

25 luglio 2012

Il caso/1. Pasta Zara: crescita importante anche nei Bric

Il Giappone cerca made in Italy



■ L'export traina Pasta Zara. Il primo esportatore italiano di pasta ha chiuso il semestre con un aumento delle vendite del 13% a 102 milioni. E dopo un buon 2011 suggellato da ricavi per 187 milioni contro i 173 dell'anno prima.

«Siamo presenti in 97 Paesi - osserva Furio Bragagnolo, presidente di Pasta Zara - ed esportiamo il 92% della produzione: nostri clienti sono le principali catene mondiali di distribuzione, alle quali conferiamo pasta con il marchio del distributore». Le catene sono quelle "classiche" europee ma anche giapponesi, dove il prodotto riscuote crescente successo. E anzi gli spazi di mercato sono ancora ampi.

Complessivamente, da genna-

io a giugno 2012, Pasta Zara ha venduto 118.500 tonnellate di pasta, contro le 105 mila dei primi sei mesi del 2011. Quali sono i mercati più dinamici? «Registriamo - risponde l'imprenditore 50enne veneto - incrementi importanti in Brasile, dove la concorrenza con i pastifici locali è serrata. Poi in India, nell'Est europeo e in Iran». Pasta Zara ha tre stabilimenti: a Riese Pio X, nel Trevigiano, a Rovato nel Bresciano e quello di Muggia, alle porte di Trieste. La società ha stanziato una sessantina di milioni (compreso l'acquisizione del Pastificio Pagani) per il piano di

MARCHI DEL DISTRIBUTORE

Il presidente Bragagnolo: il 92% della produzione finisce sugli scaffali dei supermercati di 97 mercati diversi

sviluppo 2009/14 «alla fine del quale - aggiunge Bragagnolo - raddoppieremo la capacità produttiva a 400mila tonnellate. Ma nel piano aggiornato abbiamo già inserito nuovi magazzini a Muggia e la sistemazione dell'area produttiva a Rovato». Lo sforzo sugli investimenti e lo sviluppo accelerato hanno comportato anche un aumento dei debiti verso banche, oggi a un'ottantina di milioni. Pasta Zara è controllata per l'85,5% dalla famiglia Bragagnolo, tramite la finanziaria lussemburghese Ffauf, e per il 14,5% dalla finanziaria regionale Friulia. Fare il terzista in un prodotto commodity come la pasta comporta margini industriali risicati (il Mol è dell'8%) e grande efficienza. «Il controllo dei costi - conclude Bragagnolo - è ferreo. E non facciamo mai il passo più lungo della gamba».

E.Sc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA