

ACCADIMENTI AZIENDALI ITALIANI ED ESTERI

a cura della Redazione

Campari si beve il rum giamaicano

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/012009/PL-010909-004.pdf (*Superalcolici*)

Gruppo **Campari** ha siglato un accordo con alcuni azionisti della società conglomerata **CI Financial Limited** per l'acquisizione della loro partecipazione dell'81,4% in **Lascelles deMercado & Co. Limited**, società con sede a Kingston in Giamaica. In base all'accordo, al momento del closing, il perimetro di

Ldm oggetto dell'acquisizione includerà il business degli spirit, rappresentato da un portafoglio di rum, che include Appleton Estate, Appleton Special/White, Wray & Nephew e Coruba, leader in Jamaica e distribuiti a livello internazionale, le attività collegate di upstream supply chain, unitamente a un profittevole business locale attivo nella distribuzione di prodotti di consumo.

Questa operazione costituisce la terza acquisizione più importante per Campari in termini dimensionali e posiziona l'azienda come un operatore leader nel mercato del rum premium a livello mondiale. **Bob Kunze-Concewitz**, chief executive officer, afferma che «grazie all'acquisizione e al portafoglio di brand giamaicani distribuiti a livello locale, consolidiamo ulteriormente la nostra

massa critica nei mercati nord-americani, acquisiamo un posizionamento leader in Giamaica, importante destinazione turistica nei Caraibi, e creiamo le basi per una futura crescita internazionale, sfruttando tutte le principali occasioni di consumo del rum, categoria in crescita, con particolare riferimento al segmento premium». Il prezzo totale dell'operazione è di 330 milioni di euro.

Larry Smith porterà a compimento il progetto City Life

 Approfondimenti:
<http://tyniurl.com/LCEdilizia>

Il progetto di riqualificazione dell'area del vecchio quartiere fieristico di Milano, avviato nel 2007 e consegnato nelle mani di una società mista formata da **Assicurazioni Generali** e dal gruppo **Allianz**, che hanno fondato **City Life**, prosegue

con la consulenza di **Larry Smith**.

In gioco ci sono 366.000 mq, di cui 20.000, suddivisi in tre differenti mall, destinati a ospitare 100 attività commerciali, tra beni di lusso, tecnologie, servizi e beni di consumo.

Shopping District di City Life, sul quale si concen-

terà il lavoro di consulenza di Larry Smith Italia, sarà di circa 20.000 mq, con un centinaio di negozi.

Il quartiere sarà servito da una fermata della metropolitana M5 e ospiterà 164.000 mq di residenze di alto standing, 105.000 mq di direzionale nelle famose tre torri e un grande parco

pubblico di 170.000 mq.

Il piano comprende anche il nuovo museo di arte contemporanea e il Palazzo delle Scintille, destinato ad accogliere attività formative e culturali per bambini e giovani. Il nuovo quartiere aprirà i battenti nel 2015, in occasione dell'Esposizione Universale.

Nasce il Consorzio per il kiwi italiano

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/052010/PL-0510-001.pdf (*Frutticoltura*)

Alcune delle più importanti realtà nazionali del settore, concentrate prevalentemente in Romagna, Emilia e Veneto, hanno dato vita al **Consorzio Kiwifruit of Italy**. «I principali obiettivi di questa nuova realtà – sottolinea il presidente, **Alessandro Fornari** – sono, da un lato, la definizione di norme minime di qualità

comuni per la produzione e la commercializzazione del kiwi per aumentarne costantemente il livello qualitativo e migliorarne l'immagine verso i clienti e i consumatori e, dall'altro, la realizzazione di campagne commerciali e promozionali coordinate, indirizzate prevalentemente verso i nuovi mercati e i Paesi oltreoceano. Tutto ciò – prosegue Fornari – al fine di accrescere il valore del kiwi italiano e

massimizzare il ritorno economico per i produttori, a fronte dell'aumento della produzione mondiale di kiwi e della generale stazionarietà dei consumi, fattori che determinano una preoccupante contrazione dei prezzi all'origine».

Costituito da 9 tra le principali realtà italiane del settore – quali **Spreafico, Naturitalia, Salvi-Unacoa, Granfrutta Zani, Frutta C2**,

Orogel Fresco, PempaCorrer-Termerse, Minguzzi, Consorzio Kiwigold – il consorzio rappresenta più di 1 milione di quintali di kiwi Hayward, pari a oltre il 20% dell'intera produzione italiana, ma l'intenzione dei soci fondatori è crescere ulteriormente e rapidamente, aprendo le porte ai migliori produttori ed esportatori nazionali in grado di rispettare i requisiti richiesti.

Coin rilancia sullo styling

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/072010/PL-0710-005.pdf (*Grandi magazzini*)

Stefano Beraldo, ad di gruppo **Coin**, non riposa mai. Dopo che in estate ha portato a compimento l'operazione **Bernardi**, decisamente la più importante dell'era **Bc Partners**, con l'acquisizione di oltre 100 pdv del gruppo di gran-

di magazzini della famiglia **Di Tommaso**, è ora intento a lavorare sullo styling dei marchi del gruppo. Intanto è in corso un drastico ripensamento delle linee **Ovs**, per dare vita a una vera firma che coniughi eleganza e convenienza: **Ovs fashion for young generation**.

Una prova del lavoro in cantiere è il lancio del nuovo Centro Stile, destinato a portare in

casa il 60% dell'offerta a scaffale, compreso il marchio **Upim**, nel quale è destinato a confluire il grosso dei negozi rilevati da Bernardi. A dirigere il nuovo "pensatoio" dei modelli **Coin** è stata chiamata **Caterina Salvadori**, che ha nel proprio ragnuardevole curriculum vitae nomi come quelli di **Giorgio Armani, Calvin Klein e Dolce&Gabbana**,

dove la sua permanenza è durata otto anni.

Il gruppo, che conta 6 marchi, compresi **Iana** (abbigliamento per ragazzi) ed **Excelsior Milano**, tempio del lusso e del buon vivere in pieno Corso Vittorio Emanuele a Milano, ha intenzione di crescere anche nella fascia alta, come prova l'apertura annunciata di un Excelsior bis, a Verona.

ACCADIMENTI AZIENDALI ITALIANI ED ESTERI

Ferrero: colpo grosso nelle nocciole

 Approfondimenti:
<http://tyniurl.com/LCFerrero>

Ferrero mette a segno un colpo maestro, tutto nel nome delle economie di scala. Ai primi di agosto è stata rilevata la branch turca di **Stelliferi**, azienda di Caprarola (Viterbo), controllata dalla famiglia omonima, nonché regina indiscussa della frutta in guscio, con

210 milioni di fatturato totale. Inoltre il colosso di Alba fa il suo ingresso, con una quota del 49%, in tutte le attività della famiglia Stelliferi, ancora oggi governata dall'anziano leader Mariano, con l'aiuto dei figli Pietro e Carlo. Il core business di Stelliferi sta proprio nelle nocciole, ingrediente fondamentale della famosa Nutella, che ne contiene una per-

centuale del 15%. Ma la storia non finisce qui e tutto non si risolve in un patto di filiera.

Secondo quanto riportato in agosto dal "Corsera" ci sarebbero in ballo interessi addirittura internazionali, con un vero braccio di ferro tra il cartello dei produttori di nocciole e i più noti marchi del dolciario. È per questo motivo che Ferrero ha da

tempo acquisito lotti produttivi in Cile, Sudafrica, Argentina e, recentemente, Georgia. Ma il cuore dei flussi mondiali di nocciole resta, con un bel 70% di incidenza, proprio la Turchia (in seconda posizione, distaccatissima con il 13%, viene la nostra Italia). Da qui il colpo grosso su Stelliferi, affacciata sul mare di Marmara.

Primigi, con Igi&Co, guarda al total look

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

Primigi, leader delle calzature per bambini, non si accontenta del record già messo a segno grazie ai 168 punti di vendita inaugurati in quattro anni in Italia e 10 all'estero. La controllante, **Imac**, scommette infatti su **Igi&Co**, specializzata in

calzature e vestiti confortevoli per uomo e donna.

Il marchio, già presente sul mercato dal 2002, non aveva fino ad ora propri punti di vendita diretti, mentre dalla fine di giugno vanta a San Benedetto del Tronto il suo primo store monomarca. Tutti i prodotti Igi&Co sono rigorosamente made in Italy. L'ambientazione degli store

Igi&Co rispecchia la natura e la filosofia della marca per esaltarne le caratteristiche e la sua mission: layout minimalista e sobrio nei toni naturali, materiali di pregio, esposizione razionale e moderna, luci che esaltano la visibilità dei prodotti. Altri 10 negozi "total look", ossia con una gamma estesa anche ad abbigliamento e accesso-

ri, dovrebbero aprire i battenti già entro la fine di quest'anno, per diventare poi 100 nell'arco di un quadriennio, con la formula del franchising.

Imac, nel 2011, ha totalizzato vendite per quasi 8 milioni di paia di scarpe, 1,5 milioni di capi di abbigliamento e 187 milioni di fatturato.

International Paper riavvia l'attività nel modenese

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/062009/PL-0609-001.pdf (Imballaggio in carta)

International Paper di Memphis (Usa), 26 miliardi di dollari di fatturato, leader nel settore della carta e degli imballaggi con stabilimenti in America del Nord, in Europa, America Latina, Russia, Asia e Africa del Nord, ha riavviato l'attività nello stabilimento di San Felice sul Panaro (Modena), che era stato

gravemente danneggiato dai due terremoti che hanno recentemente colpito l'Emilia-Romagna.

«Il riavvio dell'ondulatrice rappresenta un risultato fondamentale per i nostri clienti e dipendenti. Sono davvero emozionato: abbiamo compiuto un ulteriore importante passo verso la totale ripresa delle attività dello stabilimento – ha dichiarato **Paolo Prate**, amministratore delegato di International Paper Italia

–. Ad aprile di quest'anno, con investimenti significativi, abbiamo installato un'ondulatrice all'avanguardia, essenziale per valorizzare le potenzialità del nostro stabilimento. Purtroppo i devastanti terremoti che hanno colpito a maggio l'Emilia-Romagna hanno ostacolato questa fase di sviluppo: ciò nonostante la nostra squadra è coesa e pronta a ripartire».

Grazie alla sua solidità, anche sul versante finanzia-

rio, International Paper sta continuando a soddisfare le richieste dei clienti di San Felice, servendosi degli altri suoi stabilimenti in Italia, in Francia e in Spagna. Buona parte della forza lavoro della struttura emiliana è stata trasferita temporaneamente presso altri impianti situati sul territorio italiano. Grazie al riavvio dell'ondulatrice, più del 70% dei dipendenti di San Felice potrà tornare al lavoro.

Bolton si mangia la Simmenthal

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

A darne notizia e ad anticipare il dettaglio del maxi deal è stato il "Corsera", praticamente unico fra i giornali di casa nostra. E dire che la notizia è grossa. Si

tratta della messa in vendita, da parte di **Kraft** che possedeva il marchio da 30 anni, della carne **Simmenthal**. Il compratore è **Bolton Alimentari**, della famiglia **Nissim**, una delle più interessanti quanto ermetiche multinazionali italiane (1,5 miliardi di fatturato), che con-

trolla fra l'altro Rio Mare, Manzotin, Omino Bianco e Collistar. L'operazione entrerà nel vivo per l'ultimo trimestre dell'anno. Bolton è stata scelta fra una rosa di candidati molto prestigiosi: **Cremonini**, **Gallina Blanca-Star**, **Bell Suisse** e altri.

La vendita corrisponde al processo di dismissioni da parte della multinazionale americana di marchi non più strategici e non dallo stato di salute delle famose scatole che, con 100 milioni di incassi coprono ben il 60% del relativo segmento merceologico.