

GRANDE  
ESCLUSIVA

Grocery &amp; Consumi Newsletter On-line - Anno 2 - Numero 21 - 28 maggio 2021



# 'O retailer 'nnammurato

Faccia a faccia tra Angelo Frigerio e Mario Gasbarrino, Ad di Decò Italia. A tema la Distribuzione moderna. Un confronto serrato e senza sconti.

Di Aurora Erba

Mercoledì 26 maggio, alle ore 12.00, sul canale YouTube di Tespi è andato in onda il terzo appuntamento di 'Mezzogiorno di fuoco', il format online che racconta di mercato e dintorni. Un ring virtuale: il nostro direttore, Angelo Frigerio, da una parte, Mario Gasbarrino, Ad di Decò Italia, dall'altra. Ecco com'è andata.

## Da un anno sei andato via da Unes... Perché?

Sono una persona professionalmente fedele, per 35 anni ho lavorato nel mondo dei supermercati. Ma, prima o poi, tutti i grandi amori finiscono. Quando ti accorgi che un rapporto sta per giungere al capolinea, è meglio lasciarlo andare. Spesso la colpa non è dei due innamorati (che continueranno a volersi bene), ma delle persone che li circondano. Il *casus belli* non conta niente, è un pretesto a cui ci si aggrappa per giustificare la propria scelta, ma non è il vero motivo del distacco. La cessione di un rapporto lavorativo, soprattutto se di lunga durata, può avere anche un impatto positivo. Perché permette di capire quali persone ti stimavano davvero e quali, invece, erano innamorate della tua posizione. La sorpresa più grande, nel mio caso, è stata scoprire che molti dei collaboratori che mi circondavano mi volevano bene davvero. Quelli interessati al mio ruolo si contano sulle dita di una mano. E rientrano in quella categoria che noi, a Napoli, siamo soliti chiamare 'omnicchi'.

Una volta terminata l'esperienza in Unes, sei rientrato nel mondo del re-

## tail fisico con Decò Italia. Come mai?

Mi sono innamorato di nuovo. Di un progetto e di due persone. Nello specifico, Giovanni Arena, direttore generale dell'omonimo gruppo, e Claudio Messina, consigliere di amministrazione di Multicredi. Nel luglio 2020 i due supermercati, che fanno capo a Gruppo Végé, hanno dato vita a Decò Italia, centrale di acquisto da 2,4 miliardi di euro con sede a Milano. Di cui sono amministratore delegato. Le due aziende consorziate sono particolarmente radicate nel Meridione e questo ha permesso di restituire al mio Sud quello che ho imparato nel corso degli anni. Sono laureato in matematica all'Università di Napoli, ma ho lasciato subito la mia terra per seguire la carriera professionale. Restituire qualcosa è un dovere morale che faccio più che volentieri.

## Il franchising ha ancora un senso?

Assolutamente no. Il franchising è morto. Può essere tattico, ma non è sicuramente strategico per il mondo agroalimentare. Per due motivi fondamentali. Il primo è che chi ha i clienti, se li tiene ben stretti. Il secondo, invece, è che il mondo è in continua evoluzione. E i modelli di riferimento devono sapersi adattare a questo cambiamento. Avere aziende affiliate comporterebbe non poche criticità, perché non si riuscirebbe a mettere in atto alcun cambiamento. Anche se hai un'idea, ogni affiliato la interpreterebbe a modo suo.

L'amministratore delegato di una nota catena discount un giorno radunò i suoi buyer e disse loro: "Voi ai

## fornitori dovete strizzare le palle". Testuali parole. Cosa ne pensi?

Sicuramente serve un rapporto un po' più 'cazzuto' nei confronti delle multinazionali, perché per loro ogni cazzotto è una carezza. Nel mondo dei fornitori intermedi, dei provider e di chi realizza prodotti a Mdd ci vuole una relazione completamente diversa, basata su etica, rispetto e imprenditorialità. Tenendo sempre a mente che 'cca nisciuno è fesso (nessuno è stupido) e che stipulare una partnership non significa fare tutto quello che viene richiesto dall'altra parte. La cosa che mi dà più fastidio è fare il forte con i deboli e il debole con i forti. È una prerogativa che non mi è mai appartenuta.

## Parliamo di mazzette. Ogni tanto qualche buyer viene allontanato perché prende delle 'bustarelle'. Caso isolato o sistema consolidato?

Fa parte della debolezza dell'animo umano. I soldi portano sempre grandi rischi. Tuttavia, non è mai stato un problema così preponderante nel corso della mia carriera professionale. Neanche quando lavoravo come direttore acquisti in Sma Supermercati. Ci sono alcuni casi, è vero. Ma niente di così diffuso. Per prevenire queste criticità mi sono sempre servito della 'job rotation', una tecnica che mi ha permesso di far ruotare ciclicamente i compratori. Una *diminutio* dal punto di vista professionale, perché spesso alcuni collaboratori sono specializzati in categorie precise. Penso ai freschi, ad esempio. Ma, al momento, è l'unica garanzia che si può avere.

L'ARTICOLO COMPLETO SARÀ PUBBLICATO SUL PROSSIMO NUMERO IN USCITA A GIUGNO

## DAL 1980 RICETTA ORIGINALE DEL FONDATORE

- ✓ Ricetta originale 1980
- ✓ Funghi cotti a vapore
- ✓ Il prodotto contiene ingredienti naturali
- ✓ + funghi - olio
- ✓ La lattina è 100% riciclabile e non contiene BPA
- ✓ Contiene olio d'oliva
- ✓ Apertura facilitata



**nova**

"non smettiamo mai di migliorarci"

# nova®

## ROSSOVIVO NOVA



# nova®

“non smettiamo mai di migliorarci”

“Nova si rinnova” questo è il nostro claim per quest’anno perchè stiamo rinnovando tutta la grafica dei nostri prodotti offrendo al consumatore pochi messaggi ma più chiari, le foto più reali per rappresentare al meglio il prodotto, un restyling del marchio per renderlo ancora più riconoscibile e rafforzare ulteriormente il nostro brand e le confezioni riciclabili per essere al passo con i tempi ed avere un’attenzione anche all’ambiente.

NOVA FUNGHI S.r.l.  
Via Roma, 4 - 35010 S. Giorgio delle Pertiche (PD) - ITALY  
Tel. +39.049.5747822 - Fax amm. +39.049.9374287  
www.novafunghi.it - info@novafunghi.it



## VERISEM DI CESENA NEL MIRINO DEI COLOSSI CINESI

### Il rischio è la produzione di 'falsi' ortaggi italiani

È in vendita la Verisem di Cesena (ex Suba Seeds), multinazionale specializzata nella produzione di sementi. Nata nel 1974 da un'intuizione di Antonio Suzzi, nel giro di 20 anni consolida la propria posizione internazionale. Anche grazie a numerose acquisizioni che portano l'azienda a diventare venditore all'ingrosso in 117 paesi. Tra i clienti spicca anche Coldiretti. Come riporta il quotidiano La Repubblica, la multinazionale è tornata sul mercato. Complice anche la scomparsa del suo storico fondatore, venuto a mancare lo scorso gennaio. Al momento la proprietà è nelle mani del fondo statunitense Paine&Partners che, entro settembre, vuole concludere il merger. La valutazione stimata sarebbe di circa 150 milioni di euro. Tra gli acquirenti più agguerriti spiccano due colossi cinesi: il gigante Syngenta, controllato dalla holding petrolchimica Sinochem - ChemChina e il Gruppo China Investment Corporation (Cic), responsabile parziale della gestione della Riserva valutaria cinese. All'appello non mancano: il fondo privato Usa Private equity, le aziende sementiere Corteva (Usa) e Df (Danimarca). E, infine, la cordata nascente tra Bonifiche Ferraresi e Fondo italiano d'investimento. "Si dice dietro le quinte che Syngenta e Cic siano disposte a pagare anche 200 milioni per fare di Verisem il perno dei loro 'falsi veri' ortaggi italiani, che in pochi anni soppiantino per gusto e prezzi gli originali", sottolinea La Repubblica.

### Cia - Agricoltori italiani: "Nessun allarme per il made in Italy. No a fake news"

Nel dibattito sul futuro dell'azienda interviene anche Cia - Agricoltori italiani. "No a facili allarmismi sulla produzione di falsi ortaggi italiani in Cina. Non si devono sottovalutare le grandi potenzialità dell'acquisizione cinese della multinazionale di Cesena, attualmente nelle mani di un fondo Usa. La riflessione prioritaria deve riguardare le capacità di investimento del nuovo acquirente, non la nazionalità. E soprattutto la valorizzazione del marchio, affinché porti ricchezza a tutto l'indotto", evidenzia la nota stampa rilasciata dall'associazione di categoria. "Il settore sementiero necessita, infatti, di grandi risorse in ricerca e sviluppo per l'innovazione nella genetica vegetale. Il mercato impone nuove varietà sempre più resistenti ai fitopatogeni e ai cambiamenti climatici e questo rende altamente strategico il ruolo della ricerca scientifica. La tutela del made in Italy è sicuramente prioritaria, ma occorre fare attenzione quando si parla del settore sementiero: se Verisem diventa proprietà cinese, non significa che i semi o i prodotti diventino cinesi". L'obiettivo principale, quindi, è che la società continui a essere un punto di riferimento per l'intero settore, indipendentemente dall'acquirente. Conclude il comunicato: "Senza quei prodotti non ci sarebbero neppure a valle le nostre eccellenze alimentari italiane".

### Richiesto l'intervento del ministro Patuanelli

"Lo scopo dei grandi colossi cinesi è fare della Verisem lo scrigno dei futuri ortaggi pseudo-italiani, come già intentato con altri prodotti celebri, come i vini di Bordeaux riprodotti sotto le dighe dello Yangtze", spiega il giornalista Andrea Greco del quotidiano La Repubblica. Chiamato in causa anche il ministro Patuanelli, che dovrà valutare la situazione. I poteri speciali del Governo - il cosiddetto Golden power - include la facoltà di dettare specifiche condizioni all'acquisto di partecipazioni, di porre il veto all'adozione di determinate delibere societarie e di opporsi all'acquisto di partecipazioni. Il problema è legato al fatto che le sementi non rientrano tra le categorie strategiche per il Paese. La vigente norma sulle attività strategiche, infatti, esclude il settore sementiero dall'attuazione dei poteri speciali. E parla, invece, di un generico "approvvigionamento di fattori produttivi e agroalimentare". Visto lo scenario delineato, Patuanelli dovrà decidere se portare il fatto di fronte a un giudice. L'alternativa sarebbe l'intervento del Consiglio dei ministri.



### Vecchioni (Bonifiche Ferraresi): "È giusto che il Governo si attivi per difendere i nostri semi"

Tra i possibili acquirenti c'è anche la cordata nascente tra Fondo italiano d'investimento e Bonifiche Ferraresi. Quest'ultima, già nel 2017, ha perfezionato l'acquisto del gruppo emiliano di sementi Sis, altra realtà strategica del settore. In un'intervista rilasciata a La Repubblica, Federico Vecchioni, Ad di Bonifiche Ferraresi, chiede al Governo italiano di esercitare il Golden power: "È giusto, opportuno e doveroso che il sistema Italia si attivi per difendere la ricchezza unica, originale e distintiva dei nostri semi. Personalmente ritengo lo farà, perché un'azienda come questa è un cardine per fornire risposte sempre più efficienti e all'altezza delle sfide nella filiera alimentare". E prosegue: "Se invece non lo farà, ci sono decine di aziende medie e piccole, con cui abbiamo interlocuzioni costanti e che valgono fino a tre miliardi di euro, che rischiano la colonizzazione economica". L'offerta della cordata tricolore ammonterebbe a 155 milioni di euro, mentre quella avanzata dai due gruppi cinesi sfiora i 200 milioni di euro. "Sarebbe una sconfitta per il sistema Paese se sul negoziato Verisem si affermasse come unico criterio quello finanziario, favorendo i colossi cinesi e americani". Conclude Vecchioni: "Noi siamo pronti a fare la nostra parte se le condizioni lo consentiranno. Il problema è che l'enorme liquidità circolante in questa fase di tassi negativi rischia di far prendere una deriva 'africana' ai campi italiani, da anni già oggetto di acquisizioni di investitori stranieri".

NOVA NON SMETTIAMO MAI DI RINNOVARCI





## Breaking News

### Fatti e protagonisti dal 22 al 28 maggio 2021

#### In arrivo Tonno basso in sale, l'ultima novità firmata Mare Aperto

Genova – Lunedì 24 maggio. L'offerta di Mare Aperto Foods, società genovese che fa capo a Gruppo Jealsa, si arricchisce di una novità. Con Tonno basso in sale, l'azienda punta a rispondere alle esigenze di consumatori sempre più attenti a un'alimentazione corretta. La nuova conserva ittica presenta un ridotto contenuto di sale, il 75% in meno rispetto ai 100 g di tonno classico. È realizzata con a specie non sovrasfruttate, pescate con metodi sostenibili e certificate 'Friend of the sea'. A cui viene aggiunto, poi, olio extra vergine di oliva biologico. Come per tutti gli altri prodotti firmati Mare Aperto, sulla confezione è presente il sistema di apertura facilitata che utilizza una pellicola di alluminio al posto del classico coperchio di metallo. Così facendo, si evitano tagli accidentali. Il packaging, completamente riciclabile, riporta tutti gli ingredienti presenti, mentre il cartoncino del cluster è certificato Fsc. Tonno basso in sale è disponibile nel pack da tre pezzi, da 65 g ciascuno.

#### On air 'La passione che ti prende', la nuova campagna di comunicazione di Caffè Motta

Salerno – Martedì 25 maggio. Caffè Motta, torrefazione campana attiva nella produzione di caffè tostato, torna on air con una nuova campagna di comunicazione. 'La passione che ti prende' è il titolo dello spot che, a partire dal mese di maggio e per tutto il 2021, sarà declinato sui principali media (televisione, radio, social, sito internet). A cui si aggiunge una campagna di affissioni e sponsorizzazioni nelle stazioni d'arte di Napoli, Pompei e Sorrento. Tra gli interpreti due campani di origine: l'attrice Tosca D'Aquino e lo showman Stefano De Martino. Lo spot è ambientato a Napoli, all'intero dell'antico Palazzo Venezia. È prodotto da Angelo Anzivino e diretto dal regista Diego Santangelo. Tra gli obiettivi prefissati, rafforzare il rapporto di fidelizzazione dei consumatori verso il brand, puntando su qualità dei prodotti e origine partenopea.

#### Crisi L'Alco: un Fondo in pole position

Rovato (Bs) – Giovedì 27 maggio. Nuovi sviluppi nella trattativa per rilevare il gruppo L'Alco. Dopo l'interessamento di Conad e Italmak una nuova ipotesi si affaccia all'orizzonte. Voci solitamente bene informate segnalano che la famiglia Conter, proprietaria del gruppo, avrebbe siglato un preliminare che la terrebbe legata a un Fondo d'investimento, interessato a rilevare tutti i punti vendita, fino alla fine di maggio. Un'operazione complessa che ha bisogno di tempistiche certe. Le strutture sono tante come pure i dipendenti, circa 650. I sindacati premono per una definizione rapida della crisi. A oggi i lavoratori attendono ancora ben quattro mensilità e la tredicesima. La cassa Covid è stata erogata ma si tratta di ben poca cosa rispetto allo stipendio 'normale'. Soprattutto per le famiglie che hanno due dipendenti L'Alco al loro interno. La speranza è che la situazione si sblocchi al più presto. Ma sono in pochi a crederci.

#### Pasta secca confezionata: crescono le vendite in Gdo e nel segmento discount

Milano – Martedì 25 maggio. A confermare le preferenze degli italiani in fatto di pasta secca è un'indagine condotta dall'Istituto Iri. Il focus, in particolare, riguarda la pasta di semola che, nel complesso, vale 2,6 miliardi di euro in Italia. I primi mesi del 2020 evidenziano una crescita a valore del +10,1% rispetto allo stesso periodo del 2019. Ma già tra i mesi di gennaio e aprile 2021 si registrano flessioni pari al -5,3%. Una percentuale dovuta al fatto che la corsa all'accaparramento è ormai terminata. La percentuale rilevata nei primi mesi del nuovo anno, comunque, mette a segno un +8,6% a valore rispetto ai dati del 2019. Crescono anche le nicchie, che incidono per il 12% sull'intero mercato della pasta: gli italiani scelgono pasta aromatizzata, vegetale, ai cereali, integrale e di semola. All'interno di quest'ultimo segmento, il biologico ha un'incidenza del 5% e non riscontra performance esaltanti. La pasta senza glutine ha un peso del 3%, mentre la pasta di semola prodotta con grano 100% italiano è il vero trend di punta. Il richiamo all'origine nazionale della materia prima ha fornito un forte stimolo all'acquisto da parte delle famiglie italiane. Nel complesso, il comparto vale circa 585 milioni di euro. Infine, tra i canali più performanti spicca la Gdo (+11%) e, soprattutto, il segmento discount: le vendite relative al 2020 mettono a segno un +16% e le stime elaborate da Iri evidenziano che si tratta dell'unico settore che, anche nel 2021, mostra un andamento positivo.

#### Pomodoro da industria del Centro Sud: raggiunta l'intesa per la campagna 2021



Napoli – Giovedì 27 maggio. È stato definito il Contratto Quadro d'area per la gestione della prossima campagna di trasformazione del pomodoro, siglato da Anicav (Associazione nazionale industriali conserve alimentari vegetali) e dalle Op del bacino Centro Sud Italia. In un'ottica di tutela del territorio, le Op si impegnano a garantire una raccolta ecosostenibile e la consegna di un prodotto quanto più possibile privo di terreno e pietre per venire incontro alle difficoltà registrate negli anni dalle aziende di trasformazione nella gestione del terriccio. "Fermo restando l'autonomia contrattuale delle singole aziende in sede di sottoscrizione dei contratti di fornitura, gli interessati, sulla base di una serie di criteri oggettivi, hanno riconosciuto alla parte agricola un sovrapprezzo di 10 euro per i maggiori costi di produzione, sia sul lungo che sul tondo, assorbendo interamente quanto concesso nella scorsa campagna per le criticità legate alla siccità e alla emergenza sanitaria", spiega una nota ufficiale rilasciata da Anicav. In merito ai prezzi medi di riferimento applicabili, si parla di 105 euro a tonnellata per il pomodoro tondo e di 115 euro a tonnellata per il lungo. Una maggiorazione del 40% sarà applicata, invece, al biologico.

**ROSSOVIVO NOVA**

**nova**  
"non smettiamo mai di migliorarci"