

AGROINDUSTRIA ■ I bilanci 2004 delle tre maggiori imprese pugliesi del settore: Divella, Granoro e Riscossa

Pasta, le aziende macinano utili

Vendite ferme, più redditività per il minor costo del grano

BARI ■ Il minor costo del grano duro ha favorito la redditività 2004 delle principali aziende pugliesi produttrici di pasta secca. Ma ci sono pochi margini per ulteriori miglioramenti: i dati confermano la maturità del settore iniziata già da qualche anno, tanto che nel 2004 il recupero delle quantità vendute è stato solo lieve. Inoltre (si veda l'articolo sotto) si conferma la tendenza delle principali imprese a investire in razionalizzazione, differenziazione di prodotti e mercati, promozione e pubblicità, con buoni risultati per la posizione competitiva. Tanto emerge dai bilanci di tre importanti società della Puglia, regione che, con circa 11 pastifici di pasta secca sui 134 in Italia, detiene — stime del Sole-24 Ore Sud — circa il 10%-12% della produzione nazionale (che vale 2,9 miliardi di euro secondo l'Unipi, l'Unione degli industriali pastai).

Nella regione
il 10-12%
della produzione
nazionale

L'equilibrio economico. L'utile operativo si presenta in aumento rispetto al 2003 per tutte le imprese analizzate (si veda la tabella). Fatturato in sostanziale pareggio per Divella (+0,7%) e Granoro (-1,4%), mentre Riscossa cala del 18,1% per la chiusura dello stabilimento di Venosa (Potenza) e la scelta di ridurre lavorazioni per conto terzi. Dati che appaiono in linea con la buona posizione competitiva che emerge dalla classifica delle prime nove imprese del settore nei mesi di giugno e luglio 2005, stilata dalla Ac Nielsen: dopo Barilla, prima col 34,7% delle quantità vendute in Italia (37,1% in valore), c'è Divella, seconda con l'8,1% (in valore è al 6,5%, in terza posizione). Granoro è settima, col 2,6% delle quantità (2,5% a valore).

Divella e Riscossa hanno margini e utili operativi più elevati in rapporto al fatturato, ma tutte e tre le aziende registrano nel 2004 un recupero sul 2003 (si veda la tabella). Ciò si deve soprattutto al calo del costo del grano duro, sceso in media a circa 15 euro/quintale rispetto alle punte di 19/20 del 2002 e della seconda metà del 2003. Sono poi in corso azioni di razionalizzazione, senza ridurre sensibil-

mente i dipendenti. Unica eccezione è Riscossa, i cui dipendenti nel 2004 sono passati da 106 a 85, un calo del 12% sul costo del lavoro. Divella continua ad avere la più bassa incidenza del costo del lavoro sul fatturato (6,7%). In generale, l'utile netto è però molto contenuto; fa eccezione ancora Divella, non penalizzata dalla gestione finanziaria (è l'unica con liquidità superiore ai debiti).

Il mercato. Il settore scende già da anni l'assenza di crescita della domanda nazionale: il consumo medio delle famiglie è stabile nel 2002-2004 a circa 28 chili annui pro-capite. Nel 2004 la tendenza si conferma, con una domanda della sola pasta secca di 1,7 miliardi di euro (in quantità, 1,4 milioni di tonnellate, +1,4%), costante anche a causa del contenimento dei prezzi dell'1,5% (dati Ismea-Ac Nielsen). Da tempo le imprese scontano anche il peso decrescente del canale di vendita al dettaglio tradizionale a favore della grande distribuzione (che richiede incrementi dei premi di vendita, a scapito dei margini), la cui quota di mercato in valore è salita da 80%

del 2000 a 84% del 2004 (Fonte Unipi). Le esportazioni (cresciute nel 2004 di circa il 5% in valore) sono state invece penalizzate soprattutto dalla perdita di competitività col dollaro, dalla concorrenza (che colpisce tutti i produttori nazionali) di Paesi come Turchia, Grecia e Australia e, per il mercato americano, dal persistere di fenomeni diffusi da tempo come le politiche protezionistiche e la dieta low carb (bassi carboidrati).

L'equilibrio patrimoniale. Nonostante l'autofinanziamento da ricavi sia soggetto alla continua pressione sui margini, le aziende esaminate non presentano livelli di indebitamento particolarmente elevati. Divella è l'unica delle tre con liquidità (al netto dei debiti) per 1,4 milioni di euro, mentre le altre società presentano debiti finanziari. Riscossa, con un rapporto di indebitamento di 2,9, è la più esposta, ma ciò è dovuto anche agli investimenti nel nuovo stabilimento a Corato (Bari) avviati nel 2001 e conclusi nel 2003 per un valore complessivo di circa 12 milioni di euro. Il rapporto comunque è in miglioramento rispetto al 2003, grazie ai buoni margini operativi e alla generazione di cassa della società.

MICHELE SARRA

Le cifre chiave

I bilanci 2004 delle tre principali imprese pastaie pugliesi

Conto economico (in milioni di euro)	Divella		Granoro		Riscossa	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Fatturato	139,5	140,5	35,1	34,6	22,0	18,0
Tasso crescita annuo (%)		0,7		-1,4		-18,1
Costo lavoro	9,0	9,4	3,8	3,8	3,3	2,9
% sul fatturato	6,4	6,7	10,9	11,1	15,2	16,2
Margine operativo lordo	14,2	14,3	1,3	2,2	2,0	2,1
% sul fatturato	10,2	10,2	3,7	6,3	9,1	11,9
Utile operativo*	6,5	9,3	-0,2	0,2	0,7	0,9
% sul fatturato	4,7	6,6	-0,6	0,6	3,2	5,0
Utile netto	2,7	5,1	-0,2	-0,3	-0,6	0,2
% sul fatturato	1,9	3,6	-0,5	-0,7	-2,9	0,9
Dipendenti	219	223	96	91	106	85
Dati patrimoniali	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Posizione finanziaria netta**	2,8	-1,4	1,4	1,6	9,5	9,7
Patrimonio netto	48,9	51,9	15,7	15,4	3,2	3,4
Capitale investito netto	51,6	50,4	17,1	17,0	12,7	13,1
Indice di indebitamento	0,1	0,0	0,1	0,1	3,0	2,9
Investimenti (senza finanziari)	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Immobilizzazioni materiali	25,5	31,9	14,3	15,1	13,2	13,0
Immobilizzazioni immateriali	0,1	0,1	1,1	0,8	0,1	0,2
Totale investimenti netti		11,3		2,5		1,2
% sul fatturato (%)		8		7		7

* Risultato gestione caratteristica (valore della produzione meno i costi di produzione); ** Differenza tra debiti finanziari e liquidità. Fonte: elaborazioni del Sole-24 Ore Sud sui bilanci civilistici non consolidati.

Scelte sul campo / Dalle farine ai sughi: offerta rivolta ad altri rami dell'alimentare

BARI ■ Per adeguarsi a un mercato che ormai non cresce più, le tre maggiori imprese pastaie pugliesi hanno avviato già da qualche anno investimenti su diversificazione dei prodotti, processi di razionalizzazione produttiva e adeguamento degli impianti. A ciò si sono affiancate le strategie di comunicazione e quelle di vendita all'estero.

Ricerca e nuovi prodotti. La diversificazione richiede ricerca e sviluppo per innovazioni di processo produttivo, riscoperta di formati speciali e di nuovi prodotti. Le aziende nel tempo hanno allargato l'offerta a riso, farine, sfarinati, pomodori e sughi. Divella (circa 150 formati di pasta) commercializza anche legumi, cous cous, polenta, olio, aceto balsamico, farina

La strategia? Diversificare

di mais e, come Riscossa, possiede una linea forno per biscotti. Granoro (circa 130 formati di pasta) punta su pomodori e olio e aggiunge una linea dedicata al catering, con semole selezionate appositamente per una fase di precottura.

Investimenti anche nel comparto biologico

Granoro e Riscossa puntano inoltre su prodotti biologici di pasta. Divella ha inoltre avviato la commercializzazione della pasta fresca, che costituisce un segmento di mercato molto differenziale dal punto di vista produttivo

per servizio e trasporto; così l'azienda ha partecipato al Por (Programma operativo regionale) Puglia (misura 4.18) per realizzare un pastificio per pasta fresca (con un investimento complessivo di 31,5 milioni, di cui 18 milioni a proprio carico). Infine, la Divella ha avviato una collaborazione con l'Università di Bari per studiare soluzioni all'intolleranza al glutine.

Nuovi impianti. Riscossa ha completamente rinnovato lo stabilimento ed è impegnata nella ricerca di soluzioni per migliorare il processo produttivo. Divella soltanto nel 2004 ha investito circa 11 milioni per l'acquisto di silos granari con relativi impianti e di una nuova linea per la produzione di pasta secca; Granoro ha incrementato impianti e macchinari per circa 4 milioni.

Comunicazione e promozione. Nel 2004, la Divella ha speso circa 2,849 milioni di euro per pubblicità e propaganda (1,98% del fatturato) e ulteriori 7,263 milioni per promozioni alla distribuzione. Granoro ha speso in pubblicità e promozione complessivamente 2,25 milioni, con-

tinuando a essere presente sia sulla stampa sia in televisione.

Esportazioni. L'altra linea di crescita è quella delle vendite all'estero. Divella esporta circa il 17,2% del fatturato in numerosi Paesi e, dal marzo 2005, è presente anche in Cina. Granoro esporta circa il 22% verso Ue, America, Asia, Indonesia, Australia e con una buona presenza in Sudafrica. Nel caso di Riscossa il fatturato estero (verso 66 Paesi) pesa addirittura il 61,2%, grazie anche alla crescita del 18,63% delle esportazioni in Europa (4,2 milioni nel 2004) e nonostante quelle in Usa (2,1 milioni nel 2004) abbiano registrato una flessione del 13,34% per effetto del rapporto di cambio euro/dollaro.

M.I.S.A.

MADE IN ITALY

Pugliesi rilancia in Inghilterra

MESSINA ■ Il pastificio Pugliesi di Giammoro (Messina) si prepara a lanciare una nuova linea di pasta di qualità superiore per conquistare i mercati extra regionali e in particolare rafforzare la presenza in Inghilterra. Crescerà la qualità della materia prima impiegata, verranno introdotti nuovi formati, si ricorrerà alla trafila in bronzo. «Con questa nuova linea — spiega l'amministratore unico dell'azienda nata nel 1880, Gino Pugliesi — il nostro pastificio lancia in Inghilterra una pasta di qualità superiore, con l'obiettivo di posizionare il nuovo prodotto su un target più alto».

L'esigenza dell'azienda che vanta una produzione annua di 10/15 mila tonnellate di pasta è quella di consolidare le vendite in Inghilterra dove si realizza il 25% del fatturato annuo (un altro 25% viene realizzato negli Usa). Pasta Pugliesi, il cui giro d'affari annuo è di circa 10 milioni, si trova a un bivio. Ha rotto con la catena con la quale distribuiva la pasta sugli scaffali inglesi (la Safeway che è stata assorbita dal gruppo

puntando sulla rete al dettaglio, ma parteciperà anche a fiere espositive a Shanghai (Cina). «Il 35% del mercato italiano — assicura Gino Pugliesi — è costituito da piccoli commercianti che puntano su prodotti certificati. La nostra scommessa è trovare spazio in questa rete, affiancandola a quella degli ipermercati, e a quella dei catering che ha bisogno di una pasta speciale che tenga bene la cottura visti gli enormi quantitativi lavorati».

Anche l'assessorato regionale all'Agricoltura si sta accorgendo che la produzione di pasta potreb-



In fabbrica. L'interno del pastificio di Giammoro

Il pastificio messinese scommette su una clientela di fascia alta

Morrison con cui non è stato rinnovato l'accordo commerciale). «In Inghilterra — sottolinea Alessio Pugliesi che dagli uffici di Londra cura il mercato anglosassone per conto dell'azienda di famiglia — le grosse catene di ipermercati fissano un prezzo che a noi non sta più bene in quanto non potremmo mai avere profitto senza abbassare il livello qualitativo dei nostri prodotti. Ecco perché abbiamo deciso di puntare a un target più alto, dove la concorrenza è minore. I formati sono particolari, preparati con semola acquistata nei migliori granai».

La famiglia Pugliesi sta cercando anche di allargare la distribuzione in Italia (attualmente è limitata al territorio regionale)

be essere un settore che, se valorizzato, potrebbe diventare un valore aggiunto dell'economia isolana come attualmente lo è il vino. Sono diciassette i pastifici industriali presenti nell'isola di cui la metà tra le province di Palermo e Trapani. Complessivamente hanno una capacità produttiva giornaliera di 9.694 quintali. «Vogliono mettere in contatto gli operatori della filiera del grano (dai produttori di semole ai pastifici) per capire quali sono le esigenze di categoria — anticipa Gino Pugliesi che ricopre anche la carica di presidente nazionale della sezione pastai dell'Italmopa — e creare un marchio di qualità che certifichi la pasta siciliana».

GIANFRANCO CUSUMANO

Abbiamo molte più soluzioni di quante ne possiate immaginare... why not?

why not outsourcing

aggiungere valore

need

- Outsourcing
- Appalto di servizio
- Cooperative dedicate
- Distacco di manodopera

www.whynotmc.it

Whynot MC s.r.l.

Via R. Scialoja, 9 - 89040 Iarrea di Terme - CZ
tel. 0968 419505 - 0966 417901 - fax 0968 418334

Via E. Fucini, 3 - 20124 Milano
tel. 02 45461240 - fax 02 45481701

CENTRO VIGILANZA SPECIALE

La Nostra Attenzione, la Nostra Tecnologia per la Vostra Sicurezza!

ORGANIZZAZIONE & PROFESSIONALITA'

Vigilanza speciale non armata tramite operatori di sicurezza Reception

Controllo Accessi: Stadi - Fiere - Manifestazioni Controllo bagagli con metal detector

Servizi 24h/24h

www.cvscoop.it • www.centrovigilanzaspeciale.it
info@cvscoop.it • info@centrovigilanzaspeciale.it

BARI • Viale della Repubblica, 119
Sede Amministrativa: Tel. e Fax 080.5429942 • Sede Operativa: Tel. 080.5034845