

19 dicembre 2013

## **Granarolo apre a Londra, partnership da 20 milioni di euro per i formaggi made in Italy**

di Ilaria Vesentini

Granarolo punta la sua prima bandiera oltremarina e scommette su 20 milioni di fatturato dalla vendita di formaggi made in Italy a inglesi e irlandesi. È stata annunciata oggi la nascita di Granarolo Uk, controllata al 51% dal colosso cooperativo agroindustriale di Bologna (tramite Granarolo International) in partnership con F.lli Bosco Ltd., storico e affermato distributore nel mercato britannico di agroalimentare italiano di qualità.

"Un'operazione che stavamo studiando da mesi nel solco del piano di internazionalizzazione avviato nel 2012 e che ci deve portare al traguardo del miliardo e mezzo di fatturato a fine 2016", afferma Gianpiero Calzolari, presidente del gruppo Granarolo, primo operatore italiano della filiera lattiero-casearia, 1.000 allevatori associati, più di 2mila dipendenti, 923 milioni di fatturato 2012. "Quest'anno chiuderemo attorno al miliardo e avremo fatto anche di più se non avessimo scontato, come tutto il comparto, la debolezza della domanda interna", anticipa il presidente, confermando la bontà della precedente corposa operazione oltrefrontiera, l'acquisizione della francese Cif Codipal formalizzata lo scorso marzo, che ha permesso al big cooperativo di portare la quota export dal 6 al 16% nel giro di pochi mesi, compensando la stagnazione delle vendite in Italia. Il mercato britannico era finora marginale per il business Granarolo, 6,4 milioni di export tra Regno Unito e Irlanda. Con la nuova società inglese il gruppo ambisce a conquistare una fetta importante dei 117 milioni di euro, valore attuale dell'import di formaggi italiani da parte delle due isole atlantiche. Si prevede che, a regime, le attività che fanno capo Granarolo Uk possano generare un fatturato annuo per la casamadre di oltre 20 milioni di euro, in un mercato come la Gran Bretagna che è il secondo in Europa per i formaggi italiani a pasta molle e il terzo per quelli a pasta dura (grana padano e parmigiano reggiano). La partnership con F.lli Bosco garantisce da subito una rete distributiva consolidata e un'esperienza specifica nel B2B (Gdo, Horeca e food manufacturing), cui si aggiungerà una piattaforma distributiva dedicata al segmento retail da valorizzare attraverso nuovi investimenti. Non parla di cifre Calzolari, ma conferma che il percorso di internazionalizzazione è solo a metà del cammino e che l'obiettivo di crescere all'estero per tutelare base occupazionale e lavoratori porta ora lo sguardo anche al di fuori dei confini europei, verso mercati interessanti per formaggi stagionati e Dop come la Cina, la Russia, la Turchia e il Nord Africa.

19 dicembre 2013

---

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati