



Antonio
Ferraioni guida
«La Doria»,
leader campana
nel settore
agroalimentare



«Il nostro settore è anticiclico e più stabile rispetto ad altri. Conta molto diversificare l'offerta produttiva per incontrare la domanda del mercato»

Luciano Pignataro

Nel 2019 il Gruppo La Doria fattura 717,6 milioni di euro, opera con 6 siti produttivi e occupa 800 dipendenti a tempo indeterminato e circa 1000 stagionali. La Società sfonda il tetto di 1 miliardo e 400 mila pezzi prodotti ed esporta la sua produzione in tutto il mondo. L'82% del fatturato è generato sui mercati internazionali e deriva per il 96% da prodotti a marchio private labels. Oggi La Doria è il primo produttore europeo di legumi conservati, di pelati e polpa di pomodoro nel canale retail e tra i principali produttori italiani di succhi e bevande di frutta. La Società è anche il primo produttore in Europa di sughi pronti a marchio del distributore (private labels). Insomma, un bel cammino iniziato nel 1954, quando Diodato Ferraioni fonda ufficialmente l'azienda, gestita dal 1983 dai figli Antonio e Andrea coadiuvati dalle sorelle Rosa, Iolanda e Rosaria. Dallo sbarco in Borsa, prima azienda conserviera del Sud a farlo alle acquisizioni, al rinnovamento tecnologico, il cammino degli ultimi trent'anni è stato davvero esaltante. Ne parliamo con Antonio Ferraioni, presidente della società, eletto appena qualche giorno fa alla guida di Confindustria Salerno.

La Doria si conferma l'azienda più performante nell'agroalimentare campana, l'unica del settore ad essere nei primi dieci. Praticamente una conferma, quali sono i presupposti in un contesto italiano in difficoltà?

«Il settore agroalimentare è anticiclico, pertanto è caratterizzato da una maggiore stabilità rispetto ad altri. Le aziende che hanno migliori performance sono quelle, che come la nostra, hanno una maggiore propensione all'export. Nel nostro caso, inoltre, è sicuramente importante la diversificazione produttiva con un'ampia gamma di articoli». Come è cambiato il mondo delle conserve negli ultimi vent'anni?

«Nel mondo delle conserve vegetali si è assistito negli ultimi 20 anni ad un processo di concentrazione tuttora in corso. La dimensione e le economie di scala sono fattori fondamentali di successo. Altrettanto importanti sono l'innovazione di processo e gli investimenti nella digitalizzazione».

Quali sono gli ostacoli più difficili da superare per chi lavora in Campania?

«Abbiamo 6 stabilimenti in Italia: 3 in provincia di Salerno, 1 in Basilicata e 2 in Emilia Romagna. Devo dire che il problema maggiore è rappresentato dalla burocrazia che, soprattutto al Sud, si pone spesso come un ostacolo allo sviluppo imprenditoriale. Un altro problema per il Sud, soprattutto per la Campania, è la mancata programmazione a livello territoriale dello sviluppo urbanistico con la confusione di aree industriali a zone di insediamento urbano. Trovo, invece, che a livello di risorse umane, il senso di appartenenza e la motivazione dei dipendenti costituiscano uno dei nostri punti di forza».

INTERVISTA ANTONIO FERRAIOLI

«AGROALIMENTARE QUANDO IL PRIMATO VIENE DALL'EXPORT»



“



ABBIAMO SEI STABILIMENTI IN ITALIA, AL SUD I PROBLEMI SONO SENZ'ALTRO LA BUROCRAZIA E LA CONTIGUITÀ DELLE AREE INDUSTRIALI CON QUELLE AD INSEDIAMENTO URBANO: C'È CARENZA DI PROGRAMMAZIONE

Rimane un disallineamento tra domanda ed offerta di lavoro che bisogna colmare con una interlocuzione sempre più spinta con il mondo della scuola e dell'Università. Noi, come azienda, abbiamo promosso numerosi progetti in tal senso».

Qual è la sua visione delle imprese familiari?

«Tutti gli studi ci dicono che le imprese familiari hanno risultati migliori rispetto a quelle con azionariato diffuso. Pertanto, la visione di lungo termine della famiglia e il suo attaccamento all'azienda rappresentano un valore importante. Credo però che l'impresa debba essere considerata una realtà separata rispetto agli interessi e ai destini dell'imprenditore e della famiglia».

Qual è, sul piano operativo pratico, il vantaggio di essere una Spa quotata in Borsa?

«L'apertura al capitale di terzi può rappresentare un'opportunità importante per supportare i programmi di crescita aziendale nel rispetto dell'equilibrio finanziario. Aiuta, inoltre, ad affrontare in termini più avanzati i temi della governance e della gestione aziendale».

L'Europa e le sue regole sono un ostacolo o un elemento favorevole?

«L'appartenenza all'Ue è certamente un vantaggio. In un mondo sempre più globalizzato e con la presenza di attori del peso della Cina e degli Usa, avere un grande mercato unico europeo è fondamentale sia dal punto di vista economico che politico. Il varo del

programma Next Generation EU rappresenta, inoltre a mio avviso, un passo fondamentale verso un diverso concetto di integrazione europea».

Come è cambiato, se è cambiato, il mercato globale con questa pandemia in corso?

«La pandemia ha portato dei cambiamenti profondi nel comportamento e nel modo di vivere e lavorare delle persone. Sotto alcuni aspetti si è avuta un'accelerazione in alcuni processi già in atto come gli acquisti "on line". Le modalità di lavoro da remoto permarranno anche in futuro. Nell'agroalimentare sono state penalizzate le aziende più orientate verso il Food service mentre hanno avuto un sostenuto aumento delle vendite quelle rivolte alla vendita alla Grande Distribuzione Organizzata. L'agroalimentare è comunque l'unico settore che nel 2020 ha aumentato l'export (46,5 miliardi di euro con un incremento dell'8,5% verso il 2019) e ciò nonostante la chiusura parziale del canale Horeca».

Il mercato dell'agroalimentare può dirsi maturo o ci sono margini di crescita?

«La crescita dell'agroalimentare sarà trainata in futuro dall'export. Il mercato domestico, che nel corso del 2020 ha avuto delle crescite importanti nelle vendite al dettaglio, è destinato a ritornare a una sostanziale stabilità. Il canale Horeca ripartirà alla grande dopo la pandemia, in Italia e all'estero, tornando rapidamente ai valori del 2019 con prospettive di ulteriore crescita. E grande attenzione andrà dedicata al tema della sostenibilità ambientale».

Cosa chiedere, ora, alle istituzioni regionali e nazionali?

«Attivare le riforme: fisco, giustizia, mercato del lavoro, pubblica amministrazione, indispensabili per consentire una reale ripresa della crescita del nostro Paese ed assolutamente propedeutiche rispetto all'altro grande capitolo del Next generation EU. Nel contempo è necessario che tali investimenti siano rivolti a ridurre lo storico divario tra Nord e Sud».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«AGROALIMENTARE QUANDO IL PRIMATO VIENE DALL'EXPORT»

Nel 2019 il Gruppo La Doria fattura 717.6 milioni di euro, opera con 6 siti produttivi e occupa 800 dipendenti a tempo indeterminato e circa 1000 stagionali. La Società sfonda il tetto di 1 miliardo e 400mila pezzi prodotti ed esporta la sua produzione in tutto il mondo. L'82% del fatturato è generato sui mercati internazionali e deriva per il 96% da prodotti a marchio private labels. Oggi La Doria è il primo produttore europeo di legumi conservati, di pelati e polpa di pomodoro nel canale retail e tra i principali produttori italiani di succhi e bevande di frutta. La Società è anche il primo produttore in Europa di sughi pronti a marchio del distributore (private labels). Insomma, un bel cammino iniziato nel 1954, quando Diodato Ferraioli fonda ufficialmente l'azienda, gestita dal 1983 dai figli Antonio e Andrea coadiuvati dalle sorelle Rosa, Iolanda e Rosaria. Dallo sbarco in Borsa, prima azienda conserviera del Sud a farlo alle acquisizioni, al rinnovamento tecnologico, il cammino degli ultimi trent'anni è stato davvero esaltante. Ne parliamo con Antonio Ferraioli, presidente della società, eletto appena qualche giorno fa alla guida di Confindustria Salerno. La Doria si conferma l'azienda più performante nell'agroalimentare campana, l'unica del settore ad essere nei primi dieci. Praticamente una conferma, quali sono i presupposti in un contesto italiano in difficoltà?

«Il settore agroalimentare è anticiclico, pertanto è caratterizzato da una maggiore stabilità rispetto ad altri. Le aziende che hanno migliori performance sono quelle, che come la nostra, hanno una maggiore propensione all'export. Nel nostro caso, inoltre, è sicuramente importante la diversificazione produttiva con un'ampia gamma di articoli». Come è cambiato il mondo delle conserve negli ultimi vent'anni? «Nel mondo delle conserve vegetali si è assistito negli ultimi 20 anni ad un processo di concentrazione tuttora in corso. La dimensione e le economie di scala sono fattori fondamentali di successo. Altrettanto importanti sono l'innovazione di processo e gli investimenti nella digitalizzazione».

Quali sono gli ostacoli più difficili da superare per chi lavora in Campania?

«Abbiamo 6 stabilimenti in Italia: 3 in provincia di Salerno, 1 in Basilicata e 2 in Emilia Romagna. Devo dire che il problema maggiore è rappresentato dalla burocrazia che, soprattutto al Sud, si pone spesso come un ostacolo allo sviluppo imprenditoriale. Un altro problema per il Sud, soprattutto per la Campania, è la mancata programmazione a livello territoriale dello sviluppo urbanistico con la contiguità di aree industriali a zone di insediamento urbano. Trovo, invece, che a livello di risorse umane, il senso di appartenenza e la motivazione dei dipendenti costituiscano uno dei nostri punti di forza. Rimane un disallineamento tra domanda ed offerta di lavoro che bisogna colmare con una interlocuzione sempre più spinta con il mondo della scuola e dell'Università. Noi, come azienda, abbiamo promosso numerosi progetti in tal senso».

Qual è la sua visione delle imprese familiari?

«Tutti gli studi ci dicono che le imprese familiari hanno risultati migliori rispetto a quelle con azionariato diffuso. Pertanto, la visione di lungo termine della famiglia e il suo attaccamento all'azienda rappresentano un valore importante. Credo però che l'impresa debba essere considerata una realtà separata rispetto agli interessi e ai destini dell'imprenditore e della famiglia».

Qual è, sul piano operativo pratico, il vantaggio di essere una Spa quotata in Borsa? «L'apertura al capitale di terzi può rappresentare un'opportunità importante per supportare i

programmi di crescita aziendale nel rispetto dell'equilibrio finanziario. Aiuta, inoltre, ad affrontare in termini più avanzati i temi della governance e della gestione aziendale».

L'Europa e le sue regole sono un ostacolo o un elemento favorevole?

«L'appartenenza all'Ue è certamente un vantaggio. In un mondo sempre più globalizzato e con la presenza di attori del peso della Cina e degli Usa, avere un grande mercato unico europeo è fondamentale sia dal punto di vista economico che politico. Il varo del programma Next Generation EU rappresenta, inoltre a mio avviso, un passo fondamentale verso un diverso concetto di integrazione europea».

Come è cambiato, se è cambiato, il mercato globale con questa pandemia in corso?

«La pandemia ha portato dei cambiamenti profondi nel comportamento e nel modo di vivere e lavorare delle persone. Sotto alcuni aspetti si è avuta un'accelerazione in alcuni processi già in atto come gli acquisti on line. Le modalità di lavoro da remoto permarranno anche in futuro. Nell'agroalimentare sono state penalizzate le aziende più orientate verso il Food service mentre hanno avuto un sostenuto aumento delle vendite quelle rivolte alla vendita alla Grande Distribuzione Organizzata. L'agroalimentare è comunque l'unico settore che nel 2020 ha aumentato l'export (46.5 miliardi di euro con un incremento dell'1.8% verso il 2019) e ciò nonostante la chiusura parziale del canale Horeca».

Il mercato dell'agroalimentare può dirsi maturo o ci sono margini di crescita?

«La crescita dell'agroalimentare sarà trainata in futuro dall'export. Il mercato domestico, che nel corso del 2020 ha avuto delle crescite importanti nelle vendite al dettaglio, è destinato a ritornare a una sostanziale stabilità. Il canale Horeca ripartirà alla grande dopo la pandemia, in Italia e all'estero, tornando rapidamente ai valori del 2019 con prospettive di ulteriore crescita. E grande attenzione andrà dedicata al tema della sostenibilità ambientale».

Cosa chiedere, ora, alle istituzioni regionali e nazionali?

«Attivare le riforme: fisco, giustizia, mercato del lavoro, pubblica amministrazione, indispensabili per consentire una reale ripresa della crescita del nostro Paese ed assolutamente propedeutiche rispetto all'altro grande capitolo del Next generation EU. Nel contempo è necessario che tali investimenti siano rivolti a ridurre lo storico divario tra Nord e Sud».

© RIPRODUZIONE RISERVATA – FONTE IL MATTINO VENERDI' 5 MARZO 2021