

## Economia &amp; Imprese

# Il nuovo trend del food Allearsi con il nemico

## NON SOLO M&A

Il trend: prodotti diversi si mettono insieme per andare su nuovi mercati

Da latte Granarolo coi vini Giv, fino ai gelati Unilever con il cioccolato Kinder

## Micaela Cappellini

L'alleanza più famosa è forse quella siglata a ottobre del 2017 tra il colosso italiano Ferrero e quello anglo-olandese Unilever: un accordo per produrre insieme in Europa gelati col marchio Kinder. Ferrero ci mette la ricetta del cioccolato, Unilever la capacità di fare i gelati e la rete per distribuirli. Ma di alleanze come queste, se ne contano sempre di più nel panorama dell'alimentare europeo. Non si tratta di acquisizioni o di joint venture che hanno l'obiettivo di ampliare l'offerta di prodotti. Si tratta piuttosto di alleanze incrociate tra imprese che non necessariamente fanno le stesse cose, ma che mettono insieme le forze per conquistare nuovi mercati.

In Italia, nell'ultimo anno, di intese cross-settoriali i consulenti di AlixPartners ne hanno contate almeno una quindicina. Lo scorso settembre, per esempio, Giv (Gruppo italiano vini) ha stretto un accordo di distribuzione con la Granarolo: una fa vini, l'altra fa latte e formaggi, ma lavoreranno insieme sul fronte della distribuzione per meglio affrontare il mercato svizzero. Anche Illycaffè e la tedesca Jab si sono alleate: in questo modo, il gruppo italiano del caffè ha trovato chi produrrà al posto suo le capsule di metallo Nespresso-compatibili.

Come nasce, questo nuovo filone di aggregazione? Secondo Marco Eccheli, director di AlixPartners, le spinte che hanno generato questa nuova tendenza all'alleanza cross-settoriale sono due: «Da un lato i consumatori chiedono sempre più innovazione di prodotto. Dall'altro, la crescita del private label e la competizione sui prezzi obbligano le aziende a ridurre al minimo i margini di guadagno, se vogliono restare sul mercato». Così, le imprese si alleano per abbreviare i tempi e i costi del cercare nuovi canali distributivi, oppure dell'inventare nuovi prodotti. «Prendiamo Eurovo, uno dei più grandi produttori e distributori di uova in Europa - racconta Eccheli - per tenere il passo con le richieste salutiste e vegetariane provenienti dai consumatori e produrre l'uovo strapazzato con ingredienti solo vegetali, si è alleata con Just Egg, una start-up

## I NUMERI

### 109

#### Acquisizioni

Secondo i dati della società di consulenza AlixPartners, tra il 2013 e il 2019 ci sono state oltre cento acquisizioni nel comparto alimentare

### +108%

#### La crescita dell'M&A

Tra il 2014 e il 2018 l'aumento dell'M&A nel comparto è stato esponenziale. Soltanto l'anno scorso sono state siglate 25 operazioni: la più grossa è stata quella messa a segno da Ferrero negli Usa, dove ha rilevato per 2,2 miliardi di euro il business dei dolci della Nestlé

che aveva già in tasca il brevetto necessario».

Molte di queste alleanze strategiche riguardano accordi distributivi: il produttore siciliano di gelati Stecco Natura, per esempio, si è recentemente accordato con il gruppo Shun Tak Holdings di Hong Kong per entrare nel mercato asiatico; i vini Bottega hanno firmato un'intesa con il cioccolatiero Lindt per la promozione congiunta dei loro prodotti nel Travel retail, a cominciare dagli aeroporti; mentre la cantina Masi si è alleata con la vodka Beluga per meglio distribuire il suo Amaroni in Russia.

La nascita delle alleanze cross-settoriali non significa però che l'epoca delle acquisizioni vere e proprie stia venendo meno, anzi. «In Italia l'M&A del comparto alimentare è in aumento», sostiene Eccheli. «Le piccole imprese che hanno prodotti di nicchia stanno guadagnando mercato, e si trasformano così in interessanti target per i gruppi più grandi». L'ultima operazione Newlat-Pasta Delle Verde lo dimostra. L'identikit della perfetta azienda da acquisire? «È una società ancora di proprietà familiare - spiega Eccheli - con una presenza consolidata sul mercato italiano, ma che ha già esperienza sui mercati esteri. Possibilmente, i suoi prodotti devono essere di fascia alta, meglio se in linea con i trend di consumo del momento: salutisti, sostenibili, biologici».

Gioielli come questi entrano non solo nel mirino dei grandi gruppi, ma anche del private equity: secondo AlixPartners, negli ultimi cinque anni i fondi hanno speso oltre 4,2 miliardi di euro in investimenti foodtech. «È indubbio che il private equity guardi anche all'Italia - dice Eccheli - e il suo target preferito sono le imprese fra i 30 e i 40 milioni di fatturato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## QUATTRO INTESE SOTTO LALENTE



**FERRERO-UNILEVER**  
Il colosso anglo-olandese produce gelati con la ricetta Kinder della Ferrero



**EUROVO-JUST EGG**  
Per fare innovazione di prodotto, il gruppo delle uova ha scelto una start-up



**ILLYCAFFÈ-JAB**  
L'alleanza riguarda la produzione di capsule Nespresso-compatibili



**GRANAROLO-GIV**  
Latte e vino alleati insieme per la distribuzione in Svizzera

## I GELATI KINDER

Quella tra la Ferrero e la Unilever è una delle alleanze cross-settoriali più grandi che sono state firmate nel comparto alimentare europeo. Il gruppo italiano di Alba ha scelto di appoggiarsi alla tecnologia Unilever, che da sempre produce gelati, per portare sul mercato un nuovo prodotto utilizzando la storica ricetta del cioccolato Kinder

## LE UOVA VEGETALI

L'italiana Eurovo, un colosso europeo della produzione e della distribuzione delle uova, per le sue uova strapazzate vegetali non ha scelto la via degli investimenti interni nella ricerca e sviluppo: ha preferito piuttosto allearsi con una piccola start-up, Just Egg, che aveva già nel cassetto il brevetto necessario

## LE CAPSULE COMPATIBILI

Le capsule Nespresso-compatibili sono lo standard più diffuso nel mercato del caffè espresso: il loro utilizzo cresce del 30% all'anno, per un giro d'affari di oltre 5 miliardi di euro. Per avere accesso a questo mercato, il gruppo italiano Illy si è alleato con i tedeschi di Jab, in grado di produrre questo tipo di capsule al posto suo

## IL MERCATO SVIZZERO

Granarolo e Gruppo Italiano Vini (Giv), due tra i più grandi gruppi cooperative dell'alimentare italiano, hanno siglato una partnership con l'obiettivo di aumentare entrambi la presenza sul mercato svizzero. L'alleanza ruota intorno a Comarsa Sa, la sussidiaria di Granarolo che si occupa della distribuzione

## INNOVAZIONE

# Arriva l'incubatore per cibo e bevande

Partner fondatori sono Esselunga, Unicredit Lavazza e Tetra Pak

## Enrico Netti

Plug and Play, l'acceleratore di start up nato alla fine del secolo scorso nella Silicon Valley, arriva in Italia e crea a Milano il suo primo acceleratore focalizzato nell'area food & beverage al di fuori degli Stati Uniti.

L'iniziativa ha raccolto il supporto di quattro realtà del peso di Esselunga, Lavazza, Tetra Pak e UniCredit che si fregiano del titolo di partner fondatori. Ogni partner "investe" nel progetto una quindicina tra manager e professionisti high tech lavorando secondo un modello di aggregazione verticale legato alla catena del valore. Il programma di «Plug and Play Italy» prevedere due pro-

grammi di tre mesi ciascuno per anno, accettando start up che lavorano sull'innovazione nell'area alimentare e delle bevande e, tra le altre cose, si farà anche scouting di start up.

«Siamo particolarmente entusiasti di espanderci in Italia e di mettere in contatto aziende leader del paese con le nostre start up internazionali offrendo accesso ai nostri programmi globali ad imprenditori italiani talentuosi» ha detto Saeed Amidi, Ceo e fondatore di Plug and Play.

«Sono state individuate quattro aree d'interesse - spiega Roberto Selva, direttore clienti Esselunga - Si spazia dal packaging alla sostenibilità oltre alla tracciabilità e le nuove aree dei consumi legati ai big data fino ad arrivare a una logica one-to-one». È la prima volta che Esselunga scende in campo nel mondo delle start up mentre la multinazionale Tetra Pak da un paio di anni è partner dell'acceleratore con cui ha in

## I NUMERI

### 10mila

#### Start up

A livello mondiale la piattaforma Plug and Play, quartier generale nella Silicon Valley mentre quello europeo è a Stoccarda, ha coinvolto ad oggi oltre 10mila start up mentre 300 partner hanno ottenuto la qualifica di ufficiale

### 60

#### Il team

Ognuno dei quattro membri fondatori (Esselunga, Tetra Pak, Lavazza e Unicredit) di Plug and Play Italy contribuisce con una quindicina di manager e profili high tech

corso diversi progetti di trasformazione digitale. «Un aspetto chiave sarà la data analysis che in un futuro permetterà di avere accessibili tutte le informazioni del cliente» sottolinea Gabriele Monari, Ideation e concept development manager di Tetra Pak. UniCredit è «un pivot per tutti i business» rimarca Marco Pusterla, head of Fintech strategy & equity investment. L'Istituto di credito parteciperà al programma europeo di Plug and Play nell'area fintech a Francoforte. «Con questa partnership saremo in grado di accelerare il processo di innovazione tecnologica, diventando un player chiave all'interno del più grande ecosistema di start up» dice Sergio Craverio, Chief marketing officer Lavazza. Plug and Play ha creato la piattaforma di innovazione più grande del mondo con oltre 10mila start up e 300 partner aziendali ufficiali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LA GESTIONE DEI PACCHI PERSONALI IN AZIENDA PUÒ ESSERE PARALIZZANTE



Smart Locker: l'armadietto intelligente per consegne in azienda facili e sicure.

**Smart Locker è tante cose insieme, tutte in un solo armadietto!**

Lo dicono i dati: sempre più spesso acquistiamo online e riceviamo pacchi sul luogo di lavoro, tanto che la logistica dei dipendenti è diventata un fattore chiave della vita aziendale.

**Smart Locker** è l'armadietto intelligente che libera il personale di reception da compiti e responsabilità extra mansioni, permettendo consegne e ritiri in tutta sicurezza, sempre nelle mani giuste e con notifiche ai destinatari in tempo reale: un servizio innovativo di welfare aziendale che semplifica la vita di tutti.

Smart Locker S.r.l. è distributore esclusivo per l'Italia e partner di **Erwin Renz Metallwarenfabrik GmbH & Co KG**.

smartlocker.biz

**smartLOCKER**  
click, clack, done.