

## L'INTERVISTA

## Francesco Mutti

Assunzioni, allargamento della produzione, progetti ecosostenibili con gli atenei. L'ad dell'omonima azienda mira alla leadership europea con Verinvest

## La storia

## L'azienda

Il big del pomodoro nato da un pioniere dell'agricoltura parmense



## Un orizzonte rosso

## Chi è

**Francesco Mutti** (Parma, 1968), pronipote del fondatore Marcellino, è amministratore delegato di Mutti dal 1994

di **Andrea Rinaldi**

**F**rancesco Mutti, ad di Mutti spa, il fondo Verinvest è appena entrato nella sua azienda. Con che scopo?

«Vede, se oggi ci misuriamo con l'Italia, siamo un'azienda che cresce tanto. Ma quando allarghiamo lo sguardo al mondo, ci accorgiamo che le nostre dimensioni non sono poi così grandi. Noi vogliamo crescere in qualità, ma anche i miglioramenti qualitativi passano da una certa disponibilità a investire in tecnologie, in persone, in ricerca e sviluppo. E vogliamo anche continuare a produrre in Italia, l'Europa però è grande. Oggi per diventare leader europei servono visioni e risorse finanziarie, qualcuno che ti aiuti ad allargare gli orizzonti: ecco il primo motivo di scelta di Verinvest. E la seconda volta che apriamo il nostro capitale (la prima nel 2010 a CA Agro-Alimentare Spa, holding italiana di partecipazioni del Gruppo Crédit Agricole, ndr) e questa per loro è la prima operazione italiana».

**Qual è il secondo motivo, invece?**

«Verinvest è una famiglia con orizzonti lunghi. Tanto per capirci, nel 2017 non potremo realizzare un +50% di crescita, perché dobbiamo far crescere i nostri agricoltori e la qualità».

**Dunque che 2017 vi aspetta?**

«Il 2016 dovrebbe essersi chiuso a 255 milioni di fatturato netto, con un aumento a doppia cifra. I ricavi attesi per il 2017 sono di 280 milioni. Sempre il 2016 ha chiuso con 20 milioni di CapEx; quest'anno ne stimiamo altri 18: alla fine sono 40 milioni in 2 anni, cifra che non ci permette di avere una crescita tumultuosa. Tutto questo richiede una crescita finanziaria, anche se a noi interessava fare un salto di mentalità per proiettarci sui mercati esteri in modo sistemico e con l'italianità al centro».

**C'è già un piano triennale su cui siete al lavoro?**

«Sì, ci stiamo lavorando. Intanto posso dirle che il 2017 sarà un anno di accelerazione. Abbiamo oltre 20 selezioni di personale aperte: qui a Parma, al Sud e all'estero, in Francia. Le persone per noi sono importanti e uno dei primi passi sarà arricchire la struttura, dall'ambito produttivo a quello commerciale. Certo, non possiamo fare salti quantici, ma vogliamo sviluppare un bacino di produzione di materia prima più ampio, ad esempio con con Pomodoro.net, lo spin-off in tandem con l'Università Cattolica, giunto al quarto anno e con cui vogliamo migliorare la qualità del pomodoro in Nord Italia».

**Il pomodoro non è uguale dappertutto. Come farlo capire al resto d'Europa?**

«Esatto. Mi concede un paragone?»

**Prego.**

«Quando compra dello Champagne, compra del vino bianco, frizzante, con un sound diverso. Dietro, però, c'è una realtà fatta di qualità, capitolati rispettati, comunicazione: tutto parte dal prodotto! E così nel mondo del pomodoro le differenze sono abissali, se ne accorge aprendo scatole in giro per l'Europa. La qualità è il nostro booster e ci permette di crescere in maniera importante senza investimenti. In 5-6 Paesi il nostro prodotto si fa conoscere quasi con il passaparola. Dunque l'equilibrio tra spesa, qualità e sostenibilità sarà uno dei passaggi su cui dovremo lavorare, anche a livello mondiale. Siamo in troppi su questo pianeta, il nostro fabbisogno è proporzionale alla nostra forma fisica, e dobbiamo preservare la Terra per evitare la sua rovina».

**Voi in proposito che cosa fate?**

«Oltre a Pomodoro.net faremo partire un progetto sulla biodiversità con il Wwf per ridurre l'impronta idrica e carbon foot print. Poi creeremo nei nostri campi dei piccoli corridoi per permettere una maggior



**I produttori si lamentano per il prezzo del pomodoro, ma dipende dall'eccesso di offerta. Troppo gonfiato l'allarme sull'import dalla Cina: vale un ventesimo del nostro export e quello che entra esce poi verso il Nord Africa**

tutela della flora e della fauna e ridurre l'impatto della coltivazione estensiva. Per quanto riguarda invece la remunerazione media dell'agricoltore, quest'anno abbiamo investito oltre 3 milioni in differenziale prezzi rispetto alla media del distretto del Nord Italia: sono extra redditi che passano dal loro impegno nel conferire qualità. Vorremmo continuare su questa strada in termini di miglioramento. Al Sud per il ciliegino chiediamo solo la raccolta meccanica, che rappresenta appena il 5% del pomodoro del meridione, ma consente di evitare il caporalato».

**Avete sviluppato sinergie anche con l'Università?**

«Sì, ad esempio con progetti sulla tracciabilità legati alla misurazione del singolo intervallo tra la raccolta e la consegna in azienda: così la performance viene stimata non più in ambito statistico, ma sul singolo

carico».

**A proposito di remunerazione degli agricoltori, l'accordo raggiunto sul prezzo del pomodoro da industria ha scontentato proprio loro.**

«Ogni tanto il mondo agricolo ha la tendenza alla lacrimazione. Se c'è un prezzo che disincentiva, ci si aspetta una bassa produzione, invece i quantitativi prodotti sono stati importanti, con conseguente abbassamento del prezzo. L'accordo, chiuso ed eseguito, prevede 85 euro su base 100 con una penale di 2 euro: l'equilibrio è stato dato dal Sud che ha bucato la produzione, ma il differenziale tra noi e la Spagna è abissale. E le mie aspettative sono di una riduzione maggiore dei prezzi. Ragion per cui bisogna lavorare su una corretta programmazione, con un prezzo che dia una corretta soddisfazione economica: così si concede al contadino la possibilità di investire su miglioramenti quantitativi e qualitativi. Dovremmo fare più innovazione e destinare una fetta delle risorse alla riduzione dell'impatto delle coltivazioni».

**Intanto non è più un mistero il dumping del pomodoro cinese.**

«Quella è una bella favoletta. L'Italia esporta 20 volte quello che importa e quello che entra come cinese poi esce verso il Nord Africa. Ve lo dice chi fa pomodoro italiano da sempre. Il nostro Paese ha prodotto più oro rosso della Cina nel 2016. Coldiretti dirà che c'è stato un aumento delle importazioni del 400%, ma perché l'anno scorso non è stato prodotto. E sono 500 chili! L'Italia ne produce 5 miliardi: è un fenomeno che Coldiretti ama sventolare facendo anche dei danni. Quella italiana è una filiera forte e sana. Io ero terrorizzato dal pomodoro cinese, ma oggi il fenomeno è rientrato. Poi se mi chiede che pomodoro consumeranno in Thailandia, io le rispondo cinese e non italiano».

**Parma sta puntando sempre di più sul cibo e l'associazione "Parma io ci sto" sta cercando di dare una sveglia alla società. Secondo lei la città si sta risvegliando?**

«Parma è una città che è stata addormentata e non necessariamente da una mela avvelenata. Oggi c'è un positivo risveglio e "Parma io ci sto" è una bella iniziativa, che deve essere civica e coinvolgere sia la popolazione che l'imprenditoria in termini economici. E che deve comprendere quali sono i progetti per valorizzare un capoluogo che ha tanto da dire invece che vivere sugli sfarzi del passato».

**Anche con un nuovo sindaco?**

«Forse con uno nuovo, forse con lo stesso. Quello che manca nella politica italiana è la condivisione di alcune linee di fondo, ecco il salto che dovremmo fare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**P**iazza, frazione di Montechiarugolo, una quindicina di chilometri da Parma. È qui che ha sede dal 1899 la Mutti, azienda di famiglia fondata dai fratelli Marcellino e Calisto Mutti. Il nonno, Giovanni, fu un pioniere nel settore agricolo locale e tra i primi ad istituire nei suoi campi il principio dell'alternanza delle coltivazioni. Nel 1922 parte la produzione del doppio concentrato di pomodoro, mentre nel 1927 l'attività si espande con l'acquisizione di alcune aziende conserviere della zona. L'anno della svolta è però il 1951. Grazie a un'intuizione di Ugo Mutti, uno dei quattro figli di Marcellino e direttore tecnico degli stabilimenti, nonché responsabile della ricerca, l'Italia pronta al boom economico dopo la seconda guerra mondiale conosce il primo concentrato di pomodoro in tubetto di alluminio. È una rivoluzione vincente: superata la diffidenza iniziale per un formato fino ad allora riservato solo al dentifricio, il tubetto Mutti conquista il favore dei consumatori. Ma la crescita non si ferma. Nel 1971 arriva la polpa di pomodoro in finissimi pezzi e anche stavolta il mercato apprezza, così la Mutti, da società di fatto, si trasforma in società a nome collettivo. Nel 1979 diventa spa, mentre nel 1994 fa il suo esordio nella sede di Piazza un nuovo amministratore delegato: Francesco Mutti, pronipote di Marcellino. A cavallo tra i due millenni arrivano numerose certificazioni su prodotti e produzioni. Nel 2010 parte invece la collaborazione col Wwf per il monitoraggio dell'impronta idrica e l'attenzione verso l'ambiente da parte dell'azienda trova concretezza anche dall'utilizzo di energie rinnovabili. Tra il 2010 e il 2015 sono riusciti a evitare emissioni in atmosfera pari a 20.000 tonnellate di Co2. Presente in 82 Paesi nel mondo, nel 2015 Mutti ha registrato un fatturato netto di 234 milioni, mentre per il 2016 il giro d'affari, stando a una previsione di fine anno da parte dell'amministratore delegato, è di circa 252,3 milioni di euro. L'export, che rappresenta il primo driver di crescita dell'azienda, pesa attualmente il 33%, crescendo di anno in anno a doppia cifra, a cominciare dalla Francia, dove Mutti ha aperto una filiale commerciale nel 2013. Gli altri Paesi nei quali è presente in modo significativo, sia in termini distributivi che con investimenti di marketing, sono poi la Svezia, il Belgio, l'Austria e la Germania. Nel 2013, infine, Mutti ha acquisito Fiordagosto, uno stabilimento a Oliveto Citra (Salerno): è stato il primo passo nel mercato dei pelati e dei pomodorini. A novembre è stato annunciato l'ingresso di Verinvest, investitore internazionale nel settore del largo consumo, nel capitale dell'azienda con una partecipazione del 24,5%.

**Beppe Facchini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA