

# e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



## *Le spezie che danno sapore ai mercati internazionali*

*Drogheria & Alimentari S.p.A.*

pagina 3

### **Editoriale**

*Come prepararsi  
all'ingresso di un  
fondo di Private  
Equity in azienda*

pagina 2

### **Notizie**

*News dalle imprese*

pagina 5

### **Prossimi appuntamenti**

*Convegni, conferenze  
e seminari nel mese  
di Febbraio 2015*

Pagina 6

## REDAZIONE


Via Masaccio, 191  
50132 Firenze  
Tel. 055 5535405  
Fax. 055 4089908  
info@kon.eu

I dati relativi ai destinatari della Newsletter vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per nessun motivo. Resta ferma la possibilità per l'interessato di esercitare i diritti di cui all'articolo 13 della legge 675/96.



 @kongroup

 linkedin.com/company/kon-spa

 www.kon.eu  
www.lamerchant.it



## Editoriale\_

Come prepararsi all'ingresso di un fondo di Private Equity in azienda\_

Di Vincenzo Ferragina\_

In un contesto economico sempre più diverso da pochi anni fa, l'imprenditore italiano si trova ad affrontare alcune sfide che sono di vitale importanza per la competitività e la sopravvivenza nel medio-lungo termine della sua impresa.

I mercati sono certamente più competitivi (ciò vuol dire investimenti in innovazione per agire sul lato della differenziazione, della produttività e del costing), più ampi (ovvero con dei confini geografici poco definiti sia in termini di opportunità di vendita, che in termini di diventare facile preda), più veloci (sia in termini di nuove iniziative, che per la possibilità di dematerializzare il flusso informativo dal ciclo fisico favorendo fenomeni di delocalizzazione).

Questo contesto per essere affrontato con successo richiede spesso un irrobustimento delle tradizionali leve e strumenti manageriali oltre ad un supporto finanziario alla crescita. In particolare su quest'ultimo punto oggi più che mai la possibilità di identificare finanza che, a titolo di equity, possa supportare la crescita è diffusa e concreta. I mercati finanziari che prima hanno potuto "far sostenere" i capitali nei rendimenti alti dei titoli di stato ed obbligazioni corporate oggi non hanno più questo paracadute ed hanno grande interesse a cercare nuove frontiere verso iniziative imprenditoriali che rimettono il lavoro e la capacità di fare impresa al centro in modo tale da avere rendimenti interessanti soprattutto dovuti all'apprezzamento del valore dell'impresa nel tempo.

Ma dall'altra parte come può prepararsi un'impresa a dialogare ed accogliere un fondo di Private Equity?

Certamente in questo breve editoriale non abbiamo la pretesa di essere esaustivi ma l'idea è di fornire dei piccoli spunti di riflessione.

**Si potrebbero identificare almeno 4 aspetti di primo impatto su cui l'imprenditore che dice "...ho una buona idea, se avessi più capitale potrei crescere..." dovrebbe iniziare a riflettere** per trovarsi preparato quando deciderà di aprirsi all'ingresso di un fondo:

la governance, la strategia, l'organizzazione e gli strumenti. Proviamo a declinarli brevemente.

La **governance**: significa iniziare a dotare l'impresa di organi sociali di governo e controllo che, seppur in ambito "familiare", portino la società a formalizzare in modo sempre più chiaro e trasparente, anche aprendo la partecipazione a terzi soggetti non familiari, le decisioni di breve e medio termine.

La **strategia**: significa dotarsi, per se stessi, per la propria organizzazione, per aiutare il passaggio generazionale, di un piano formalizzato, aggiornabile periodicamente ed ogni volta che c'è necessità, che sintetizzi le linee guida competitive dell'impresa e soprattutto traduca le stesse in azioni ed impatti economico-finanziari. I "numeri" consentono di rendere concrete e palpabili intuizioni strategiche e idee.

L'**organizzazione**: significa fare in modo che l'impresa possa essere un insieme armonico e accordato di persone "tutte importanti ma nessuna indispensabile" che, coordinate in funzione della strategia possano, con le loro azioni quotidiane portare l'impresa a raggiungere gli obiettivi prefissati e rendere l'organizzazione forte anche se lungo il percorso si verificano imprevisti o cambiamenti necessari di rotta.

Gli **strumenti**: significa dotarsi di strumenti che possano consentire di monitorare in modo immediato, sia in termini di alto livello che di dettaglio, le performance dell'organizzazione con attenzione ai risultati strategici, ai risultati economici e finanziari, alle performance sui processi ed infine ad uno dei pilastri fondamentali senza i quali non vivono le imprese, la crescita del capitale umano che ogni giorno è la linfa costante di ogni attività.

Un fondo di Private Equity che decide di supportare un'impresa in un progetto di crescita guarda sì all'intuito dell'imprenditore, guarda sì alla sua energia, ma guarda anche, e con molta attenzione, al fatto che l'impresa sia dotata di un minimo di strumenti manageriali che guidano e monitorano l'andamento.

**Drogheria & Alimentari S.p.A.\_**

**Le spezie che danno sapore ai mercati internazionali\_**

**Di Francesco Ferragina\_**



Firenze, in pieno Rinascimento, brilla nel campo delle Arti, delle attività bancarie e commerciali, dove le spezie furono considerate tra le "mercanzie" più importanti.

Alcuni secoli dopo, precisamente nel 1880, in Via degli Speziali iniziò la propria attività la Drogheria & Alimentari Spa con l'apertura della "Bottega delle Spezie".



In pochi anni, attraverso una dettagliata conoscenza delle spezie e delle erbe, passò dal commercio al dettaglio all'importazione diretta delle materie prime, alla lavorazione e al confezionamento in proprio per la distribuzione su tutto il territorio nazionale.

Da quella data, la crescita è stata in costante aumento, fino a raggiungere la posizione di market leader in Italia nel settore delle spezie, erbe e dry seasonings.

Lo sviluppo della distribuzione moderna ha portato "Drogheria e Alimentari" a soddisfare le esigenze più ricercate del consumatore: in questa ottica è stata sviluppata una importante attività di marketing, orientata alla valorizzazione del packaging sia sotto l'aspetto funzionale che emozionale, alla garanzia delle qualità organolettiche, alla divulgazione della conoscenza dei prodotti e delle loro proprietà.

L'azienda si è costantemente sviluppata nel tempo anche grazie ad una efficace azione di diversificazione in mercati limitrofi come i prodotti per dolci ed i prodotti per l'industria alimentare. Il nuovo stabilimento di Scarperia e San Piero a Sieve (Firenze) occupa una superficie totale di 34.000 mq di cui 12.000 coperti ed è tra i più grandi ed attrezzati di Europa per il condizionamento e confezionamento di spezie ed erbe aromatiche.

**“ Drogheria & Alimentari è market leader nel settore delle spezie, erbe e dry seasonings ”**

Nel 1987 la famiglia Carapelli-Barbagli (già proprietaria di "Carapelli", azienda leader nella commercializzazione di olio d'oliva extra vergine) prese il controllo della società, cambiando la ragione sociale nell'attuale "Drogheria & Alimentari".



FOCUS

Nel 2014 Drogheria & Alimentari ha registrato ricavi netti per circa 60 milioni di Euro in crescita del 13% rispetto al 2013. L'Ebitda incide per circa il 14% sui ricavi e il risultato netto è stato positivo.

Le spezie rappresentano il core business di questa azienda (alcune centinaia di varietà diverse), che nel corso dei decenni, attraverso continui investimenti in Ricerca e Sviluppo, ha saputo ampliare il proprio mercato, lanciandosi in nuovi campi (come quello degli insaporitori e dell'ingredientistica per l'industria alimentare). La divisione retail comprende 16 linee di produzione ad alto livello di automazione, con una capacità produttiva che supera i 100 milioni di pezzi all'anno e realizza il 98% delle spezie a marchio per la grande distribuzione.

Drogheria & Alimentari ha registrato tassi di crescita costanti nel tempo anche grazie alla qualità, sicurezza e specializzazione del servizio offerto.

Un punto di forza è sicuramente il moderno laboratorio di analisi che svolge una funzione primaria all'interno del controllo qualità, a garanzia che tutti i prodotti corrispondano agli standard di sicurezza alimentare.

Nel 2014 ha ottenuto la certificazione di ELITE, il progetto di Borsa Italiana di assistenza alle imprese ad alto potenziale per avviarle alla quotazione in Borsa.



Nel 2014 D&A ha ottenuto la certificazione di ELITE, il programma di Borsa Italiana per la quotazione delle PMI

## News dalle imprese

### ADL, boom sulla scia di Apple\_

**American Data Line** – L'azienda che si occupa di distribuzione per gli Apple Store e per i rivenditori autorizzati ha visto lievitare il proprio fatturato da 6 a 50 milioni in dieci anni. Il fondatore è Guido Borso, presidente e ad di ADL, sede a Quinto di Treviso, specializzata sin dalla sua nascita (1989) nella commercializzazione di accessori e periferiche per il mercato Apple.

Da poco Adl ha iniziato anche a occuparsi di produzione di accessori con il marchio Aiino, che finiscono sugli scaffali di catene come Mediaworld, Unieuro, Euronics. Ma il core business rimane quello di rifornire i negozi della mela. Quando il marchio di Steve Jobs è passato da «Cinderella a princess», come dice Borso, gli affari del distributore trevigiano sono letteralmente esplosi: il fatturato al 30 giugno 2013 faceva segnare 45,4 milioni di euro, il bilancio chiuso alla stessa data di quest'anno è arrivato a sfiorare i 50 milioni (49,98).

American Data Line è fornitore ufficiale di Apple dal 2003. «È stata la nostra fortuna, ma anche bravura, crederci prima del boom partito con gli iPod ed esploso con gli iPhone», dice Borso, «Oggi siamo uno dei cinque fornitori ufficiali in Europa».

**ADL**  
AMERICAN DATALINE



• Fonte: di Fabio Poloni, La Tribuna di Treviso, 13 Dicembre 2014

### Firenze Fiera - 200 Access Point per WIFI da 60.000 utenti\_

**Firenze Fiera** – Firenze Fiera ha ultimato il grande progetto di copertura globale dell'intero polo fieristico – congressuale con la rete WIFI. Il sistema adottato è di ultimissima generazione ed è stato sperimentato per la prima volta con successo ad importanti eventi oltre che alla 79° edizione di Pitti Uomo (13-16 gennaio 2015).



«Siamo molto soddisfatti - il commento di Luca Bagnoli, Presidente di Firenze Fiera. «La dotazione attuale del sistema - prosegue Bagnoli - è di circa 200 Access Point distribuite su tutto il quartiere. Ne consegue che la capacità totale va da 30.000 a 60.000 utenze contemporaneamente connesse. Ad esempio, durante il Congresso ICT il sistema ha erogato connettività flat contemporanea per circa 6.000 utenze univoche, riuscendo a garantire il servizio anche in situazioni di picco di quasi 1.000 utenze in una stessa sala congressuale».

• Fonte: Redazione Nove di Firenze, 22 Gennaio 2015.

### Estra promossa da Cerved Rating Agency a rating A3.1\_

**Estra** – Cerved Rating Agency ha assegnato il rating A3.1 a E.S.TRA S.p.A, con probabilità di insolvenza a 12 mesi pari allo 0,59%, migliorando la sua classe di merito dalla precedente B1.1. Il rating emesso è strutturato sull'analisi di molteplici elementi chiave, tra i quali i tratti storici e distintivi dell'azienda, la crescita ed il consolidamento che ha interessato Estra e il Gruppo di aziende di cui è holding, i fondamenti alla base del successo e del costante rafforzamento del marchio, i vantaggi competitivi determinati dalla capacità di innovazione tecnologica, la qualità e l'affidabilità dei suoi servizi. La crescita del gruppo nei prossimi anni si orienterà verso nuovi business, nell'ampliamento del portafoglio clienti e delle partnership. Gli obiettivi di sviluppo e di efficiency sono perseguiti attraverso una maggiore accountability a tutti i livelli aziendali. Le prospettive di sviluppo appaiono adeguatamente sostenute da nuove sinergie di gruppo, dal sostegno della proprietà e da una situazione finanziaria e patrimoniale che ritrova equilibrio dopo gli investimenti effettuati. Estra è un'azienda con fondamentali solidi, connotata da una buona capacità di far fronte agli impegni finanziari.



• Fonte: [www.gonews.it](http://www.gonews.it), 13 Gennaio 2015.

## Prossimi appuntamenti

### 6° Forum annuale Bilancio delle società Italiane



10 Febbraio 2015, ore 09:00 – Credito Valtellinese, Via Feltre, 75, Milano.

#### 6° FORUM ANNUALE BILANCIO DELLE SOCIETÀ ITALIANE

Patrocinato da AIAF e Assirevi, il 10 Febbraio si terrà presso la sede del Gruppo Bancario Credito Valtellinese il 6° Forum Annuale Bilancio delle Società.

Quest'anno, con la partecipazione di importanti relatori e testimonial di rilevanza nazionale, il forum si focalizzerà ancora di più sulle importanti novità che hanno riguardato i principi contabili nazionali.

### Food Report - Trend e strategie nel settore Food & Beverages in Italia

19 Febbraio 2015, ore 17:15 – Crowne Plaza Padova, Via del Santo 239, Limena (Padova).

#### FOOD REPORT – TREND E STRATEGIE NEL SETTORE FOOD & BEVERAGES IN ITALIA

Il Dipartimento Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Padova e PwC hanno condotto un'analisi sulle performance e sui principali trend economico-finanziari delle aziende operanti nel settore food and beverages italiane.

Il giorno 19 Febbraio 2015 presenteranno i risultati nell'ambito del Convegno "Food Report. Trend e strategie nel settore Food and Beverages in Italia".

Tra i relatori saranno presenti esponenti del mondo accademico, di PwC e del mondo imprenditoriale.

Il convegno sarà moderato da Roberto Lotti, giornalista de Il Sole 24 Ore.



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA**

### Presentazione primo Report Italiano sui Mini-Bond



25 Febbraio 2015 – Campus Bovisa del Politecnico di Milano.

#### PRESENTAZIONE PRIMO REPORT ITALIANO SUI MINI-BOND

L'Osservatorio sui Mini-Bond è stato istituito nel 2014 presso la School of Management del Politecnico di Milano con l'obiettivo di analizzare e interpretare in modo esaustivo le dinamiche competitive della filiera dei mini-bond in Italia e in particolare:

- le caratteristiche delle emissioni fatte sul mercato;
- le potenzialità del mercato e gli attori di riferimento (imprese, intermediari finanziari, fondi di investimento);
- il quadro istituzionale e normativo di riferimento ed il suo impatto sulla competitività del sistema delle PMI italiane;
- le scelte di investimento e di finanziamento delle imprese emittenti.