

Agriform e Parmareggio insieme Ecco il colosso dei formaggi Dop

Accordo sottoscritto a fine 2020 e subito operativo da gennaio: la forza di due realtà veneto/emiliane. A livello di prodotti, clienti e mercati le potenzialità per un'integrazione perfetta ci sono tutte

di **Vittorio Bellagamba**

Una grande realtà nel settore dei formaggi è nata dall'accordo sottoscritto negli ultimi giorni del 2020 e diventato a tutti gli effetti operativo dal primo gennaio di quest'anno. Si tratta della più grande azienda italiana nel mondo dei formaggi Dop, frutto dell'integrazione tra Agriform e Parmareggio, due realtà veneto/emiliane leader rispettivamente nel Grana Padano Dop e nel Parmigiano Reggiano Dop. L'intesa ha visto protagonisti i soci di Parmareggio, che ha sede a Modena ed è leader di mercato nel Parmigiano Reggiano, e quelli di Agriform, che ha sede a Sommacampagna (Vr) ed è la prima realtà veneta nel settore del Grana Padano, Asiago, Piave e altri formaggi tipici regionali Dop, che hanno deciso di unire le loro aziende in un'unica realtà. Due imprese di carattere cooperativo, due filiere produttive leader, due reti commerciali in Italia e all'estero del tutto sinergiche tra loro, due portafogli prodotto perfettamente complementari e con grandi potenzialità.

L'operazione di integrazione è stata seguita da PricewaterhouseCoopers, che ha affiancato Parmareggio e Agriform nella definizione delle sinergie e del piano industriale, e prevede

L'OPERAZIONE

Prevede una crescita significativa del fatturato per i prossimi tre anni di attività insieme



I formaggi Dop sono un punto di forza della tradizione gastronomica del nostro Paese

una crescita significativa del fatturato nel triennio 2021-2024, con corrispondente miglioramento delle marginalità. Il processo di integrazione riconosce alla componente veneta una quota di minoranza «qualificata» nella nuova società, protetta da una serie di patti parasociali che le consentiranno un sostanziale equilibrio nella governance e il controllo di tutte le operazioni di natura straordinaria. «Forti dei risultati finora raggiunti da entrambe le imprese - di-

chiara Ivano Chezzi, Presidente di Parmareggio - l'unione delle nostre forze ci consentirà di aspirare ad ulteriori importanti sviluppi sui mercati nazionali ed internazionali, costruendo una società ancora più solida, più competitiva, e migliorando ulteriormente la valorizzazione dei prodotti di tutti i soci».

L'accordo sottoscritto è il frutto di un confronto che è durato diverso tempo nel corso del quale le due realtà hanno attentamente analizzato e valutato le

opportunità di crescita assicurate dall'intesa. «Già anni fa - ha detto il proposito Ivano Chezzi - avevamo capito che era necessario aumentare il nostro mercato e studiandoci su si è visto che Export e Grana Padano (per affinità di mercato e competenze) erano i settori più accreditati per il nostro potenziamento. Così abbiamo iniziato a valutare la cosa assieme ad Agriform, agevolati dalla conoscenza e stima reciproca dei gruppi dirigenti, ed è risultato evidente che a

livello di prodotti, clienti e mercati le potenzialità per un'integrazione perfetta c'erano tutte. Così come era il medesimo anche l'obiettivo finale: accrescere la dimensione aziendale per continuare a valorizzare adeguatamente il prodotto conferito dai soci. Tanto Bonterre, di cui Parmareggio fa parte assieme a Grandi Salumifici Italiani, quanto l'integrazione con Agriform sono funzionali a questo scopo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA SCHEDA

I numeri di Bonterre

I positivi risultati di bilancio premiano la scelta di aggregazione

A proposito di Bonterre, i positivi risultati del bilancio consolidato 2020 del Gruppo - ricavi in crescita a 1.078 milioni di euro, di cui 257 all'estero (+7,5%); ebitda a 84,8 milioni di euro (+27,6 milioni di euro sul 2019); indebitamento finanziario netto in calo di quasi il 20% e utile netto di esercizio pari a 26,9 milioni di euro - premiano la scelta di aggregazione tra Grandi Salumifici Italiani Spa e Parmareggio Spa compiuta con il 1° gennaio 2019 dai soci di Bonterre, Unibon S.p.A. e la Coop. Granterre, entrambi appartenenti al sistema cooperativo modenese. «Sono risultati che testimoniano, nell'anno terribile della pandemia - dichiara Milo Pacchioni, presidente di Bonterre -, capacità di resilienza e un sensibile progresso».



Nel rilancio sono coinvolte 360mila attività tra bar, ristoranti, pizzerie e agriturismi

Boccata d'ossigeno per il sistema della ristorazione

Il ritorno in zona bianca vale 3,5 miliardi di euro

La stima di Coldiretti per la stagione estiva: l'incremento si attesterà sul 20%

Il ritorno di quasi tutta Italia in zona bianca, dove salta il coprifuoco e si allungano le tavolate con un significativo incremento dell'ospitalità e degli incassi, vale per la sola estate 3,5 miliardi di euro, con un incremento del fatturato nel sistema della ristorazione pari a circa il 20%. E'

quanto stima la Coldiretti in occasione del passaggio in zona bianca che rappresenta una vera boccata d'ossigeno per i circa 360mila bar, ristoranti, pizzerie e agriturismi lungo tutta la Penisola che sono stati i più colpiti dalle misure adottate per combattere la pandemia con una perdita tra limitazioni e chiusure a singhiozzo stimata in 41 miliardi. La piena funzionalità delle strutture recettive è importante per l'ospitalità turistica in un Paese come l'Italia dove 1/3 del budget delle vacanze viene

destinato all'alimentazione, secondo l'analisi della Coldiretti. Gli effetti si fanno sentire anche a cascata sull'intero sistema agroalimentare con ben oltre un milione di chili di vino e cibi invenduti dall'inizio della pandemia a causa delle chiusure del canale della ristorazione. di ristorazione - rileva la Coldiretti - sono coinvolte 70mila industrie alimentari e 740mila aziende agricole lungo la filiera impegnate a garantire le forniture per 3,6 milioni di posti di lavoro.

«Filiera completa È l'unica realtà sul mercato»

Costituito il più importante polo dei formaggi, con oltre duemila allevatori e venti latterie soci

di **Vittorio Bellagamba**

La più grande azienda italiana nel mondo dei formaggi Dop è nata proprio mentre tutto sembrava paralizzato dalla pandemia. In quello che molti hanno definito «tempo sospeso» non sono mancate le aziende che hanno continuato a progettare il loro futuro. Ne parliamo con Ivano Chezzi, presidente di Parmareggio e vicepresidente di Gruppo Bonterre, Nisio Paganin, già ad Agriform e ora Vicepresidente di Parmareggio e con Giuliano Carletti, ad di Parmareggio e di Gruppo Bonterre. **Chezzi, il 2021 è iniziato con un importante accordo raggiunto tra Parmareggio e Agriform, ci può illustrare le finalità?**

«L'aggregazione fra Parmareggio e Agriform ha portato alla nascita l'1 gennaio 2021 del più importante polo dei formaggi Dop italiani, leader sia nel Parmigiano Reggiano che nel Grana Padano: l'unica realtà sul mercato ad avere una filiera completa in entrambe le Dop, con oltre 2.000 allevatori e una ventina di latterie socie. Parmareggio, da sempre impegnata in una comunicazione di successo del marchio, leader di mercato nei pezzi e nei bocconcini di Parmigiano Reggiano, nei grattugiati e nel burro, potrà continuare ad innovare per creare nuove occasioni di consumo».

Nisio Paganin, che cosa vi ha

spinto alle nozze con Parmareggio?

«Agriform rappresentava già la prima realtà veneta nel Grana Padano, Asiago, Piave e altri formaggi tipici regionali, con oltre la metà del fatturato realizzata all'estero. L'obiettivo della nuova realtà è raggiungere sempre più importanti sviluppi sui mercati nazionali ed internazionali, valorizzando ulteriormente i prodotti dei soci».

Giuliano Carletti, la sostenibilità è sempre stato un fattore importante per Parmareggio?

«Assolutamente sì. Per Parmareggio, così come per Grandi Salumifici Italiani che assieme a noi fa parte del Gruppo Bonterre, la sostenibilità è un tema di estrema rilevanza, in tutte le sue declinazioni: ambientale, sociale, sul lavoro e nell'approccio a temi sensibili per il settore, come il benessere animale. Un elemento concreto di distintività della marca e che ispira tutta l'attività del Gruppo. Fra i tanti esempi sottolineo lo sforzo compiuto per migliorare l'impatto ambientale dei nostri packaging, utilizzando materiali riciclati e/o riciclabili fino, ove possibile, a sostituire la plastica con materiali ecosostenibili, nel massimo rispetto delle caratteristiche organolettiche e di qualità del prodotto: è il caso delle merende Bonterre - Abc della Merenda Parmareggio e Teneroni la Merenda - che hanno visto la sostituzione della vaschetta in plastica con una nuova confe-



Un momento della lavorazione del prodotto caseario destinato a diventare formaggio

zione esterna in cartoncino composto per il 90% da carta riciclata certificato Fsc».

L'innovazione tecnologica sta caratterizzando lo sviluppo dell'azienda?

«Uno degli elementi distintivi tanto di Parmareggio quanto di Grandi Salumifici Italiani è la costante innovazione di processo e di prodotto - ha aggiunto Giuliano Carletti - peraltro indispensabile anche per raggiungere

L'OBIETTIVO

Raggiungere sempre più importanti sviluppi sia in Italia sia all'estero

quegli obiettivi di sostenibilità di cui si diceva. Tecnologie applicate lungo tutto il processo produttivo, che ci consentono di garantire la tracciabilità totale dei prodotti e di vantare una delle più moderne e grandi basi logistiche a temperatura controllata in Italia. Ma è soprattutto nell'evoluzione delle proposte di consumo che ci distinguiamo da sempre. Due esempi su tutti: abbiamo inventato e siamo leader nel mercato delle merende combo refrigerate con l'Abc della Merenda Parmareggio e in quello dei secondi piatti pronti base salumi, con i celebri Teneroni di prosciutto cotto Casa Modena».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FOCUS

Leva strategica per espandersi

I prodotti conquistano sempre maggiori fette del mercato internazionale. «Il mercato internazionale - ha sottolineato Giuliano Carletti - rappresenta una leva strategica fondamentale per il nostro Gruppo. I Paesi in cui abbiamo le performance migliori sono la Francia, la Germania, il Canada e i paesi nord europei».

1

L'identikit del gruppo

L'aggregazione fra Parmareggio e Agriform ha portato alla nascita l'1 gennaio 2021 del più importante polo dei formaggi Dop italiani, leader sia nel Parmigiano Reggiano sia nel Grana Padano: l'unica realtà sul mercato ad avere una filiera completa in entrambe le Dop.

2

I numeri sui quali poter contare

Il gruppo conta su oltre 2.000 allevatori e una ventina di latterie socie. Parmareggio, da sempre impegnata in una comunicazione di successo del marchio, potrà continuare ad innovare per creare nuove occasioni di consumo».

3

Gli step fissati per crescere ancora

L'obiettivo è raggiungere sempre più importanti sviluppi sui mercati nazionali ed esteri, valorizzando ulteriormente i prodotti dei soci». Agriform rappresentava già la prima realtà veneta nel Grana Padano, Asiago, Piave e altri formaggi tipici regionali.

4

L'export raggiunge 56 paesi del mondo

Oggi l'azienda esporta in 56 Paesi del mondo, grazie anche al lavoro di quattro filiali commerciali estere, e la recente sospensione dei dazi da parte degli Stati Uniti riporta al centro dell'impegno del gruppo una delle mete più ambite del food italiano.

5

Il valore del retail e gli sviluppi

Si è lavorato molto per sviluppare la presenza nel retail in alcune aree come Francia e Austria, e rafforzarla ulteriormente dove siamo già leader, come la Germania. Da quest'anno si aggiunge l'integrazione con Agriform, che ha nell'export il punto di forza.