

Barilla, riassetto in tre poli Più estero, ma Parma centrale

Approvata la riorganizzazione. La nuova holding di Amsterdam

di **Francesco Bertolino**
e **Daniela Polizzi**

Dal 2024 il gruppo Barilla avrà un nuovo formato societario. Nei mesi estivi ha preso corpo il riassetto del colosso italiano della pasta che mira ad accelerare la propria crescita internazionale. Il cuore e la testa dell'azienda rimarranno a Parma, ma il piano di riorganizzazione fa perno su una holding olandese, la neo-costituita Barilla International BV, con sede ad Amsterdam. Sarà il polo europeo del gruppo e a tendere conterà su un organico di oltre 150 persone, perlopiù appartenenti alle divisioni di marketing, finanza e legale.

A seguito di una complessa catena di fusioni e scissioni, la cassaforte dei Paesi Bassi finirà per controllare l'intero capitale di Barilla G. e R. Fratelli, società per azioni italiana sotto la quale confluiranno gran parte delle controllate estere, sinora in capo alla sussidiaria di Londra, dove ha tuttora sede il polo digitale del gruppo.

Barilla International BV diventerà invece il centro per lo sviluppo di Barilla sui mercati esteri e su nuove linee come i prodotti da forno. In Olanda saranno destinate inizialmente circa 50 persone. Progressivamente, come detto, l'organico locale salirà a 150 persone, in parte provenienti da Parma, in parte assunte sfruttando la capacità di Amsterdam di attrarre manager da tutto il mondo. Dopo la Brexit, del resto, Amsterdam si è guadagnata lo status di capitale finanziaria dell'Unione europea, comprovato dal gran numero di aziende italiane che vi ha eletto sede anche per avvalersi dello snello diritto societario (Mediaset-Mfe, Campari, Ferrari e presto anche Brembo).

Al vertice della piramide rimarrà la Barilla Holding, la cassaforte di Parma che fa ca-

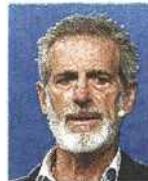
po alla quarta generazione della famiglia Barilla, che controllerà l'85% dell'olandese Barilla International (il restante 15% apparterrà a Gafina, veicolo della famiglia elvetica Anda-Bührle, azionista della banca di Zurigo Ihag). La holding emiliana redigerà il bilancio consolidato del gruppo e soprattutto ne detterà le linee strategiche, assumendo tutte le decisioni rilevanti per il futuro del gruppo: grandi contratti, eventuali dismissioni e acquisizioni.

«Abbiamo l'ambizione di essere un'azienda del food sempre più globale», spiega l'ad di Barilla, Gianluca Di Tondo, «mantenendo due pilastri fondamentali: essere un'azienda familiare ed essere italiana». Per questo, prosegue, «abbiamo bisogno di un cambio culturale e vogliamo accelerare il cambiamento secondo tre direttrici: sviluppare un nuovo modello organizzativo che ci consenta di essere più efficaci sui mercati esteri; rafforzare il nostro Dna italiano continuando a investire in Italia anche attraverso un nuovo R&D center; creare un polo di sviluppo dedicato alla crescita internazionale per tutte le nostre categorie».

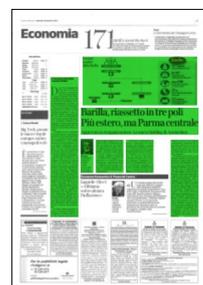
Per portare a termine questi progetti, Barilla ha previsto nei prossimi cinque anni investimenti per un miliardo di euro. Circa metà dei fondi saranno destinati all'Italia, mercato che vale il 37% dei 4,7 miliardi di ricavi del gruppo, conta 15 stabilimenti e oltre 4000 dipendenti diretti. Nel Paese d'origine della multinazionale, però, i margini di crescita per i consumi di pasta, sughi e prodotti da forno sono ormai risicati. Da qui la volontà della società di accelerare l'espansione all'estero. Una quota rilevante della spesa programmata andrà comunque a beneficio di Parma, nei cui uffici lavorano circa 1000 persone. Nel capoluogo emiliano sorgerà entro il 2025 il nuovo centro di ricerca e sviluppo che guiderà l'in-

novazione a livello globale, impiegherà circa 200 persone e richiederà 16 milioni di investimenti.

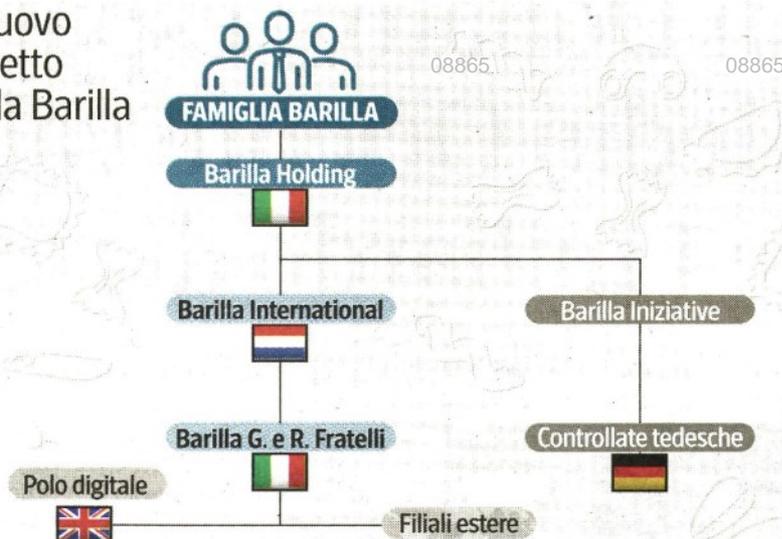
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dinastia
Guido Barilla,
presidente
di Barilla;
i fratelli
Luca e Paolo
sono invece
vicepresidenti



Il nuovo assetto della Barilla



Barilla Cds

- 4,7 miliardi** i ricavi di Barilla nel 2022
- 8.747** i dipendenti della multinazionale della pasta
- Oltre 100** i Paesi dove è presente con i suoi marchi
- 37%** Il peso dell'Italia sul fatturato del gruppo
- 2,1 milioni** le tonnellate prodotte in 29 stabilimenti

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 8865 - L.1972 - T.1739