



Ma perché Kraft ha deciso di privarsi della carne lessata in scatola che iniziò la produzione nel 1923 a opera di Gino Alfonso Sada? Il secondo gruppo mondiale del food (dietro Nestlé) ha iniziato a fare ordine in casa a due anni dal takeover su Cadbury da 13 miliardi di dollari. Entro l'anno sarà cosa fatta lo spin off delle attività grocery (formaggi, farine, pasta) da biscotti, cioccolata, caramelle con marchi quali Jacobs, Cadbury, Milka, Nabisco. La prima Kraft varrà il 25% di 50 miliardi di dollari totali, l'altra il 75%. Ma nell'aggregato grocery varrà la regola dei power brand, marchi diffusi in più aree geografiche, con potenziale di crescita. Non è detto che ci sarà posto per tutti. Come per Simmenthal, fatturato solo italiano e numeri in lieve calo sulla scia del trend comune alle carni in scatola. Anche se ha un buon margine, che porta a stimare per Kraft un incasso dalla vendita pari almeno al fatturato. Del resto il gruppo potrebbe met-



re in rampa d'uscita altri marchi all'estero (per lo più locali) che stanno attirando le attenzioni di Bongrain, Lactalis, Saputo e Muller. Simmenthal sarà l'unica dismissione in Italia, mercato seguito da Valerio Di Natale, capo di Kraft Sud Europe. I marchi, incluso quello fondato dai Sada, sono della Kraft Food Intellectual Property. Poi vi sono le due aziende commerciali Kraft Italia (750 milioni i ricavi) e Saiwa (250). Infine i quattro stabilimenti di Andezeno (Hag, Splendid), Caramagna (Osella), Capriata (biscotti) e Aprilia (carne).

Daniela Polizzi e Carlo Turcibetti

ACQUISIZIONE A TREVISO

IL FONDO APE RONZA SUGLI GNOCCHI PATAMORE

Il contratto è stato firmato mercoledì 21 marzo, dopo il buon esito della due diligence e un negoziato in esclusiva. Entra così nel portafoglio della sgr Ape-Assietta private equity la Essedue alimentari, sede a Quinto di Treviso, più conosciuta per il marchio Patamore dei suoi gnocchi artigianali venduti nella grande distribuzione ed esportati (circa 20% sul totale dei ricavi di

10 milioni) anche in Germania. A vendere il 100% del capitale sono stati i fratelli Fabio e Nadia Scattolin che avevano fondato l'azienda vent'anni fa partendo da un piccolo laboratorio. E che, dopo il corteggiamento di altri investitori, hanno accasato Patamore con il Fondo dimensione impresa di Ape sgr, che è arrivata così alla sua terza operazione (dopo Biolchim nei fertilizzanti e

Millefiori nelle fragranze) da quando l'ex Alekti private equity è finita nell'orbita dei commercialisti dello studio Cornaglia. Sotto la nuova gestione di Ape sgr (è stata assistita dall'advisor Claudio Bondardo di Ernst & Young e dall'avvocato Giuliano Sollima dello studio Sciumè) l'azienda trevigiana punta ad aumentare la penetrazione all'estero. Nonché a

potenziali sinergie con altri dossier food allo studio del fondo, dove l'operazione è stata curata dal responsabile degli investimenti Carlo Massacesi. Gli gnocchi Patamore sono passati di mano con un multiplo di valutazione vicino a 5,5 volte l'ebitda che si attesta al 23% dei ricavi.

D.P. e C.T.



Gli gnocchi della Patamore