

M&A Il colosso Usa delle spezie McCormick entra con forza in Italia comprando Drogheria & Alimentari da Sici sgr e dai Carapelli-Barbagli. Pagando 85 milioni

Azienda tutto pepe

di Stefania Peveraro

Il colosso Usa delle spezie McCormick si compra a sorpresa l'italiana Drogheria e Alimentari da Sici sgr (che ha il 24% dell'azienda), Hat Holding (con il 16%) e dalla famiglia Carapelli-Barbagli, già proprietaria della Carapelli, leader nell'olio extra vergine di oliva. L'annuncio è stato dato ieri dalla stessa McCormick con una nota. L'operazione non era affatto attesa. Non prima dello scorso settembre i due fondi erano sumentrati ad Alto Partners sgr, che nel marzo 2010 aveva comprato il 40% del gruppo alimentare tramite il fondo Alto Capital II. In un primo tempo i Carapelli-Barbagli attueranno lo spin-off del brand Nuova Terra (cereali, legumi e zuppe) che resterà in capo alla famiglia, così come la controllata Le Bontà, alla quale fa capo il brand I Toscanacci (sughi di cacciagione). Il resto di Drogheria e Alimentari, invece, compreso il brand Maribù (decorazioni per dolci), sarà ceduto agli americani. Oltre ai fondi, anche la famiglia uscirà del tutto dal capitale della società ma, grazie a un pluriennale rapporto di fiducia personale sviluppato con il top management di

Marmellate ad alta crescita

di Carlo Valentini

Un investimento da 3,6 milioni, di cui 10 attraverso un prestito obbligazionario (18 anni) sottoscritto da Trentino Sviluppo, la società regionale di supporto al sistema produttivo. Menz & Gasser, sede a Novaledo (Trento) e con uno stabilimento anche a Verona, è la più grande azienda italiana di produzione di confetture, marmellate, conserve e prodotti di frutta lavorata, fattura 113 milioni, il 52% dall'export. Il piano quadriennale prevede il raddoppio della superficie produttiva, l'acquisto di nuovi macchinari ad alta tecnologia, l'assunzione di nuovo personale (si passerà da 110 a 230 dipendenti) e il potenziamento del reparto ricerca per l'ideazione di nuovi prodotti, con l'obiettivo di superare il 60% d'export e i 130 milioni di fatturato. Già l'azienda ha un catalogo di 1.500 prodotti e 1.300 clienti in 48 Paesi: produce, tra l'altro, 700 milioni di monoporzioni di confettura all'anno per alberghi che tra quattro anni diventeranno un miliardo. Inoltre vi è una notevole produzione per conto terzi: Barilla, Alitalia, Buitoni, Costa, Mila, Parmalat, Coop Italia. Dice Matthias Gasser, ad della società: «Si tratta di un positivo esempio di come Pa e aziende private possano lavorare insieme per creare valore e buona occupazione sul territorio. Siamo leader per le confetture, questi investimenti ci permetteranno di rafforzare il primato, aumentare la flessibilità, migliorare l'efficienza produttiva e ridurre i costi energetici, il maggiore handicap per le imprese come la nostra molto orientate all'export». L'azienda aveva già investito 23,7 milioni nel periodo 2009-2013. Adesso è avviato un secondo piano di sviluppo. A fronte del sostegno pubblico attraverso il prestito obbligazionario l'azienda si impegna tra l'altro a mantenere la sede produttiva in Trentino, a versare sul territorio provinciale le imposte riferite all'intero gruppo societario e ad aderire al Programma garanzia giovani della Provincia di Trento. Mentre Trentino Sviluppo designerà un proprio rappresentante in seno al collegio sindacale della società. La crescita della Menz & Gasser è stata impetuosa, nonostante un incendio che l'ha parzialmente distrutta nel 2002, e la crisi dei consumi di questi anni, che però non l'hanno sfiorata: nel 2004 contava su 60 dipendenti e 20 milioni di fatturato, lo scorso anno ha tagliato il traguardo della leadership europea nel suo comparto. (riproduzione riservata)



Alan Wilson

McCormick, oggi guidato da Alan Wilson, ne manterrà la guida almeno per i prossimi tre anni. Il closing dell'operazione, atteso entro fine maggio, è soggetto alle autorizzazioni antitrust. Advisor finanziario di Drogheria e Alimentari è stato Kon, con sedi a Firenze e Milano, nelle persone di Francesco Ferragina e Giovanni Nucera, mentre advisor legale è stato lo studio Miccinesi. Per McCormick, l'operazione è stata originata ed eseguita da CP Advisors, con uffici a New York e Milano, guidata da Salvo Mazzotta e Marco Garro. Advisor legale è stato Baker & McKenzie. Drogheria e Alimentari (a perimetro ridotto come spiegato prima) è stata valutata 85 milioni di euro, cioè più di 9 volte l'ebitda 2014. La valutazione include un earn out che sarà pa-

gato nel 2018 per un valore sino a 35 milioni di euro legato ai risultati della società a fine 2017. Drogheria e Alimentari ha fatturato, a livello consolidato, nel 2014 circa 60 milioni di euro (dai 55 del 2013), di cui circa il 20% dall'export in oltre 60 Paesi, generando un ebitda superiore a 8 milioni (da 6,6). Il fatturato delle aziende cedute a McCormick, invece, ha superato 50 milioni di euro l'anno scorso per un ebitda del 12%. Drogheria e Alimentari è leader nel mercato italiano delle spezie. Il 60% del business della società è rappresentato da prodotti a marchio Drogheria e Alimentari, il rimanente 40% è generato nel private label, con cui Drogheria fornisce tutte le catene distributive italiane e anche alcune estere (l'azienda toscana ha una quota di mercato del private label in Italia superiore al 95%). Negli ultimi 10 anni, il giro d'affari è salito a doppia cifra. I numeri di McCormick sono del tutto diversi. Fattura circa 4,5 miliardi di dollari e ne capitalizza circa 9 a Wall Street. Il gruppo è attivo nei mercati retail e foodser-

vice con un portafoglio di marchi leader di mercato in ogni area geografica, come McCormick, Old By, Lawry's (Usa), Club House (Canada), Ducros (Francia), Schwartz (UK), Kamis (Polonia e Russia), Silvo (Olanda), Simply Asia e Thai Kitchen nel segmento etnico. Ma McCormick è anche il principale produttore di salse e insaporitori per McDonald, Frito Lay (Pepsi) e Kentucky Fried Chicken. Con questa operazione McCormick vuole sviluppare il business internazionale di Drogheria e Alimentari, in particolare in Usa, Canada, Russia ed Estremo Oriente, mantenendo la produzione in Italia e anzi raddoppiando la capacità con l'ampliamento dell'impianto di San Piero a Sieve, che sarà completato entro il 2015, con impatto positivo sul territorio e sull'occupazione locale. In Italia Drogheria, inoltre, opererà come polo di aggregazione, essendo già previste acquisizioni che saranno integrate nella piattaforma produttiva e distributiva di Drogheria. (riproduzione riservata)