



ASSOLOMBARDA
Confindustria Milano, Monza e Brianza, Lodi

il Cittadino
PUBBLICITÀ PER IL CITTADINO E IL COMMERCIO

Data: 06-07-2019

OSSAGO LODIGIANO Il colosso d'Oltralpe Savencia dallo scorso anno controlla il 49 per cento della storica azienda alimentare

Ferrari Formaggi si allea con il big francese per crescere sui mercati internazionali

■ Crescere all'estero attraverso alleanze industriali strategiche. È la strada scelta da un marchio lodigiano storico come Ferrari Formaggi di Ossago, che sta sbarcando sul mercato cinese grazie al partner francese, il colosso Savencia (ex Bongrain), che dall'anno scorso detiene il 49 per cento della società lodigiana, per il 51 per cento ancora nelle mani della famiglia Ferrari. Così, nell'annosa disputa politico-economica tra comprare ed essere comprati, più che mai vivace in ambito agro-alimentare, Ferrari Formaggi e Savencia dimostrano che una terza via è possibile.

L'alleanza tra Ferrari e Savencia (allora Bongrain) parte da lontano, con un primo accordo 10 anni fa, nel 2009, per la commercializ-

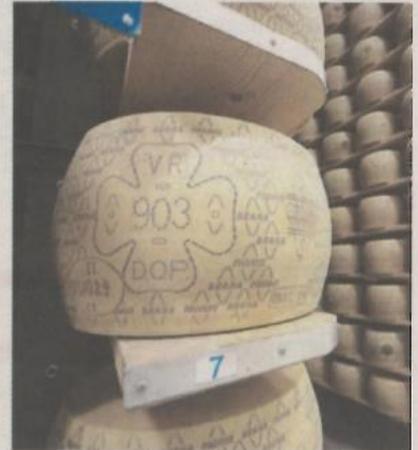
zazione in Italia dei marchi del colosso d'Oltralpe (soprattutto Camoscio d'Oro e Caprice des Dieux), e per quella parallela in Francia dei prodotti Ferrari. L'intesa è rimasta sostanzialmente quella, anche se nel tempo si è trasformata da un accordo solo commerciale a una partnership industriale a tutto tondo, con i francesi entrati nel capitale Ferrari, prima con il 27 per cento, poi saliti fino al 49 per cento l'anno scorso, e con i prodotti Ferrari veicolati su tutti i mercati mondiali in cui Savencia è presente. Da qui l'arrivo in Cina dei formaggi lodigiani attraverso Sinodis, società del gruppo francese per il mercato cinese. I primi ordini da Shanghai sono in arrivo proprio in questi giorni. Così l'export ha sempre una maggior forza sui conti

della società. Con un fatturato a 121,5 milioni di euro nel 2018, in leggera crescita sul 2017 (in controtendenza rispetto alle difficoltà del mercato), le esportazioni hanno fatto segnare una crescita dell'8,34 per cento (con un +13 per cento nei prodotti di più alto valore) salendo fino a 21 milioni di euro, una quota del 18 per cento dell'intero giro d'affari. Sono 15 i Paesi in cui Ferrari Formaggi esporta oggi, con la leadership nel mercato dei formaggi italiani duri in Germania, una quota del 10 per cento. Oggi gli occhi si spostano sul Belgio, nell'Unione europea, e su due mercati extra Ue di particolare interesse e potenzialità come Cile e India.

Senza dimenticare la strategia dedicata alla Francia, Paese dove



Il colosso lodigiano Ferrari punta con forza sull'export



già la presenza è importante. Parte proprio questo mese una lunga campagna pubblicitaria sugli schermi Tv d'Oltralpe incentrata sui formaggi a marchio Giovanni Ferrari, con un'immagine ripensata appositamente. L'obiettivo, ambizioso, è quello di triplicare i volu-

mi in Francia. E in generale, il target è quello del raddoppio dell'export complessivo, arrivando a 42 milioni di euro di valore tra il 2022 e il 2024. Una crescita possibile, anche grazie al partner francese. ■
A. B.