

Economia & Imprese

L'Amaro del Capo conquista lo storico Petrus Boonekamp

ALIMENTARE

Il gruppo calabrese Caffo rileva da Diageo l'olandese Wed. A.P. Boonekamp

Sebastiano Caffo: puntiamo a 100 milioni di fatturato fra crescita e acquisizioni

Nino Amadore

È conosciuto come il padre degli amari e ricordato per quella pubblicità un po' perentoria dell'«Amarissimo che fa benissimo». Erano gli anni Settanta e, nello spot in bianco e nero che andava in onda su Carosello: una mano in armatura, appoggiava la bottiglia su un tavolo, sottolineando la sua forza e il suo carattere. Da qualche giorno quell'amaro olandese, il Petrus Boonekamp, è stato acquistato dal calabrese Gruppo Caffo 1915 che ha rilevato la Wed. A.P. Boonekamp B.V. di Amsterdam dalla multinazionale Diageo. «Quando ero molto giovane, l'amaro Petrus era un punto di riferimento in quanto all'apice del suo successo in Italia - racconta il presidente del Gruppo calabrese Giuseppe Caffo -. Un successo così clamoroso che per lanciare Vecchio Amaro del Capo avevo inventato una sorta di pubblicità "comparativa" che iniziava proprio, con "Non è olandese...". Certamente, a quei tempi, mai avrei immaginato che un giorno sarei entrato a far parte del nostro gruppo aziendale».

E si tratta della seconda acquisizione di un grande marchio (la precedente era stata quella di Borsci) per Gruppo Caffo 1915, noto soprattutto per la produzione del Vecchio Amaro del Capo, con sede a Limbadi in provincia di Vibo Valentia, leader in Italia con il 32% di quota nella vendita di amaro, un fatturato l'anno scorso di 80 milioni. Dopo essere stato gestito dalla famiglia olandese dei Boonekamp, l'amaro Petrus nell'ultimo secolo, ha cambiato diverse proprietà: in Italia era stato lanciato dalla Gio. Buton azienda storica bolognese del settore alcolici; era poi

passato, per un periodo, al Gruppo Cinzano che è stato successivamente acquistato con tutti i suoi marchi, Petrus compreso, dall'inglese Guinness prima che quest'ultima confluisse nella multinazionale Diageo.

«Questa acquisizione è parte di un più ampio progetto di crescita per linee esterne, diversificazione e di internazionalizzazione del gruppo - dice Sebastiano Caffo vicepresidente e Ad del Gruppo Caffo 1915 -. Petrus Boonekamp è il più antico tra gli amari in commercio (dal 1777), sicuramente il padre di tutti gli amari. Essendo noi leader in Italia nella categoria, abbiamo intuito subito le potenzialità di questo prodotto apprezzato dai consumatori che scelgono i cosiddetti amarissimi e che non è quindi in concorrenza diretta con Vecchio Amaro del Capo, il nostro brand principale. Petrus appartiene ad una categoria di amari (cosiddetta magenbitter) graditi in Germania ed in generale in tutto il nord Europa».

Il piano di rilancio di Petrus prevede la riorganizzazione e il potenziamento della presenza dell'amaro all'estero, partendo dai mercati più interessanti come il Nord Europa e in particolare l'Olanda e Paesi vicini come il Belgio, Lussemburgo e Germania «storicamente interessati al consumo di questa tipologia di amari» spiegano dall'azienda.

In pratica un altro tassello fondamentale nel percorso di crescita dell'azienda calabrese, già molto presente all'estero con il Vecchio Amaro del Capo: «Quest'anno - spiega ancora Sebastiano Caffo - puntiamo a raggiungere i 100 milioni di fatturato tra crescita organica e acquisizioni. L'acquisto di Petrus ci consentirà in particolare di conquistare mercati nel Nord Europa. Per quanto riguarda l'Italia il nostro obiettivo nel 2020 è di arrivare ad avere una quota del 35% nel settore degli amari». Nella trattativa per l'acquisto di Petrus Boonekamp il Gruppo Caffo è stato assistito dal Gruppo Equita: i dettagli dell'operazione non sono stati resi noti alla luce dell'accordo di riservatezza firmato con la multinazionale Diageo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dall'Amaro del Capo all'amarissimo. Fra i prodotti del gruppo calabrese Caffo

LE INIZIATIVE DELLE AZIENDE

Nestlé, bonus 500 euro e niente cassa

Cinquecento euro in più a chi continua a lavorare in fabbrica e retribuzione piena anche a chi ha dovuto sospendere o ridurre la propria attività, senza attingere alla cassa integrazione. Vale 5 milioni di euro il piano per l'emergenza coronavirus in Italia della Nestlé, di cui oltre 3 milioni destinati ai 4.300 dipendenti della multinazionale nel nostro Paese. Oltre ai benefici economici diretti, Nestlé ha investito nella sicurezza e ha attivato una

copertura sanitaria assicurativa gratuita, un servizio di supporto medico diretto e uno sportello di supporto psicologico. Il resto dell'impegno invece è diretto al territorio: «Abbiamo deciso di supportare sin da subito le comunità locali, distribuendo prodotti alimentari, bevande e sostegni economici alle strutture sanitarie di base», ha ricordato Marco Travaglia, presidente e ad di Nestlé Italia e Malta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il turismo conta perdite per 120 miliardi nel 2020

SERVIZI

Da Confturismo e Astoi le richieste di interventi a sostegno degli operatori

Enrico Netti

Il 2020 sarà l'anno più cupo per l'industria turistica italiana che nei prossimi mesi perderà 120 miliardi di ricavi sui quasi 200 miliardi che in totale il settore genera direttamente oltre a trainare altri comparti. «Abbiamo ipotizzato una flessione del fatturato del 70% che nello scenario peggiore può arrivare all'80% e in questi calcoli non abbiamo considerato l'indotto - spiega Luca Patané, presidente di Confturismo-Concommercio -. Sarebbe un imperdonabile errore se il Governo non tenesse il turismo al centro delle strategie per il rilancio dell'economia italiana al termine della pandemia». Da non dimenticare che il comparto conta quasi un milione di posti di lavoro a rischio (si veda il Sole 24 Ore del 29 marzo 2020).

Preoccupazioni condivise da Astoi Confindustria Viaggi che rappresenta il 90% del tour operating in Italia e Fto a cui aderisce il mondo della distribuzione turistica con network e agenzie indipendenti e altri segmenti del settore che ieri hanno lanciato l'appello #Ripartiamodall'Italia. Più che un appello è un urlo di sofferenza lanciato alle istituzioni.

Per il momento la conta dei danni al comparto turistico vede la perdita di oltre 30 milioni di ospiti da marzo a maggio, pari a 90 milioni di giorni di presenza in meno. Un danno non solo alle strutture ricettive ma anche a negozi, bar e ristoranti, treni e aerei, musei e shopping center. Pensando all'estate Patané prevede una ripartenza molto lenta. «Rimarrà la paura di viaggiare, arri-

veranno pochissimi turisti stranieri e la mobilità sarà azzerata - spiega -. Insomma sarà una estate a scartamento ridotto e il Mezzogiorno rischia di soffrire per la mancanza di collegamenti soprattutto aerei. In settembre-ottobre andremo verso una lieve ripresa delle attività business con viaggi di lavoro e turismo congressuale. Nell'ultimo trimestre si potrebbe arrivare a una discreta ripresa se ci sarà il ritorno alla normalità con un aumento della fiducia e della disponibilità economica delle famiglie». Una roadmap che prevede un progressivo calo dei contagi nel mondo con il termine della pandemia e soprattutto se non ci saranno nuovi focolai del virus cinese. Insomma il turismo rialzerà forse la testa in quella che sarà la fase 3 della ripartenza dell'economia. A mancare sono le date su cui nessuno può avere certezze. Per questo l'obietti-

vo diventa assicurare la mera sopravvivenza delle attività turistiche.

«La prima misura che chiediamo al Governo è un diretto sostegno degli operatori con un finanziamento che per una parte, ad esempio per il 30%, a fondo perduto mentre la parte restante sarà da restituire nell'arco di un decennio. Questo finanziamento sarà da calcolare su un quarto del fatturato 2019 - spiega il presidente di Confturismo -. Solo così si aiuteranno a resistere tutte le aziende della filiera». Una iniezione di liquidità che aiuterà le imprese a difendersi anche dalle incursioni dei raiders esteri che potrebbero cancellare le specificità dell'offerta turistica nazionale, un'altra preoccupazione di Patané.

Per quanto riguarda il ricorso ai voucher turistici del Governo per incentivare la voglia di andare in vacanza degli italiani, un terzo delle famiglie ha dichiarato che quest'anno non farà vacanze, il presidente si dice contrario. «Avranno un effetto debole e strutture ricettive e della filiera che potrebbero non accettarli per timore delle complicazioni burocratiche - avverte Patané che suggerisce -. Bisognerebbe permettere di portare a deduzione dell'imponibile le ricevute fiscali di quanto speso sia quest'anno che nel 2021 perché la ripartenza sarà molto lenta. Questa operazione avrà inoltre il vantaggio per l'Erario, di fare emergere il nero».

Da parte sua Pier Ezhaya, consigliere delegato Astoi, conferma che l'estate 2020 è compromessa e chiede «qualsiasi intervento del Governo che metta in sicurezza le nostre imprese la cui sopravvivenza è sempre più a rischio. Una misura potrebbe essere i voucher. Servirebbero dei buoni da 300-400 euro a persona per fare rimettere in circolo la domanda, per fare ritornare la voglia di viaggiare».

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

120 miliardi

Perdita di ricavi

Il 2020 sarà l'anno più cupo per l'industria turistica italiana che nei prossimi mesi perderà 120 miliardi di ricavi sui quasi 200 miliardi che in totale il settore genera direttamente oltre a trainare altri comparti

30 milioni

Calo presenze marzo-maggio

Per il momento la conta dei danni al comparto turistico vede la perdita di oltre 30 milioni di ospiti da marzo a maggio, pari a 90 milioni di giorni di permanenza in meno che impattano sulle strutture ricettive ma anche nei negozi, bar e ristoranti, treni e aerei, musei e shopping center

DAI MATRIMONI AI MEETING AZIENDALI

Nel settore eventi danni previsti per 26 miliardi

Federturismo-Assoeventi: contributo a fondo perduto per chi ha perso il 50%

Andrea Marini

ROMA

«La perdita stimata per il business degli eventi, essendo annullati in anticipo quasi tutti gli appuntamenti del 2020, è di circa 26 miliardi di euro, di cui il settore del wedding (l'organizzazione dei matrimoni, ndr) subisce un calo secco dei ricavi del 100 per cento». Delle 43 mila aziende del comparto (che danno lavoro a 900 mila addetti, esclusi quelli assunti nei momenti di punta) circa la metà potrebbe essere «totalmente eliminata» tra 3-5 mesi se il governo non interviene. A delineare lo scenario da crisi del Covid-19 per il business degli eventi (dai matrimoni nazionali e internazionali, alla moda, passando per i meeting aziendali pubblici e privati, gli eventi formativi, sportivi e musicali) è Michele Boccardi, presidente di Assoeventi, l'associazione di Confindustria del settore.

Il calo dei ricavi potrebbe assestarsi attorno all'80%, se è vero che il settore è arrivato a fatturare 33 miliardi l'anno, di cui 10 solo nel comparto wedding. «Grazie all'appel esercitato dal made in Italy - spiega Boccardi - il business degli eventi (dai matrimoni nazionali e internazionali, alla moda, passando per i meeting aziendali pubblici e privati, gli eventi formativi, sportivi e musicali) è Michele Boccardi, presidente di Assoeventi, l'associazione di Confindustria del settore.

curato solo dal 4,5% dei matrimoni esteri realizzati in Italia». Un indotto non trascurabile nel Sud, che, su 219.405 matrimoni realizzati in Italia nel 2019, ha raggiunto quota 83.229, contro i 82.846 del Nord e i 53.330 del Centro.

«Ma adesso - prosegue il presidente di Assoeventi - il fatturato derivato dai matrimoni esteri in Italia è totalmente annullato, mentre per quelli italiani è diviso tra rinvii al prossimo biennio 2021-2022 e annullamenti causa cassa integrazione degli sposi».

E se tutto il comparto del turi-

UNINDUSTRIA LAZIO

Fiori: tassa di soggiorno resti agli hotel

«Di fronte ad una situazione eccezionale bisogna intervenire con misure altrettanto eccezionali per dare immediatamente un aiuto concreto al settore. Chiediamo alla Sindaca Virginia Raggi di annullare il versamento degli importi del Contributo di Soggiorno maturati nei primi tre mesi del 2020 da parte delle strutture alberghiere, in modo tale che gli stessi importi rimangano a totale disposizione degli alberghi. Questa deve essere una misura una tantum». A dirlo Stefano Fiori presidente della sezione Industria del Turismo e del Tempo libero di Unindustria Lazio. «La proposta è sicuramente di rilievo, interessante e anche perorabile. Sarà mia cura rappresentarla alla sindaca Raggi», ha commentato l'assessore capitolino allo Sviluppo economico Carlo Cafarotti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

EMERGENZA LAVORO NEI CAMPI

Stagionali, arriva la piattaforma Agrijob

Sul modello francese, Confagricoltura lancia il portale per il recruiting

Micaela Cappellini

Sui voucher il governo non ha ancora preso una decisione? I corridoi verdi per i lavoratori europei sono solo sulla carta? I campi non possono più aspettare. Così, Confagricoltura si è chiesta se c'era qualcosa che potesse fare concretamente per aiutare le proprie imprese agricole. E ha lanciato Agrijob: il portale per incrociare chi cerca manodopera urgente per i campi con chi invece cerca un lavoro.

«Questa del portale era un'idea che avevamo nel cassetto da un po' di tempo e alla quale stavamo già lavorando - racconta il presidente Massimiliano Giansanti - l'emergenza ci ha solo spinto ad accelerare il progetto». Nelle ultime due settimane, alla piattaforma di Confagricoltura sono già arrivate un migliaio di richieste di lavoro, da Siracusa a Trento. Il desk le smista, girandole all'unione degli agricoltori della regione competente. Poi saranno i singoli imprenditori agricoli a mettersi d'accordo con i lavoratori.

Il modello è quello già adottato in Francia e lanciato dalla Fnsea, l'associazione che riunisce gli agricoltori del Paese e che sul portale Desbrassourtonassiette.wizi.farm ha già raccolto migliaia di adesioni. Con una differenza sostanziale, rispetto all'Italia: che il governo di Parigi ha subito fatto su un'iniziativa e ha autorizzato gli imprenditori agricoli a contrattualizzare sia i francesi che si trovano in cassa integrazione, sia i lavoratori autonomi ai quali lo Stato ha concesso un'indennità una tantum

di 1.500 euro. In Italia, invece, uno dei problemi è proprio l'incertezza contrattuale: una volta trovati i lavoratori disoccupati - o gli inoccupati percettori del reddito di cittadinanza - disposti a venire in campagna, come li si contrattualizza?

Sui voucher il dibattito è aperto e i sindacati si dicono fermamente contrari ad estendere questa modalità ben oltre i numeri per i quali è stata prevista dal contratto collettivo nazionale. «Resto dell'idea - sostiene il presidente Giansanti - che dobbiamo trovare in fretta strumenti di semplificazione nell'ambito del contratto nazionale, il quale già prevede sia i voucher che le assunzioni temporanee. Di tempo ormai ne resta poco: la raccolta delle fragole e quella degli asparagi è già cominciata, e subito dopo sarà la volta dei trapianti di pomodori. Poi si aprirà la semina, quindi i raccolti, fino alla campagna delle olive che a ottobre chiude la satagione. Si tratta di sei mesi in tutto, durante i quali nei campi si raggiungono picchi anche da un milione di lavoratori».

Per far fronte all'emergenza lavoro nei campi, proprio ieri si è svolto il primo incontro tra la ministra italiana dell'Agricoltura, Teresa Bellanova, e l'ambasciatore rumeno in Italia, George Bologan. L'obiettivo del nostro Paese è di raggiungere presto un'intesa per riaprire il flusso dei lavoratori stagionali rumeni - cioè la comunità di braccianti stranieri più rappresentata in Italia - che si è interrotto a causa dell'emergenza sanitaria.

Confagricoltura plaude all'iniziativa: «Questi lavoratori sono importanti perché sono anni che vengono nelle nostre campagne e non hanno alcun bisogno di formazione - sostiene Giansanti - ma bisogna fare in fretta. La Germania, per esempio, è



Agricoltura nell'emergenza. Aziende agricole a caccia di lavoratori stagionali

I NUMERI

250mila

Lavoratori stagionali

In Italia è cominciata la raccolta delle fragole degli asparagi, ma all'appello mancano con urgenza 250 mila lavoratori stagionali

80mila

Gli ingressi in Germania

Berlino ha già firmato accordi con Polonia, Bulgaria e Ucraina per 80 mila ingressi soltanto ad aprile e maggio

© RIPRODUZIONE RISERVATA