


DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI

a cura della Redazione

Gli ex Billa ricominciano da Conad

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/012011/PL-0111-005.pdf (*Fusioni e acquisizioni*)

Come tutti ricorderanno, in dicembre il gruppo **Conad**, per il tramite di 5 delle sue 8 cooperative, ha rilevato da **Rewe-Billa** 43 punti di vendita, 7 ipermercati e 36 su-

permercati in 10 regioni italiane: Abruzzo, Emilia-Romagna, Lazio, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Toscana, Umbria e Veneto. Ai primi di maggio, dunque in perfetto orario sulla tabella fissata dal top management, è cominciato, da parte dell'associata **Cia-Conad**, il

processo di conversione delle insegne dei 5 magazzini acquisiti per 6 milioni di euro, nella zona delle Marche e della Romagna, a partire dai supermercati di via Amerigo Vespucci a Rimini e di via Canale a Pesaro. Il processo verrà ultimato in questo mese di giugno. Il tut-

to rientra nel piano di riorganizzazione generale 2012-2013 della rete Conad, un piano da 770 milioni di euro che, oltre a interventi di ammodernamento e restyling, prevede soprattutto l'apertura di 260 nuovi punti di vendita, per 200.000 mq e 5.800 nuovi posti di lavoro.

Latteria Soresina entra in Centrali Lombardia

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/072009/PL-0709-003.pdf (*Latte*)

Operativamente dal 2 maggio la cooperativa cremonese è subentrata nella gestione dell'attività di **Centrali Produttori Latte Lombardia**, prendendo in affitto il ramo d'azienda relativo alla produzione e commercializzazione di tutti i prodotti dei

marchi di proprietà Cpll e quelli da questa prodotti a marchio di terzi.

Attualmente l'azienda milanese è strutturata dal **Consorzio Produttori Latte Milano** (Cplm), che detiene il 100% delle azioni di Centrale Produttori Latte Lombardia, che è l'unità operativa di produzione e commerciale del consorzio stesso e che

opera con marchi importanti come **Latte Milano**, **Latte Bergamo**, **Pavilat** e **Clab**.

Si prevede successivamente l'acquisto da parte di **Latteria Soresina** dello stesso ramo di azienda. Contestualmente all'acquisizione, il Consorzio Produttori Latte Milano diventerà socio di Latteria Soresina con un ingresso del 22% nel capitale

sociale, con il conferimento annuo di circa 70.000 tonnellate di latte e con possibilità di incremento futuro nel caso in cui Latteria Soresina lo riterrà necessario. Latteria Soresina con tale operazione arriverà a gestire più di 410.000 tonnellate di latte, rafforzando ulteriormente la sua posizione nel mercato nazionale.

Tonno Nostromo in acque italiane

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/052010/PL-0510-003.pdf (*Conservenze ittiche*)

Nuota di nuovo nel mare nostrum, almeno in parte, una delle glorie del tonno italiano, comprato nel 1993 dagli spagnoli di gruppo **Calvo**. Infatti la multinazionale trico-


lore **Bolton Group International** si è comprata un bel 40% di Calvo, specialista nell'ittico, che fattura 514 milioni di euro, vanta 3.000 addetti, 4 impianti produttivi e una propria flotta. Il prezzo pagato, ma il dato non è ufficiale, sarebbe di circa 125 milioni di euro. Non è stato nemmeno

reso noto se Bolton, che in ultima analisi fa capo alla famiglia **Nissim**, vanta un qualche progetto di call su altre quote di Calvo. Bolton, azienda leader nel largo consumo, spazia dal food alla detergenza, dagli adesivi al cura persona, senza dimenticare la cosmesi, schierando i seguenti marchi: **Rio**

Mare, **Palmera**, **Manzotin**, **Omino Bianco**, **Wc Net**, **Vetril**, **Fornet**, **Merito**, **Uhu**, **Bostik**, **Bison**, **Roberts**, **Borotalco**, **Somatoline**, **Citrosil**, **Chilly**, **Collistar**.

I ricavi sono stati, nel 2010, di quasi 1,5 miliardi, con un Mol di 628 milioni e utili netti per 150.

Lactalis sposta in Parmalat tutte le attività lattiere

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/072009/PL-0709-003.pdf (*Latte*)

Ormai la notizia è praticamente ufficiale: **Parmalat** è destinata a diventare la piattaforma lattiera internazionale di **Lactalis**.


Così la nuova proprietà francese darà vita al principale polo di settore del continente, in cui confluiranno le attività della Spagna e dell'Esagono.

Come risultato finanziario, Lactalis otterrà 1,4 mi-

liardi, che fanno parte della tesoreria della controllata italiana, per rispondere alla prima tranche di rimborsi dovuti al sistema bancario, che a suo tempo ha supportato l'operazione di acquisto.

Sul piano strettamente operativo, il riassetto consentirà al gruppo di Collecchio un rilancio sul mercato internazionale e ribadito dall'acquisto infragruppo di Lactalis Usa per un valore di 904 milioni di dollari.

Intercos cede Madina al gruppo Percassi

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/042010/PL-0410-004.pdf (*Profumeria e cosmesi*)

Intercos, leader nella creazione, sviluppo e produzione di prodotti di make up colorato partner dei principali gruppi cosmetici internazionali, ha siglato un accordo con il

gruppo **Percassi**, già presente nel settore cosmetico con **Kiko**, per la cessione dei marchi Madina, Madina Revolution e Madina C e i 20 punti di vendita italiani ed esteri, sia di proprietà sia in franchising. I pdv **Madina** nel mondo coprono non solo l'Europa, ma anche il Giap-

pone, il Messico, il Qatar, Israele, Arabia Saudita e Iran.

Intercos, che conta 3 stabilimenti in Italia e 8 all'estero (in Svizzera, Stati Uniti, Cina, Malesia e presto anche in Brasile), opera in tutta la catena del valore della produzione di cosmetici e si distingue per capacità di innova-

zione. I suoi ricavi sono stimati in 300 milioni di euro.

Dario Ferrari, presidente di Intercos, ha dichiarato: «Sono lieto che Madina sia passata a un gruppo solido come Percassi, che ha saputo creare la catena Kiko. Torneremo così a essere totalmente produttori, abbandonando

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI

quello che era nato come esperimento e testing per i nostri prodotti». Con più di

300 punti di vendita di proprietà in Europa, Kiko ha un assortimento medio di 1.000

prodotti, e la sua insegna è attiva in Italia, Germania, Francia, Portogallo, Regno Unito,

Spagna. Per ora le politiche dell'azienda non prevedono il franchising.

Arriva la pasta dal campo allo scaffale



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/012009/PL-0109-003.pdf (Pasta secca)

Arriva la prima pasta tutta italiana dal campo allo scaffale, che valorizza il territorio, il grano e il lavoro degli italiani, ma è soprattutto il frutto della prima esperienza innovativa di co-imprenditorialità che taglia la filiera e garantisce un'equa ripartizione del valore aggiunto generato da un prodotto di elevata bontà, qualità e sicurezza. L'iniziativa

va è di **Coldiretti, Coop e Legacoop Agroalimentare** che hanno scelto il prodotto-simbolo della cucina nazionale per avviare una collaborazione per avviare una collaborazione, con l'obiettivo di dimostrare come, mettendo a sistema gli elementi distintivi del Paese, si possano trovare occasioni di crescita, trasformando dichiarati punti di debolezza in punti di forza: 100% italiano è il grano, 100% italiani sono i luoghi di produzione e vendita, 100%

italiani sono gli imprenditori, le più grandi organizzazioni dei produttori agricoli e della distribuzione italiana.

Fra gli attori del progetto c'è il pastificio **Cerere del Consorzio Agrario Lombardo Veneto**, situato in provincia di Enna, in Sicilia, da dove viene il grano che sarà pagato agli agricoltori a un prezzo premiante sulla base dell'accordo di co-imprenditorialità. La pasta di alta qualità della filiera agricola ita-

liana nasce – sottolineano Coldiretti, Coop e Legacoop Agroalimentare – dal grano coltivato nei campi degli agricoltori Coldiretti e arriva negli scaffali degli oltre 1.400 punti di vendita di Coop con il marchio unico 100% Italia: 5 formati di pasta di grano duro trafilata al bronzo, essiccazione lenta, qualità elevata, no Ogm. Il primo di una linea che a regime includerà altri prodotti della tradizione gastronomica.

Elior acquisisce Gemeaz Cusin



Approfondimenti:
<http://tinyurl.com/RistorazioneCollettiva>

Gruppo **Elior**, terzo operatore in Europa nei settori della ristorazione collettiva, della ristorazione commerciale e dei servizi a esse correlati, diventa leader in Italia nel mercato della ristorazione collettiva gestita. Infatti, gra-

zie all'acquisizione del 100% del capitale sociale di **Gemeaz Cusin**, che da giugno assume il nome di **Gemeaz Elior**, il gruppo raggiunge un giro d'affari pari a 650 milioni di euro e una quota del 16,5%. L'acquisizione di Gemeaz Cusin ha permesso a Elior di rafforzare il proprio potere competi-

tivo, risultando così il primo operatore nel settore della ristorazione collettiva gestita in Italia.

Gruppo Elior, fondato in Francia nel 1991, è tra i principali player nel mercato della ristorazione collettiva, della ristorazione commerciale e dei servizi correlati e lavora con aziende, pubbliche am-

ministrazioni e strutture dell'ambito dell'istruzione, della sanità, del travel retail, del tempo libero e della cultura. È presente in 14 Paesi nel mondo con 15.000 punti di ristorazione e ha registrato nel 2011 un fatturato complessivo di 4.175 milioni di euro. Ogni giorno serve 3 milioni di persone.

Rewe/Billa prende le distanze dalla "banda del buco"



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/042010/PL-0410-005.pdf (Franchising)

«In merito al fallimento del gruppo della gd **Mqm**, il gruppo **Rewe/Billa** intende precisare la propria estraneità ai fatti recentemente accaduti e si dichiara parte lesa. Il gruppo Rewe/Billa intende altresì precisare che i propri rapporti con

il gruppo **Mqm** e i fatti a esso riconducibili risalgono al 2008, quando **Mqm** era un affiliato dell'insegna **Standa**, appartenente al gruppo **Rewe**. Il gruppo ribadisce la volontà di continuare a essere presente sul mercato italiano della gd, attraverso il marchio **Billa**». Questa la posizione ufficiale della nota insegna distributiva.

Oltre a Rewe/Billa, sono finiti nei guai i fornitori con parecchi insoluti e 700 addetti, ora disoccupati. In carcere a titolo cautelare le Fiamme Gialle hanno messo tre indagati: **Pietro Rosselli**, imprenditore, **Maria Concetta Leo**, ex avvocato, e **Leonardo Matarrese**, 52 anni, imprenditore. I tre avrebbero fatto, mediante la

società **Mqm**, un "buco" di 220 milioni, sfruttando un franchising con **Billa**, per inaugurare e dismettere attività, ottenendo crediti bancari per circa 130 milioni di euro e poi svuotando a proprio beneficio le casse delle società lanciate di fresco. Ora sono accusati di bancarotta, appropriazione indebita e riciclaggio.

Lumberjack passa alla turca Ziylan



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/102010/PL-1010-004.pdf (Calzature)

Ziylan, leader turco del mondo calzaturiero, con il suo fatturato di mezzo miliardo, rileva da **3A Antonini** il marchio **Lumberjack**. La sede passa da Verona a Milano e al timone resta **Massimiliano Rossi**, manager chiamato nel 2008 dall'ex proprietario

in vista del rilancio di **Lumberjack**.

Ziylan, 5.000 dipendenti e 240 negozi di proprietà, ma anche rilevanti interessi nella produzione, ha ideato per l'occasione una newco, **Brand Park**, per fare di **Lumberjack** un sinonimo di stile e incorporare o potenziare altre gamme: accessori, abbigliamento, orologi e occhia-

li. Mediante un'intesa con **Fiat** è stato anche presentata una vettura, il pick up **Strada**, griffata **Lumberjack**.

Mehmet Ziylan – riporta *Il Sole 24 Ore* – ha la vista lunga. «Ci guardiamo intorno, ci interessano marchi di calzature da donna, catene retail e brand di sportswear e casualwear – dichiara –. Abbiamo le risorse interne per cre-

scere e non andremo in Borsa almeno per i prossimi tre anni, poi si vedrà. Una cosa è certa: nel 2023 la nostra democrazia compirà cent'anni e io sono certo che per quell'epoca e forse anche prima saremo una delle prime dieci economie al mondo. **Lumberjack** per noi è solo il primo passo e credo che molti altri grandi gruppi turchi ci seguiranno».