

Ambrosi, riorganizzazione oltre il Covid

Autonomia energetica, benessere animale e ricerca le nuove tappe di un percorso di crescita: «Mai interrotto il nostro ritmo, adesso il rilancio»

Claudio Andrizzi

●● Ambrosi attraversa la tempesta Covid nel segno della stabilità: nell'anno della grande pandemia il gruppo lattiero-caseario di Castenedolo ha chiuso il bilancio consolidato a quota 396,2 milioni, in calo del 2,2% sul 2019 ma con un aumento dei volumi commercializzati nell'ordine del 6%. Il cashflow del gruppo risulta pari a 4 milioni di euro, l'ebitda arriva a 11,9 milioni. In calo anche i costi della produzione, da 430,6 a 370,8 milioni di euro, per un risultato netto finale di -1,026 milioni di euro a fronte di un utile di 0,558 milioni nel 2019, considerando in entrambi i casi la quota di competenza di terzi.

«Considerati i presupposti siamo ampiamente soddisfatti della tenuta - afferma il presidente **Giuseppe Ambrosi**, da poco anche leader dell'European Dairy Association -. Non ci siamo mai fermati, riorganizzandoci fin da marzo in modo da proteggere il più possibile la nostra forza lavoro che peraltro ha sempre operato a pieno ritmo, garantendo il funzionamento delle aziende senza mai fermare il ciclo: dalla raccolta del latte in stalla, circa 70 mila tonnellate, alla trasformazione e confezionamento pro-

dotti fino alla distribuzione».

Significativo lo sviluppo delle vendite in Gdo: incremento facilmente pronosticabile in uno scenario in cui il retail, circa il 70% dei consumi nazionali contro il 30% del Food Service, ha fatto registrare le maggiori performance di crescita. «In Italia lo sbilanciamento fra i due canali ci ha consentito di limitare le perdite nel mondo Horeca e dintorni grazie all'aumento sulle grandi superfici - ha spiegato Ambrosi -. Diversa la situazione all'estero, dove spesso il made in Italy è veicolato proprio dalla ristorazione, soprattutto nel Far East ma anche negli Usa, dove la sommatoria Dazi-Covid ci ha inizialmente penalizzato. Abbiamo tuttavia recuperato le perdite cercando di recuperare nella grande distribuzione, aprendo dove non eravamo presenti un nuovo mercato che ci attendiamo rimanga come valore aggiunto anche in futuro. Il fatto inoltre di essere distribuiti in modo capillare ci ha consentito di approfittare del movimento a macchia di leopardo che il lockdown ha assunto nei vari Paesi». Risultato: quota export stabile al 45% con risultati soddisfacenti per tutte le tre filiali estere, Francia, Usa e Inghilterra, dove lo scoglio Brexit «alla fine è stato gestito come speravamo senza lasciare strascichi».

In questo quadro l'azienda prosegue nel suo percorso di crescita: chiuso il progetto del nuovo magazzino di stagionatura 4.0 a Castenedolo, dove già sono stoccate 120 mila forme Dop, il gruppo ha perfezionato con Banco BPM, Cassa Depositi e Prestiti, Mediocredito Centrale e Deutsche Bank un importante finanziamento da 27,5 milioni di euro attraverso una linea di inventory loan: «Siamo stati gli apripista del pegno rotativo, formula estremamente efficace per il nostro sistema - ha puntualizzato Ambrosi -. Mettendo il nostro magazzino a garanzia abbiamo ricreato un modello di rinnovata fiducia nei confronti delle aziende in cui anche le banche ci stanno seguendo». La sostenibilità rimane un pilastro delle strategie future: impatto ambientale («entro il 2022 puntiamo ad autoprodurre il 45% del nostro fabbisogno energetico»), ricerca sugli imballaggi (obiettivo 2025: il 75% di confezioni riciclabili o compostabili), benessere animale (il 100% delle stalle conferitrici sono certificate). Mentre in termini commerciali l'obiettivo rimane ancora quello della crescita oltreconfine: «Ma su questo fronte - avverte Ambrosi - è fondamentale poter riprendere l'attività di promozione in presenza: fiere e contatti personali sono fondamentali». ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Giuseppe Ambrosi al vertice dell'azienda con sede a Castenedolo