

Alival, il sogno dei re della mozzarella

«Un grande gruppo con l'oro bianco»

Il presidente Fici: «Boom dei fatturati con l'export e i nuovi formaggi»



Pino Di Blasio
FIRENZE

«**CI SONO** aziende che possono crollare, schiacciate dal peso di inchieste e di accuse che solo dopo si rivelano infondate. Noi abbiamo corso questo rischio, ma abbiamo avuto la forza di aspettare che la giustizia facesse il suo corso. A metà febbraio la Cassazione ha emesso l'ultima sentenza a favore di Giuseppe Mandara e del suo caseificio, respingendo il ricorso dei pm e smentendo le accuse di associazione camorristica e di sostegno finanziario dei clan al caseificio. Noi siamo concessionari del marchio Mandara, leader nel commercio della mozzarella di bufala. E' stata una vittoria anche di Alival». Luigi Fici, presidente e amministratore delegato (assieme a Luca Cantini) del gruppo toscano Alival, parte dal verdetto della Suprema Corte per riassumere un altro anno cruciale per i signori

della mozzarella e del pecorino toscano. Dalla casa madre di Ponte Buggianese, il docente di economia aziendale all'università della Tuscia e a Firenze, fa leva sul processo di ristrutturazione aziendale per spiegare l'ascesa dei fatturati, oggi a quota 180 milioni di euro. «Il gruppo Alival doveva essere rimesso in carreggiata - spiega Fici - e noi abbiamo scelto una strategia che non toccasse i dipendenti, puntando sulla

LE STRATEGIE

«**Che gioia dopo il verdetto sul caso Mandara. La sfida della latteria in Polonia»**

valorizzazione delle risorse umane e rimotivando il management. Non c'è stata una ristrutturazione tagliando i costi, così come non abbiamo rinegoziato i debiti chiedendo alle banche di fare i maggiori sacrifici. Incentivando e rimotivando i nostri dipendenti, rivendendo i sistemi di controllo e rimodulando i debiti dimostrando che noi imprenditori eravamo i primi a credere nella bontà del progetto imprenditoriale. Per questo Alival non ha subito le conseguenze della stretta del credito».



180 milioni

FATTURATO 2012

Leader nel mercato delle mozzarelle di bufala e per i pecorini toscani. Obiettivo 2013, superare i 200 milioni

600

DIPENDENTI

Nessun taglio di personale previsto nei piani industriali
Motivazioni e incentivi
le ricette per la crescita

6

STABILIMENTI

Due in provincia di Pistoia
poi i caseifici dell'Amiata
e di Pienza, Fattorie del Sole
in Calabria, latteria in Polonia



DIETRO i numeri dell'oro bianco, di fette di mercato sempre più grandi per le mozzarelle, i pecorini tradizionali e i formaggi a pasta filata, i vertici di Alival, l'efficienza aziendale ritrovata ha generato un processo di crescita che continua. «Oggi il gruppo ha sei stabilimenti, dopo Ponte Buggianese e Porcari, i caseifici di Pienza e dell'Amiata, le Fattorie del Sole in Calabria e la Lattoria Tinis in Polonia. Riesce a lavorare circa 3mila quintali di latte al giorno, il 30% del fatturato è generato dall'export. E gli accordi con i colossi della grande distribuzione, come Tesco e Carrefour, hanno aumentato la nostra capacità di penetrazione all'estero. Siamo stati i primi a produrre la mozzarella Stg, specialità tradizionale garantita, oltre a lanciare i formaggi per pizzerie».

Il fattore umano, l'esaltazione dei prodotti tipici, la razionalizzazione della catena produttiva e le joint venture con caseifici e distributori, sono gli elementi del successo di Alival. Che, dopo aver conquistato la leadership nei pecorini e aver valorizzato tutti i formaggi italiani, non rinuncia a percorrere strade nuove.

«Lanceremo a breve un prodotto nuovo, un formaggio particolare - rivela il presidente Fici - ma più di questo non si può dire. Il successo di Alival è dovuto anche dalle tipologie di formaggio che siamo riusciti a far decollare, a cominciare dalla mozzarella di bufala e da quella per le pizze. Continuiamo anche lungo la strada del risanamento finanziario, risolvendo passo passo il peso dell'indebitamento. E non escludiamo altre aggregazioni, dopo gli accordi in Polonia e in Calabria».