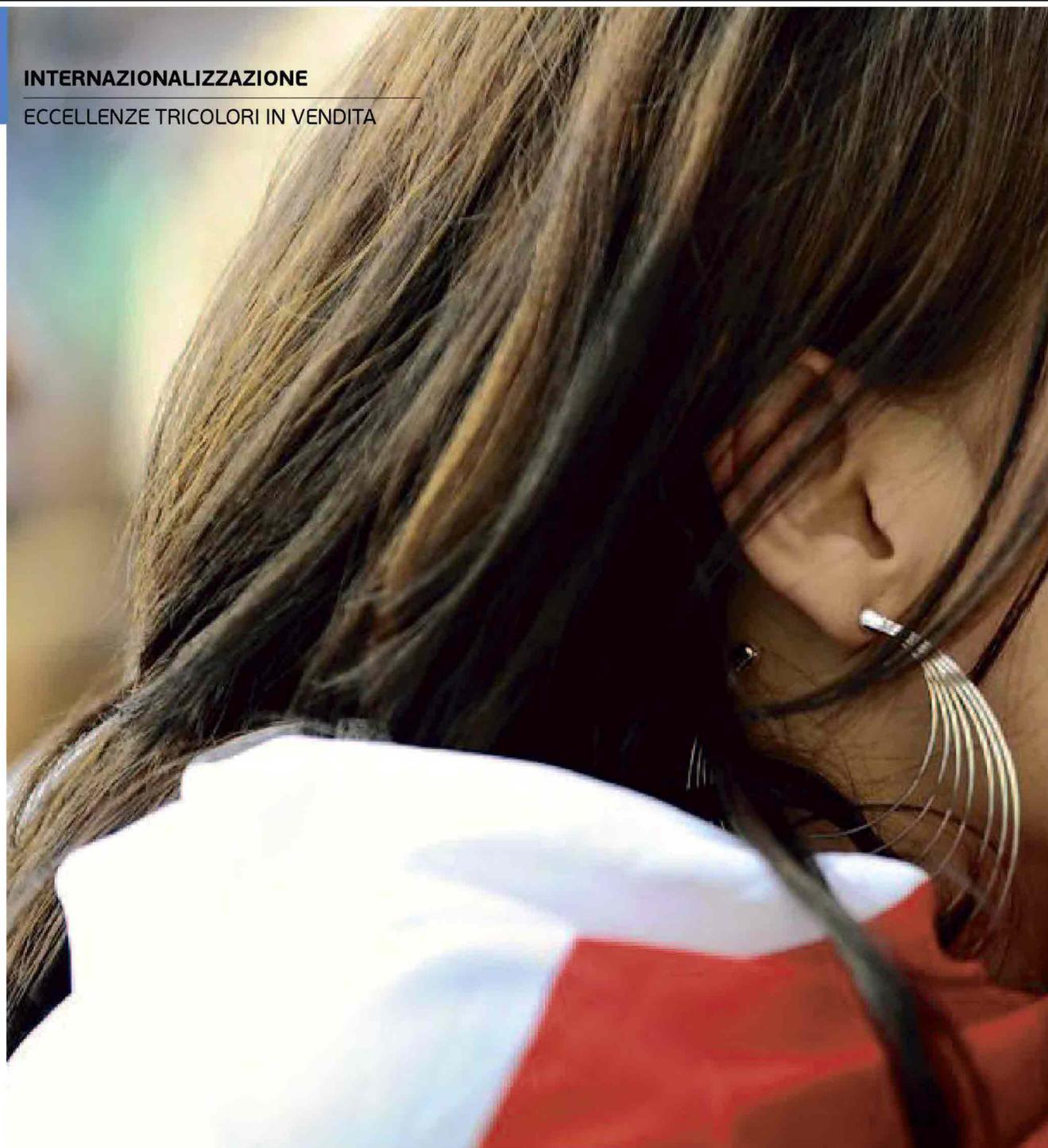


INTERNAZIONALIZZAZIONE

ECCELLENZE TRICOLORI IN VENDITA



# Aiuto, si comprano l'Italia

Non ci sono solo Alitalia e Telecom: con Pernigotti, ceduta ai turchi, sale a 10 miliardi il fatturato perso con il passaggio dell'agroalimentare made in Italy in mani straniere dall'inizio della crisi. E se ne vanno anche la moda, l'industria, gli yacht...

FRANCESCO NATI



**M**archi d'eccellenza vendesi. A cinque anni dall'inizio della crisi non si ferma la fuga dei nomi noti del made in Italy. Una lenta emorragia causata in parte dalla mancanza di liquidità e dal calo dei consumi, ma anche dalle inevitabili conseguenze del mercato globale dove, specialmente in tempi di magra, la crescita dimensionale è un passaggio obbligato per restare sul mercato. Il tutto tra le polemiche di chi nel mondo economico accusa la politica di non proteggere abbastanza i marchi nostrani e chi vede il fenomeno come un normale segno dei tempi. Il made in Italy è da anni sotto attacco di gruppi esteri, più grandi e più attrezzati, che hanno visto nell'industria tricolore una facile preda. A cominciare dall'alimentare, che ormai ha svenduto quasi tutti i suoi gioielli. L'ultimo caso è quello di Pernigotti, ceduta da Averna ai turchi.

«Un colpaccio» denuncia Coldiretti «che fa salire ad almeno 10 miliardi il fatturato perso con il passaggio dei marchi storici dell'agroalimentare italiano in mani straniere dall'inizio della crisi». La società Fratelli Averna ha venduto il brand dei famosi gianduiotti al leader mondiale nella produzione di nocciole, la famiglia Toksov. Una società privata con sede a Istanbul che ha un fatturato annuo di 450 milioni e nel settore dolciario detiene la proprietà di altri marchi noti come Tadelle e Sarelle. Un bel colpo per i turchi, visto che la Pernigotti produce cioccolato, torroni e prodotti per il gelato e la pasticceria da 150 anni ed è un marchio leader a livello nazionale. L'ennesimo nel settore dolciario a fare le valigie, dopo le "razzie"

di Nestlé, che negli anni Novanta ha messo le mani su Antica Gelateria del Corso, Buitoni e Perugina. Nel caso di Pernigotti, la società assicura che la cessione servirà a continuare «il processo di crescita intrapreso in Italia, in Turchia e negli altri mercati internazionali». Ma la preoccupazione è che il cambiamento di proprietà possa significare anche lo spostamento delle fonti di approvvigionamento di una materia prima importante come le nocciole a danno dei coltivatori italiani e piemontesi che offrono un prodotto di più alti standard qualitativi. Un discorso che analoga-

**LO SCEICCO È SODDISFATTO**  
Hamad bin Khalifa al Thani: la sua Mayhoola for Investment, società del Qatar, ha comperato Valentino



## INTERNAZIONALIZZAZIONE

### ECCELLENZE TRICOLORI IN VENDITA

#### LA NOSTRA MODA VARCA LE ALPI

Gianfranco Ferrè è stata già ceduta a Paris Group di Dubai, holding che fa capo al magnate Abdulkader Sankari, a destra con il figlio Ahmed. Sotto il francese Bernard Arnault: la sua Lvmh ha acquisito l'80% di Loro Piana



vestment, società del Qatar riconducibile allo sceicco Hamad bin Khalifa al Thani.

In mani francesi sono, infine, anche la Edison, e alcune banche come Bnl, Cariparma e Friuladria. Sono poi da ricordare anche la Gianfranco Ferrè, ceduta a Paris Group di Dubai, holding che fa capo al magnate Abdulkader Sankari e che controlla 250 boutique tra Emirati Arabi, Kuwait e Arabia Saudita. Stesso destino per la Safilo, che oggi confeziona occhiali per Emporio Armani, Valentino, Yves Saint Laurent, Hugo Boss, Dior e Marc Jacobs, ma è proprietà del gruppo olandese Hal Holding.

ti, andata al gruppo cinese Shig-Weichai. Gli yacht di lusso sono passati di mano grazie a un accordo raggiunto con i creditori per 374 milioni di euro, di cui 178 milioni in investimenti e 196 milioni per il finanziamento del debito del gruppo. Se gli asiatici guardano con sempre maggiore interesse ai prodotti nostrani, a fare incetta delle eccellenze del made in Italy, per il momento, sono stati soprattutto i nostri cugini d'Oltralpe. A cominciare dal tessile e dal lusso. Lo scorso luglio Loro Piana, leader nella lavorazione di cachemire e lana pregiata, ha ceduto per 2 miliardi l'80% del capitale a Lvmh, la holding del lusso francese capitanata da Bernard Arnault. Per ora, la famiglia Loro Piana manterrà il 20% del capitale e il suo ruolo in azienda, mentre Lvmh darà il suo contributo allo sviluppo del marchio. Anche in questo caso l'azienda di famiglia guidata da Sergio e Pier Luigi ha assicurato che il «marchio ne trarrà beneficio grazie a sinergie eccezionali, sempre preservando le tradizioni». Ma il mercato si basa sui freddi numeri, e una volta perso il controllo di maggioranza non c'è garanzia che tenga. Per Arnault è stata decisiva la condivisione degli «stessi valori, sia familiari che aziendali, e la ricerca permanente della qualità». Per il miliardario francese, però, si tratta solo della punta dell'iceberg. Lvmh ha già fatto incetta nel settore del lusso italiano, acquisendo tra gli altri Bulgari, Fendi e Pucci. E sempre in luglio ha messo le mani anche sulla storica pasticceria Cova a Milano, nonostante l'interesse di Prada (la maison italiana ha però avviato un'azione legale contro la famiglia Facioli proprietaria di Cova). Sempre dalla Francia, l'altra holding Kering-Ppr, della famiglia Pinault, ha rilevato Gucci, Brioni e Pomellato, mentre Valentino e il Valentino Fashion Group (che comprende anche la licenza per il marchio Missoni), è passato alla Mayhoola for In-

#### Predatori e prede

Se è vero che la Fiat ha acquistato l'americana Chrysler, è anche vero che simboli gloriosi dell'industria tricolore come Lamborghini e Ducati sono finiti in mani tedesche.

Passando al setaccio i numeri della nostra economia, un interesse sempre più spinto per i marchi italiani era da immaginare. Secondo il recente rapporto «I.L.a.I.a.-Geografie del nuovo made in Italy» realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison, è emerso che 1.000 prodotti nazionali sono ai primi posti nell'export mondiale. In sostanza, nonostante la crisi e il pessimismo diffuso, la nostra industria tira all'estero generando un attivo di ben 183 miliardi di dollari. Era dunque prevedibile che nel momento di maggiore debolezza dell'economia italiana, i colossi internazionali ne avrebbero approfittato.

D'altra parte, i fautori del mercato libero obiettano che sono le leggi del mercato. Che nel rapporto preda-predatore ci vedono però in una posizione di sfavore. Dal 2009 a oggi le aziende italiane hanno concluso 241 operazioni per un controvalore di 23,1 miliardi. Nello stesso periodo, società straniere hanno portato a casa 363 aziende italiane per 47 miliardi. In particolare, secondo uno studio realizzato dalla società di revisione Kpmg, l'andamento degli investimenti italiani all'estero negli ultimi quattro anni è stato piuttosto stabile, con una media di cinque miliardi l'anno: 15 in meno rispetto a quella relativa al periodo che va dal 2000 al 2008. Ma se osserviamo da vicino le operazioni fatte da aziende straniere, negli ultimi 13 anni in media hanno speso in Italia 15,3 miliardi l'anno. Due miliardi in più se si considera il periodo pre crisi ma due in meno rispetto a quanto hanno fatto le aziende italiane. Peccato che dal 2008 in poi, la crisi

mente potrebbe valere per tutti i settori colpiti da questa ondata di shopping dall'estero. Basti pensare all'Ar Pelati, comprata dalla Princes, della Mitsubishi, o alla Gancia, leader nell'industria delle bollicine, acquisita dal magnate moscovita Rustam Tariko. Il proprietario della vodka Russki Standard ha tutte le ragioni per brindare, visto che nella gestione dei Gancia ci sono 2 mila ettari di vigneti in Piemonte, Puglia e Sicilia, di cui 30 ettari dove si producono spumanti Gancia Asti, Prosecco Valdobbiadene Platinum Gancia e vermouth. Come dimenticare poi il colpo grosso, la francese Lactalis che ha comprato la Parmalat dopo aver già acquisito la Galbani. E quello dell'olio Bertolli, passato nel 2008 agli spagnoli della SOS Cuetara, già proprietari di Sasso e Carapelli. Una transazione che ha messo la bandierina di Madrid anche sui marchi italiani Maya, Dante e San Giorgio. Anche i pesci più piccoli sono nel mirino, un imprenditore farmaceutico di Hong Kong ha messo nella sua rete, per la prima volta, un'azienda vinicola nel Chianti, la «Casa Nova la Ripintura». Sempre quest'anno, il 25% di Riso Scotti è finito al colosso spagnolo Ebro Foods.

#### Lusso e stile

Il settore alimentare non è l'unico ad essere colpito. Un altro colpo all'industria del Belpaese è arrivato dall'Asia e riguarda la Ferret-



www.ecostampa.it

## L'ITALIA CHE CRESCE ALL'ESTERO

### Ferrero apre una fabbrica in Turchia

Ha fatto scalpore la notizia che la multinazionale dolciaria Ferrero ha investito 90 milioni per aprire uno stabilimento in Turchia. Se da un lato la notizia dimostra la salute del gruppo di Alba, dall'altro non sono mancati i timori per i livelli di occupazione in Italia e per l'approvvigionamento della materia prima della crema spalmabile, le nocciole, di cui la Turchia è un temibile concorrente dell'Italia e soprattutto del Piemonte. Alle nocciole piemontesi la Ferrero deve la sua stessa esistenza: è stato proprio per usare le nocciole locali che nel 1942 Pietro Ferrero inventa quella che sarebbe diventata la Nutella, anche se poi nei fatti sono almeno trent'anni che Ferrero acquista enormi quantità di nocciole dalle rive del Mar Nero. Se per Ferrero le nocciole turche sono un'occasione per ampliare una già imponente presenza sui mercati esteri, in altri casi sono diventate protagoniste anche di colpi duri all'industria dolciaria made in Italy: è il caso di Pernigotti, ceduta da Aversa ai turchi. (m.c.)

Dall'inizio della crisi, le aziende italiane hanno acquisito aziende estere per oltre 23 miliardi. Ma gli stranieri hanno fatto shopping da noi per il doppio



abbia scompaginato ogni equilibrio o posizione di forza e cambiato completamente il quadro. Come a dire che l'Italia alla fine sta pagando la crisi con conseguenze al momento non quantificabili. E questo nonostante qualcosa si muova tra i big player italiani. Eni, ad esempio, negli ultimi cinque anni hanno portato a termine 10 acquisizioni, dal Regno Unito al Canada, per un totale di oltre 8 miliardi. E così hanno fatto anche Campari, molto attiva in America, che ne ha concluse nove per 936 milioni, Luxottica e Recordati (a quota 7), investendo 276 milioni e 358 milioni. E ancora Am-

plifon, Gtech, Autogrill. Per queste aziende grandi che hanno un mercato di riferimento prevalentemente internazionale, il 57% delle operazioni è stata fatta in Europa occidentale, il 23% in Nord America e l'11% in Europa orientale. La politica resta per lo più a guardare, per cercare di frenare la fuga dei marchi si sta adoperando la Cassa depositi e prestiti. Una goccia del mare che non può sostenere in toto le nostre aziende.

### Tra rischi e opportunità

«Ogni acquisizione è una prospettiva di sviluppo per l'impresa in sé» sostiene Innocenzo Cipolletta, neo presidente del Fsi (Cdp). «A essere comperate non sono quasi mai aziende decotte, quindi possono persino creare occupazione perché aprono nuovi mercati e sug-

geriscono nuove piattaforme distributive per i prodotti del made in Italy. Tuttavia, dobbiamo preoccuparci del perché poche aziende italiane comprino oltre-frontiera, ma qui l'accento è da porre sul basso accesso ai capitali di rischio delle nostre imprese, poco interessate a quotarsi in Borsa per il terrore di perdere il controllo della società».

Una stoccata al mondo imprenditoriale che in questo scenario non è forse esente da responsabilità anche se, d'altra parte, questa fuga d'eccellenze, ha avuto il suo culmine in un momento storico in cui la politica non ha saputo guardare alle esigenze dell'impresa. Per l'economista Marco Fortis c'è poco da fare: «L'Italia è un Paese che non aiuta, anzi scoraggia gli imprenditori con governi precari e un sistema bancario in difficoltà». ▶

### TARIKO BRINDA

Il magnate della vodka Rustam Tariko, che ha acquistato Gancia

