

AVVIATO IL PASSAGGIO ALLO STAR, IL GRUPPO MIRA AD AUMENTARE I MARGINI IN ITALIA

Orsero punta sulla frutta a pezzi

Il settore del fresh cut al centro degli investimenti. Nel futuro anche frutta secca e shopping in Spagna e Francia

DI MANUEL FOLLIS

Frutta già pronta in pezzi e, più in là nel tempo, frutta secca. Sono questi alcuni dei fattori su cui il gruppo Orsero vuole fare perno per accelerare in Italia la marginalità, che pure è già tra le migliori del settore. Per il resto i piani della società continuano a prevedere un'espansione per linee esterne, con alcune operazioni già nel mirino in Spagna e in Francia. Prima di tutto però, bisogna non scoraggiarsi per le performance borsistiche, che non procedono in parallelo con i risultati. Il business di Orsero cresce più della media del mercato (negli ultimi anni tra 6 e 8% contro una media di circa il 2%), l'ebitda margin si attesta fra il 3,5 e il 5% (contro una media europea poco sopra il 2%) e il debito estremamente contenuto (pfn di 45 milioni), ma nonostante questo il titolo da mesi non vede la luce. A metà settembre si trovava a 13,8 euro mentre oggi vale 7,44 euro (jeri -0,8%). Anche a causa di questo andamento, proprio per dare un segnale al mercato, i vertici della società leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli hanno annunciato l'avvio delle procedure per il passaggio della società al segmento Star, progetto che era già presente nei piani del gruppo ma che ora è pronto a concretizzarsi. Sempre per dare un segnale al mercato, l'ultimo cda ha anche varato un programma di riacquisto di azioni proprie e ha confermato che il primo semestre registrerà numeri in linea con quelli dello stesso periodo del 2017. Per il resto in azienda si continua a guardare al futuro, in particolare a due grandi linee di crescita da affiancare all'aumento dei volumi (nel 2017 il gruppo ha chiuso con ricavi pro forma per 937 milioni), quella per linee esterne focalizzata più sull'estero (la società è già pre-



Matteo Colombini



sente in Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Grecia, Costa Rica, Colombia e Messico) dove l'obiettivo è andare a migliorare il servizio già offerto, e quella sulla marginalità in Italia. In Spagna le intenzioni di Orsero sono quelle di rendere più capillare la rete distributiva, mentre in Francia l'idea è ampliare la gamma di prodotti offerti. Nel frattempo, in Italia la società guidata da Matteo Colombini (ad e cfo), Paolo Prudenziati (presidente e ad) e Raffaella Orsero (ad e vicepresidente) studia come aumentare la redditività e sta investendo molto su settori come quello del «fresh cut», che dovrebbe beneficiare di una forte accelerazione nel 2018 e che al momento, pur rappresentando una piccola parte del mercato (circa 50 milioni sugli 8 miliardi complessivi del settore frutta), esprime una marginalità nettamente superiore (10-12%). Altra possibilità per andare a migliorare i margini è puntare sulla frutta secca, business per il quale Orsero sta studiando nuove strategie. (riproduzione riservata)