

ALIMENTARE IL GRUPPO È PRONTO A USCIRE DALLA GERMANIA. MANDATO AFFIDATO A ROTHSCHILD E RABOBANK

Barilla mette in vendita la Lieken e si concentra sul core business

Guido Barilla: la priorità è investire sullo sviluppo di pasta, sughi e ready meals

Barilla mette in vendita la consociata tedesca Lieken che produce pane e prodotti da forno. La ricerca di potenziali nuovi partner nasce dalla volontà «di investire risorse importanti sulle attività più strategiche del gruppo, dopo i buoni risultati 2011».

«Nell'ambito del piano di valutazione di nuove strategie e opportunità per il futuro di Lieken è scritto in una nota - Barilla ha iniziato la ricerca di potenziali nuovi partner interessati all'acquisizione della consociata tedesca. Il piano è rivolto ad assicurare a Lieken il partner adeguato per sviluppare una strategia di lungo termine valida per le specificità del business e, allo stesso tempo, consentire a Barilla di investire risorse importanti sulle attività più strategiche del gruppo, dopo i buoni risultati del 2011».

Il gruppo Lieken è leader di mercato in Germania. Ha sede a Düsseldorf, conta complessivamente 4.700 dipendenti e nel 2011 ha fatturato 756 milioni di euro. È stato acquistato dal gruppo Barilla nel 2002, all'interno dell'operazione Kamps. In particolare, Lieken produce e commercializza pane e prodotti da forno per la grande distribuzione e il dettaglio in Germania: da



Barilla Attualmente il gruppo possiede 43 siti produttivi, 13 in Italia e 30 all'estero.

4.700

i dipendenti
che lavorano
nel gruppo Lieken

toast e sandwich a pani dolci e salati, da merende e torte a baguettes e pane in cassetta.

«Lieken - afferma il presidente Guido Barilla - si caratterizza sempre di più come un business specificamente dedicato alle private label nella categoria del pane; un settore che non fa parte della strategia di lungo termine di Barilla. Da ora in avanti la

priorità per il gruppo è investire sul nostro core business, concentrandosi sullo sviluppo di pasta, sughi e ready meals a livello mondiale - dall'America all'Estremo Oriente - e sostenendo le categorie dei prodotti da forno dei nostri marchi in Italia e nei principali Paesi europei».

Poiché il contesto attuale in cui opera Lieken - spiega la Ba-

rilla - «è previsto essere oggetto di un ulteriore processo di consolidamento, gli asset di Lieken potranno essere meglio valorizzati da un nuovo azionista più adeguato per affrontare questo processo. Seppure ben gestita e con un ottimo posizionamento sul mercato, riteniamo che un nuovo proprietario più affine alle specificità del business possa valorizzare ancora di più l'azienda».

Rothschild e Rabobank sono state incaricate di seguire il processo per la selezione del miglior partner per Lieken AG, mentre a Roland Berger sono state assegnate la validazione del piano business e le attività di due diligence sulla parte commerciale dell'azienda. «A partire dalla scelta del miglior partner - sottolinea Guido Barilla - faremo tutto il necessario per garantire un futuro prospero per Lieken». La Barilla - spiegano fonti interne all'azienda - «si mantiene comunque attiva sul mercato tedesco, considerato tra i principali in Europa, un business da 150 milioni di euro. In Germania la società continuerà a vendere i crackers Wasa, i sughi pronti e i piatti pronti che stanno già riscuotendo grande apprezzamento a livello mondiale».

REPORTAGE «L'ITALIA CHE BATTE LA CRISI»

Per il Sole 24 Ore «Parma cresce a ritmi tedeschi»

Inizia da Parma il viaggio del Sole 24 Ore nelle province che battono la crisi. Ferì il quotidiano economico ha puntato i riflettori sui numeri dell'economia ducale. A cominciare dal +5,8% messo a segno dalla produzione industriale. «Se tutto il Nord cedesse ai ritmi parmigiani, si potrebbe archiviare la crisi tra i brutti ricordi» - si legge nell'articolo. A trainare «la nostra Germania in miniatura sono tre settori: l'alimentare, impiantistica compresa, la meccanica e la chimica farmaceutica».

Al centro dell'attenzione il buon vivere e la produzione di qualità. Molti gli imprenditori e gli attori dell'economia locale interpellati e citati. Da Francesco Mutti, primo imprenditore italiano del pomodoro in scatola, secondo il quale la formula magica è da ricercare nella «biodiversità» alla Parmalat: un choc collettivo che ha moltiplicato gli anticorpi dell'etica pubblica e privata. Il resto va da sé. Cesare Azzali, direttore dell'Unione parmense degli industriali, assicura che anche i primi sei mesi del 2012 si chiuderanno con performance simili a quella dell'anno scorso. E traccia la formula delle aziende di successo, confortato dalle ricerche di Franco Mosconi, docente di Economia industriale all'ateneo di Parma: «Manifattura di qualità



Parma La sede dell'Upi.

e forte vocazione all'export con una propensione marcata all'innovazione e alla ricerca». Non poteva mancare il Consorzio del Prosciutto di Parma. «Un prosciutto su quattro è esportato in 80 Paesi al mondo» E poi c'è Cibus, la Fiera dell'alimentare che quest'anno ha fatto il pionero, soprattutto di stranieri. Ma Parma non è solo alimentare. Nel reportage viene dato spazio anche al chimico farmaceutico.

«A svettare è la Chiesi - dice il Sole24Ore - 25 filiali sparse per il pianeta, la prima in Brasile trent'anni fa, 350 ricercatori e 25 brevetti all'anno su un portafoglio totale di 1.500. I prodotti per l'asma e la bronchite cronica sono venduti in 60 paesi al mondo».

Anche la Opem, leader nel mondo per la costruzione di impianti per il packaging è chiamata in causa: «Abbiamo costruito un altro capannone - rivela al quotidiano economico la titolare Ombretta Sarassi Binacchi - per far fronte alle nuove commesse».

RESTYLING INAUGURATE LE NUOVE TERME REALIZZATE DAL GRUPPO PARMIGIANO CHE HA INVESTITO FINORA 10 MLN

Saint-Vincent ringrazia la Bonatti

La riqualificazione dello stabilimento è il risultato di un project-financing

Le nuove Terme di Saint-Vincent, inaugurate nei giorni scorsi sono «made in Parma». Il restyling dello stabilimento è il risultato di un project-financing realizzato dalla società Bonatti, che ha riconsegnato a Saint-Vincent e a tutta la comunità valdostana una struttura totalmente rinnovata, nella forma e nell'offerta dei servizi.

La Bonatti ha investito fin'ora 10 milioni di euro: gestirà l'impianto per i prossimi 32 anni e investirà ulteriormente nel recupero delle vecchie terme, denominate Fons Salutis, e dell'hotel Source.

Il progetto ha visto l'azienda impegnata insieme a Comune di Saint-Vincent e Regione Valle d'Aosta per una riqualificazione



Saint-Vincent Un momento dell'inaugurazione delle Terme.

32

anni
il contratto di gestione
dell'impianto

finalizzata non solo al rilancio turistico della cittadina, ma soprattutto a valorizzare l'intero comprensorio della Media e Bassa Valle. La nuova struttura sarà gestita da «Gestioni Termali srl», presieduta da Carlo Pantalena, dirigente Bonatti: è detenuta al 50% da Saint-Vincent Thermae srl a socio unico (100%

Bonatti) costituita per seguire i lavori di riqualificazione, e al 50% da Le Fonti Turismo di Forlì.

«Il progetto non è inquadrabile come una semplice ristrutturazione, ma è un'operazione di più ampio respiro - fa sapere la Bonatti - nella quale larga parte dell'impegno è stata dedicata allo studio del prodotto turistico.

La riqualificazione, o per meglio dire «rivalorizzazione», delle Terme di Saint-Vincent, costruite negli anni '60 è stata realizzata sull'onda lunga di una tradizione che affonda le sue radici nel 1770, quando l'abate Jean-Baptiste Perret scoprì una fonte termale subito denominata «Fons Salutis» per le sue particolari proprietà curative».

Oggi la nuova struttura vede l'inserimento accanto al centro termale di una moderna Spa, «che consentirà di usufruire non solo di sale moderne per i trattamenti termali - spiegano dalla Bonatti - ma anche di godere di

ampie zone relax e di benessere intorno a quattro piscine per migliorare il proprio stato fisico».

Alla cerimonia di inaugurazione il sindaco di Saint-Vincent, Adalberto Perosino ha ricordato la lunga storia dello stabilimento termale «La cui prima funicolare venne inaugurata esattamente 112 anni fa, proprio il 16 giugno del 1900».

Anche Carlo Pantalena amministratore delegato della Società Gestioni Termali ha voluto nel suo breve discorso ringraziare le istituzioni che hanno supportato il gruppo Bonatti nella realizzazione dell'opera e, in particolare, «tutti i funzionari comunali e regionali che ci hanno aiutato nelle diverse fasi di un progetto estremamente complesso che oggi merita di essere festeggiato. Il nostro in Valle d'Aosta è un impegno di lungo periodo perché la concessione è trentennale. Abbiamo la volontà e i mezzi per riportare le Terme al loro antico splendore».

UNIONCAMERE E.R. IL QUADRO REGIONALE

Agricoltura, in calo redditi e occupazione

Luci ed ombre per il comparto agricolo emiliano-romagnolo che nel 2011 ha consolidato i risultati positivi del 2010 sia per quanto riguarda la produzione lorda vendibile (+1,8% pari a un valore di 4,3 miliardi di euro), che per l'export con un +10%, a conferma dell'eccellenza delle produzioni emiliano-romagnole.

Tuttavia, il reddito netto delle aziende agricole è diminuito del 3%, come conseguenza soprattutto del forte aumento (+4,5%) dei costi intermedi.

Sono questi alcuni degli elementi del Rapporto agroalimentare 2011, promosso dalla Regione e Unioncamere Emilia-Romagna, e presentato alla Camera di commercio di Reggio Emilia. Nel 2011 i ricavi delle aziende agricole sono stati pari a circa 4,5 miliardi, in leggero progresso (+1,7%) rispetto al 2010, mentre i costi intermedi sono aumentati del 4,5% nei confronti dell'anno precedente. Ne consegue una stima del valore ag-

giunto dell'agricoltura regionale di quasi 2,2 miliardi di euro, in lieve flessione rispetto al 2010 (-1,0%). Circa 1/3 del reddito netto è garantito mediamente dal premio unico (quasi 7.000 euro).

Diversificato l'andamento dei diversi comparti. Il 2011 è stato caratterizzato da andamenti fortemente negativi per le aziende frutticole (-30%). In flessione le colture orticole (-6,7%), e quelle industriali (-7,1%). Bene invece i cereali (+12,7%), il comparto zootecnico (+8%) e il vino che è cresciuto del 12%, nonostante la generale riduzione delle superfici, grazie all'ottimo livello qualitativo. Bene la produzione di latte (+6,2%). In aumento, per il Parmigiano Reggiano, sia la produzione (+6,8%), che i listini (+20%). Il credito agrario ha raggiunto quasi 5,5 miliardi di euro (pari al 12,6% del totale nazionale, 3,2% del credito totale regionale). L'aumento è superiore al 12% su base annua.

UNIVERSITA' DUE GIORNATE DI CONFRONTO SULLE NUOVE ECONOMIE DEL MONDO

Quei Paesi non sono più emergenti

Andrea Del Bue

Paesi emergenti nell'economia mondiale, Sud del mondo sempre più protagonisti: un pericolo o un'opportunità per le imprese europee?

Se ne è parlato per due giorni, grazie all'intervento di decine di esperti mondiali, di fronte ad un auditorio internazionale, alla facoltà di Economia. Organizzato dal dipartimento di Economia della nostra Università, in collaborazione con la rivista «Economia e politica industriale» e «Cost», un'organizzazione di cooperazione tra studiosi europei in campo scientifico e tecnologico, il convegno, dal titolo «The role of large emerging countries in the world economy:



Facoltà di economia La lezione di Andrea Goldstein.

threats and opportunities for european firms», ha visto gli esperti confrontarsi su numerosi temi macroeconomici di attualità. Tutti incentrati sulla crescita di questi grandi paesi; grandi per

estensione, grandi per popolazione, grandi per crescita economica, grandi per il futuro che si prospetta loro davanti, grandi perché hanno rappresentato la realtà che sono riuscite ad uscire

dall'indennità da una crisi mondiale iniziata nel 2008 e non ancora tramontata. Grandi anche perché, di fatto, hanno evitato il default dell'economia occidentale, grazie alle ampie possibilità di esportazioni offerte e la disponibilità di capitali da investire nei paesi in difficoltà.

In particolare, durante le circa sessanta relazioni che hanno avuto luogo nelle aule di via Kennedy, si sono approfonditi numerosi fenomeni, da un presupposto unico: la rivoluzione del contesto internazionale in cui le imprese europee erano abituate a districarsi e il ribaltamento delle posizioni di forza. Tra analisi generali ed esempi di singole esperienze e realtà, si è spaziato dall'approfondimento del feno-

meno degli investimenti in Europa effettuati da imprese di Paesi emergenti e viceversa, allo studio delle peculiarità dei fenomeni di crescita esponenziale ottenuta da alcune economie.

Molto atteso l'intervento dell'economista Andrea Goldstein, collaboratore Ocea a Parigi, attualmente senior economic affairs officer della Commissione economica e sociale dell'Onu per l'Asia e il Pacifico. Da Seul, dove lavora, è venuto a Parma per spiegare il fenomeno del «Brics», l'acronimo che indica Brasile, Russia, India e Cina.

Paesi lontani anni luce tra loro, per posizione geografica, cultura, forme di governo, eppure uniti da una crescita economica sorprendente, tanto da essere diventati protagonisti dell'economia mondiale, il cui ago della bilancia si è spostato dai paesi industrializzati alle economie emergenti. «Paesi in via di sviluppo», li chiamano ancora. Ma l'Europa deve farci i conti.

EconomiaInBreve

IN EMILIA ROMAGNA

Un laureato su 4
ha mansioni basse

Tra il 2008 e il 2011 in Emilia-Romagna un giovane laureato su quattro (25,5%) faceva lavori a bassa o nessuna qualifica, più di uno su tre (34,5%) si occupava di qualcosa di diverso da quello che aveva studiato. Sono i fenomeni di «overeducation» e «mismatch» messi in evidenza dal rapporto della Banca d'Italia sull'economia in regione, rispetto ai laureati tra i 25 e i 34 anni. Gli «overeducated» sono più frequenti tra i laureati in discipline umanistiche (43,4%). Sono dati in media con quelli nazionali, ma sono in una regione dove il tasso di occupazione dei laureati (78,4%) è superiore a quello italiano.

ITALIANI AL BIVIO

Meno consumi,
ma si cerca la qualità

La crisi ha rimesso in discussione il tradizionale rapporto tra banca e impresa. Ne ha parlato Vittorio Oglengo, capo dell'investment banking Italia di Unicredit, nel corso di «Italiani al Bivio», la tavola rotonda organizzata da Conad nell'ambito dell'assemblea di bilancio 2011. Secondo Oglengo «sta nascendo una nuova partnership tra banca e impresa». Spazio anche all'analisi del direttore generale del Censis Alfredo Roma sui cambiamenti nello stile dei consumi degli italiani: si consuma meno, con una sempre maggiore attenzione al prezzo, ma senza rinunciare alla qualità.