

Economia & Imprese



Format in crescita. I ristoranti di cucina nippo-brasiliana Temakinho lo scorso anno sono entrati a fare parte del Gruppo Cigierre

Food, da Temakinho a Langosteria I fondi scommettono sulle catene

CONSUMI

I capitali provengono sia da venture capital che da investitori privati

Tra le ultime operazioni c'è Alice Pizza il cui controllo fa capo a Idea Taste of Italy

ENRICO NETTI

Al capitale di rischio piace sedersi ai tavoli della moderna ristorazione. È questa l'impressione che si ricava scorrendo i numeri delle operazioni siglate negli ultimi due anni: dalle due del 2017 alle 9 del 2018 secondo le rivelazioni dell'Osservatorio Venture Capital Monitor presso la Liuc Business School. «Nell'ambito del comparto food and beverage emerge un trend di crescente interesse che determina anche una crescita nell'attrazione di capitali - spiega Francesco Bollazzi, responsabile dell'Osservatorio - I capitali sono apportati da fondi di venture capital ma anche da investitori privati tra cui persone fisiche che investono in piccole imprese in fase di avviamento o di primissimo sviluppo».

In pratica è quanto ha fatto lo scorso ottobre Archive, società indipendente controllata da Ruffini

Partecipazioni Holding, che ha rilevato il 40% del capitale di Langosteria Holding a cui fanno capo i ristoranti milanesi Langosteria, Langosteria Bistrot, Langosteria Café Milano e lo stagionale Langosteria Paraggi. La particolarità della holding della famiglia Ruffini? Investire in quote di minoranza in realtà dei settori del ready-to-wear, food & beverage e hospitality.

Sono così in aumento le nozze tra start up legate alla ristorazione e i fondi tra in cui spiccano, per esempio, i deal di Eat Right, start up che vuole realizzare una serie di punti vendita con prodotti di alta qualità su cui ha investito Oltre Venture per avere il 77% del capitale oppure MiScusi, altra start up in cui Milano Investment Partners, sgr partecipata da Angel Capital Management di Angelo Moratti, ha puntato 5 milioni di euro con l'obiettivo di creare una catena di ristoranti interamente dedicata alla pasta per finire con Diretto piattaforma online, in cui è entrato L'Entrepreneur Group, che permette ai ristoranti di acquistare direttamente le materie prime dai produttori.

Tra le ultimissime operazioni finalizzate c'è quella che ha visto protagonista la catena Alice Pizza il cui controllo ora fa capo a Idea Taste of Italy, il fondo italiano specializzato nel settore agroalimentare gestito da DeA Capital Alternative Funds.

I NUMERI

9

Le operazioni
Nel 2018 sono state siglate, secondo le rilevazioni dell'Osservatorio Venture Capital Monitor della Liuc, 9 deal di fondi nell'ambito della ristorazione contro le 2 del 2017

3,5%

Pir e venture capital
Se i nuovi Pir investiranno un 3,5% nel mondo del venture capital ci sarebbe la liquidità necessaria per spingere gli investimenti anche nel mondo della ristorazione facendo aumentare il numero delle start up nel settore, spiega Anna Gervasoni, direttore generale dell'Aifi

40%

Deal Langosteria
Archive, società di Ruffini partecipazioni, ha rilevato la quota di minoranza del capitale di Langosteria. La holding investe in quote di minoranza nei settori ready-to-wear, food & beverage e hospitality

L'obiettivo del fondo è di accelerare il processo di crescita in due fasi, con aperture dirette e l'ingresso di nuovi canali come i centri commerciali del Centro-Nord Italia, outlet e retail park a cui seguirà l'Europa, oltre al miglioramento dei processi interni.

Strutture manageriali, sinergie e crescita agevolano la crescita di maxi poli della ristorazione premium come nel caso di Cigierre, attiva con le insegne Old Wild West, Cantina Mariachi, Arabian Kebab, Wiener Haus, Shi's, America Graffiti e Kukkuma Café. Alla fine dello scorso ottobre Cigierre (in cui anni fa ha investito il fondo Bc Partners) ha aggiunto al proprio portafoglio la "gemma" Temakinho, catena specializzata nella cucina giapponese-brasiliana con ricavi per una ventina di milioni realizzati da una decina di ristoranti tra Italia ed estero.

Sono molte le realtà della ristorazione i cui dossier sono allo studio da parte dei gestori dei fondi: secondo i rumors spiccano il mozzarella bar Obicà, Panino Giusto e Cioccolatitaliani. Ma tutto sembra restare per il momento congelato a causa del disegno di legge proposto dal Governo sulle chiusure domenicali che ha fatto paralizzare le operazioni a partire dalla seconda metà del 2018.

«Lo scorso anno abbiamo registrato una crescita importante del settore, segnale di un paese in forte fermento innovativo - osserva Anna

Gervasoni, direttore generale dell'Aifi e docente Economia e Gestione delle Imprese presso la Liuc Università Cattaneo - Ma i fondi di venture capital che operano in Italia sono ancora troppo e pochi e piccoli». Da qui l'auspicio di un cambiamento radicale grazie agli interventi del Governo a favore del venture capital. «In particolare se i nuovi Pir investiranno un 3,5% nel mondo del venture capital potremmo avere la liquidità necessaria per spingere gli investimenti anche nella ristorazione che punta nell'innovazione e far crescere il numero delle start up». Infatti il filone dell'innovazione sembra essere trainante perché osserva Bollazzi «è interessante notare come le operazioni finanziate prevedano nella quasi totalità dei casi una forte connotazione high tech».

Altri imprenditori invece non nascondono una certa ritrosia ad aprire il capitale ai fondi. Tra questi Massimo Innocenti, ceo di Spontini (pizza al trancio) che dice di essere contrario all'ipotesi di ingresso di fondi italiani o stranieri. La motivazione sta nel timore di perdere il controllo sia delle politiche di sviluppo e strategiche sia di proposta commerciale. «Crediamo di poter ancora crescere con i nostri mezzi - rimarca Innocenti - Uno sviluppo magari non veloce ma sostenibile per la società».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PANORAMA

TERMINAL OPERATOR

Onorato (con Msc) gestirà crociere e traghetti a Livorno

La Porto 2000, società alla quale è affidata la gestione del terminal crociere e della stazione marittima per i traghetti nello scalo di Livorno, diventa una società a maggioranza privata, guidata dal gruppo Onorato insieme a Msc. Finora era controllata dall'Autorità di sistema portuale (con il 72,8%) e partecipata dalla locale Camera di Commercio (con il 18,2%). Ieri è stato stipulato il contratto di cessione del pacchetto di maggioranza: ad acquisire il 66% del capitale è la Livorno Terminals, la quale è partecipata al 60% da Sinergest, la società del gruppo Onorato che gestisce il terminal passeggeri di Olbia, al 10% da Ltm e al 5% da Moby (entrambe società di Onorato), mentre Marininvest (Msc) detiene il 25%. Il rimanente 34% della società resta, in quote paritetiche, alla Cciaa della Maremma e all'Adsp del Mar Tirreno Settentrionale.

L'operazione si è concretizzata a quattro anni di distanza dalla gara che il raggruppamento temporaneo di imprese Onorato-Msc si era aggiudicato nel 2015. La compagnia ha offerto 10,74 milioni di euro per

l'acquisto delle quote di maggioranza e si è impegnata a investire 91 milioni per la realizzazione di nuove infrastrutture.

La prossima settimana, fa sapere l'Adsp, gli uffici competenti dell'Authority e la Livorno Terminals avvieranno il confronto «per declinare le modalità di attuazione del piano di investimenti presentato in sede di procedura di gara, tenendo conto che il raggruppamento ha formulato la propria offerta presupponendo una durata concessoria di 30 anni». Al timone di Porto 2000, con la carica di presidente, siederà Matteo Savelli, già ad di Toremar.

La società, ha ricordato quest'ultimo, «richiederà da subito un grande impegno di rinnovamento per giocare davvero il ruolo di testa di ponte della Toscana sul mercato crocieristico e del turismo internazionale».

Il contratto di ieri arriva dopo recente il protocollo d'intesa, firmato da Onorato in joint con il gruppo Ars Altmann, per la realizzazione a Piombino di un mega hub per la logistica delle auto nuove.

—Raoul de Forcade



Matteo Savelli. Il neopresidente di Porto 2000

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SIDERURGIA

Duferco conclude il primo Ppa nell'eolico in Italia

È il primo accordo di questo tipo in un settore, quello dell'acciaio, che ha nel costo dell'energia uno dei suoi driver strategici. Ecco perché l'annuncio, firmato da Duferco e che il suo presidente Antonio Gozzi aveva anticipato a dicembre (si veda il Sole 24 Ore del 5 dicembre), della finalizzazione del primo Ppa (Power purchase agreement come si definisce un contratto d'acquisto di energia a lungo termine) eolico in Italia, è destinato a fare da battistrada. Nel dettaglio, il contratto è stato concluso da Duferdofin Nucor (l'azienda nata dall'alleanza tra la stessa Duferco e Nucor Corporation, due big del siderurgico), Dxt Commodities (ex Dufer Energy Trading), un trader svizzero specializzato in commodity energetiche, e Fabbrica Energie Rinnovabili Alternative (Fera), che produce energia elettrica esclusivamente da fonti "verdi".

L'intesa ha durata triennale riguarda circa 200 milioni di kilowattora che saranno generati da un nuovo impianto che il

gruppo Fera sta realizzando nel Nord Italia. L'energia elettrica sarà quindi acquistata a un prezzo fisso tramite un Ppa da Dxt Commodities e rivenduta attraverso un accordo di eguale durata alle acciaierie di Duferdofin Nucor. Il vantaggio sarà duplice: il gruppo presieduto da Gozzi potrà approvvigionarsi coprendosi dal rischio di possibili rialzi del prezzo dell'energia, mentre Fera sarà in grado di sostenere il parco eolico senza dover ricorrere agli incentivi.

«Come siderurgici siamo molto attenti al tema ambientale - commenta Gozzi - Collaborazioni di questo genere ci consentono di dare un contributo importante al sistema agendo da catalizzatori per lo sviluppo delle fonti rinnovabili non incentivate e beneficiare allo stesso tempo di un valido prezzo fisso a lungo termine. Ci fa piacere essere pionieri in questo nuovo mercato e contiamo di servire da modello per tutta l'industria italiana».

—Celestina Dominelli

200
MILIONI DI KWH DEL CONTRATTO
Sono i kilowattora generati dal nuovo impianto che Fera sta realizzando nel nord Italia e che alimenteranno Duferdofin Nucor

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La ristorazione commerciale? Vale 6,3 miliardi

CHI SALE E CHI SCENDE

Nella top ten dei ricavi 2018 spicca la leadership del gruppo Autogrill

L'evoluzione delle abitudini alimentari degli italiani fa correre i conti delle società della ristorazione. La top ten dei ricavi 2018 dei colossi di quella commerciale vede un +5% sul 2017 a quasi 6,3 miliardi di euro mentre per le prime dieci catene premium si arriva a un giro d'affari di 215 milioni con un +8 per cento. Nel segmento commerciale su tutti spicca la leadership di Autogrill che registra un fatturato di 4,6 miliardi (+2% sull'anno precedente) che precede Chef Express, catena del Gruppo Cremonini, con 620 milioni di ricavi (+8%) e Cigierre che prosegue la campagna di crescita attraverso acquisizioni e segna un giro d'affari a 482 milioni (+36%). Nella fascia premium si affermano i mozzarella bar di Obicà (40 milioni e un +5% sul 2017), la catena Panino Giusto è stabile al secondo posto con 31 milioni ex aequo con Signorvino, catena fondata da Sandro Veronesi presidente del gruppo Calzedonia, in leggera crescita. E quando evidenzia una analisi realizzata da Pambianco strategie di impresa sui preconsuntivi 2018.

«Le società di ristorazione hanno archiviato un anno importante per fatturati e nuove aperture. Dopo un 2018 ricco di operazioni di m&a e private equity, il 2019 è iniziato invece all'insegna della cautela per il settore della ristorazione - segnala David Pambianco, Ceo di Pambianco - Il raffreddamento di interesse da parte degli investitori nei confronti dei format è probabilmente dovuto a un momentaneo consolidamento rispetto a quanto avvenuto nell'anno precedente». Sul comparto pesa inoltre l'incertezza portata dall'introduzione del disegno di legge sulle chiusure domenicali che, secondo imprenditori e addetti ai lavori, avrà ripercussioni negative sui fatturati.

Le classifiche

Scorrendo la classifica delle insegne commerciali al quarto posto con 149 milioni si trova il mondo della pizza napoletana di Rossopomodoro (Gruppo Sebeto) che ha dato il via a un processo di radicale rinnovamento dell'offerta grazie a un nuovo concept che progressivamente verrà esteso a tutti i locali in Italia e all'estero. Seguono La Piadineria che aumenta i ricavi di un terzo a 80 milioni e Vera Ristorazione, del Gruppo Finiper di Marco Brunelli, presente con 6 insegne che hanno generato 78 milioni di fatturato. Chiudono la classifica Fedegroup (59 milioni, +15%), Ci-

VERSO TUTTOFOOD

Export di cibo, Milano è terza

Con 1,6 miliardi di euro all'anno, Milano è la terza provincia italiana per export agroalimentare. Un podio di tutto rispetto per il capoluogo lombardo, che da lunedì 6 a giovedì 9 maggio ospiterà Tuttofood, la fiera biennale dell'agroalimentare che si alterna alla rivale Cibus di Fiere di Parma.

Secondo la mappa dell'export agroalimentare elaborata e appena messa online dalla Camera di Commercio di Milano, la provincia italiana che esporta di più è quella di Cuneo, mentre al secondo posto c'è Verona. Guardando invece ai prodotti più esportati, negli Usa vendiamo soprattutto vini, acque minerali e olio, in Spagna il pesce fresco, mentre il Regno Unito è il secondo mercato dell'Italia per frutta, ortaggi e gelati. Sono in forte aumento le vendite italiane di cioccolato, caffè e spezie in Cina, di formaggi in Canada, di pasta in Russia e di carni in Slovenia e Vietnam.

biamo Group (48 milioni, +4%), Spontini (27 milioni, +17%) e FC Retail, joint venture tra Cir Food e Gruppo Feltrinelli che tocca i 22 milioni (+29%) di ricavi.

Nella fascia premium la top ten continua con ristoranti giapponesi Zushi che stanno progressivamente aumentando la presenza sul territorio. La catena archivia così il 2018 con un fatturato di 29 milioni (+16%) e precede Langosteria (si veda l'articolo in pagina) che tocca i 20 milioni di ricavi (+11%). Al sesto posto il mondo di Cioccolatitaliani che vede crescere il giro d'affari di un quinto a 18 milioni. Le altre insegne premium sono "Da Giacomo", VyTA Santa Margherita, brand di Retail Food (controllata da Retail Group di proprietà di Nicolò Marzotto), il concept Panini Durini per finire con la new entry Pandenus, l'insegna di bistrot che nel segmento fa registrare la migliore performance di crescita: +28% e 9 milioni di ricavi. Oltre al food Pandenus si offre per il momento in un paio di locazioni a Milano anche la formula della locanda. Si tratta di mini boutique hotel con pochissime camere: una via indovinata per entrare nel segmento dell'ospitalità caratterizzando l'offerta a misura di turista che visita la metropoli.

Buona parte delle insegne è inoltre attiva all'estero: spesso in Europa ma non manca chi si pro-

ietta fino in Giappone come per esempio Spontini.

Corsa all'estero

Lo Stivale sembra andare sempre più stretto alle catene dalla moderna ristorazione che sempre più si proiettano all'estero. È il caso di Fratelli la Bufala, marchio di proprietà di A Cento spa a cui fanno capo altri marchi di proprietà (Mamma Oliva, Vulkan e Mo Café) che nel 2018 ha registrato complessivamente 65 milioni di ricavi. Fratelli la Bufala per il biennio 2019-2020 punta su nuove aperture e il restyling dei locali. «L'internazionalizzazione è nel nostro focus e siamo partiti con il rafforzamento della presenza nelle capitali europee e nel Medio Oriente - premette Giovanni Galbiati, Ceo della società - Abbiamo appena acquistato il locale di Dubai collocato nel "The Beach" Mall di Jumeira Beach Residence che si sviluppa su una superficie di 900 metri quadrati con 300 posti a sedere che gestiamo direttamente anche per presidiare questa capitale strategica in cui si svolgerà l'Expo 2020 e ci sono molti altri mercati interessanti. Entro il secondo semestre apriremo un nuovo flagship store a Berlino e a La Coruna, mentre in autunno sarà la volta di Londra, con la ristrutturazione dell'attuale ristorante, che diventerà un flagship store Lab».

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONTRAFFAZIONE ALIMENTARE

La Corte Ue tutela Dop e Igp anche dai disegni evocativi

Questa volta l'ha avuta vinta il paesaggio spagnolo della Mancia. Ma potevano esserci le colline del Prosecco o l'accostamento truffaldino a un personaggio storico.

La Corte Ue scende nuovamente in campo contro i "falsi" nel settore agroalimentare.

Secondo il diritto europeo, l'uso di segni figurativi, anche paesaggistici, che fanno riferimento all'origine di un prodotto alimentare Dop possono infatti costituire una illegale evocazione del marchio.

Lo ha stabilito la Corte europea di giustizia (sentenza C-614/2017) intervenendo sul ricorso presentato dai produttori del Queso Manchego Dop contro una società spagnola che commercializza formaggi non Dop con etichette che raffigurano un cavaliere somigliante a Don Chisciotte della Mancia su un cavallo magro e paesaggi con mulini a vento e pecore, molto simile al marchio della Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego, incaricata della gestione e della protezione della Dop in questione.

La Corte considera che questi segni possono co-

stituire l'evocazione di una denominazione registrata, ma starà al giudice nazionale decidere nel merito e cioè se gli elementi considerati evocano nella mente dei consumatori spagnoli l'immagine di una denominazione registrata.

«La tutela dei prodotti di qualità ad Indicazione Geografica, che sono la nostra eredità culturale e una grande risorsa economica da custodire e valorizzare, esce ancora più rafforzata dalla sentenza espressa oggi dai giudici europei contro i "falsi" nel settore agroalimentare - «porta acqua al mulino del Parlamento europeo che da sempre si batte affinché le Indicazioni Geografiche siano considerate non solo per le loro qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche per la loro capacità di cristallizzare nella memoria e nella cultura, la storia, i simboli, le arti e la letteratura».

La sentenza - ha concluso l'europarlamentare - «porta acqua al mulino del Parlamento europeo che da sempre si batte affinché le Indicazioni Geografiche siano considerate non solo per le loro qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche per la loro capacità di cristallizzare nella memoria e nella cultura, la storia, i simboli, le arti e la letteratura».

—Laura Cavestri



La sentenza. Più tutele contro l'Italian sounding

© RIPRODUZIONE RISERVATA