



Il piano

Pasta doc, prima la filiera

STEFANIA AOI

La **Molisana** annuncia che investirà trenta milioni nei prossimi due anni per un programma di ulteriore crescita nuovo magazzino automatizzato, linee produttive, terreni. Attenzione strategica anche per tech e ambiente

“Investiremo 30 milioni di euro nei prossimi due anni per un nuovo magazzino automatizzato, nuove linee produttive, nuovi terreni». È questo il programma per crescere ancora di Giuseppe Ferro, amministratore delegato della **Molisana**, una delle prime aziende produttrici di pasta in Italia con una quota di mercato a volume pari oggi all'8% circa, che diventa 15% se si guarda solo alla pasta integrale. Il gruppo Ferro, in mano a una famiglia di mugnai da 4 generazioni, ha rilevato lo stabilimento di La **Molisana** nel 2011. Da allora è stato un lento ma costante sviluppo del business fino a raggiungere i 183 milioni di euro di fatturato nel 2021. Quest'anno l'azienda chiuderà con 255 milioni di euro di ricavi e un utile netto di oltre 9 milioni.

La **Molisana** è la società di punta del Gruppo Ferro. Vale ben due terzi del fatturato consolidato di quest'ultimo di 370 milioni di euro nel 2022. Le altre società del gruppo sono la Fratelli Ferro Semolerie Molisane che si occupa di macinare il grano, la Silos di Foggia che si occupa dello stoccaggio, la Amber che si occupa del trading di questa materia prima e la Sacma che invece si occupa di trasporto. Grazie al controllo di una parte della filiera, la società riesce a essere competitiva. Del resto, quasi tutte le grandi realtà della pasta made in Italy hanno adottato un modello simile. L'azienda ha anche stretto accordi con gli agricoltori di Molise, Puglia, Marche, Lazio e Abruzzo per comprare grano italiano.

Da bottega artigianale fondata nel 2012, la **Molisana** è oggi una realtà che

solida che quest'anno ha festeggiato i 110 anni di storia con l'emissione del Mise di un francobollo, la cerimonia di annullo filatelico e la pubblicazione del libro "Tenace" che ripercorre la storia di una famiglia e di un'impresa.

L'anno scorso è anche stato inaugurato il nuovo quartier generale della società di Campobasso, un edificio intelligente con grandi vetrate con installati pannelli fotovoltaici sul tetto e quasi autonomo energeticamente anche grazie a impianti di cogenerazione. La vecchia sede è stata invece abbattuta per fare spazio a un nuovo stabilimento per la produzione. «Le vendite aumentano con rapidità - ricorda Ferro - E non è facile per noi far fronte a tutti gli ordini che arrivano. Ecco che ci stiamo ampliando e oltre al nuovo spazio produttivo, abbiamo anche acquistato l'ex zuccherificio del Molise, storico stabilimento che presidia la costa termolese per stoccare il grano e poi abbiamo appena inaugurato un nuovo impianto per la pasta lunga». A gennaio si va avanti: La **Molisana** inaugurerà un altro impianto per la pasta corta. Con queste due novità riuscirà a produrranno circa 50mila tonnellate di pasta in più che vanno ad aggiungersi alle 200mila tonnellate prodotte all'anno dall'azienda. «Anche così contiamo di raggiungere i 450 milioni di euro di fatturato a fine 2023», afferma Ferro. L'aumento dei ricavi ha coinciso anche con l'aumento del prezzo dei prodotti sullo scaffale.

I pacchi di pasta di La **Molisana** vanno soprattutto in Italia che vale il 62% dei ricavi. Ma una parte va anche all'estero che oggi pesa l'altro 38% del giro d'affari.

Proprio all'estero il gruppo Ferro ha intenzione di espandersi. Innanzitutto, si vuole rafforzare in quei mercati dove è già presente a partire dal Nord Europa, Stati Uniti, Sud America, Giappone. Tutti Paesi in cui l'azienda può fare di più. «Soprattutto in nord America le potenzialità di crescita sono enormi», racconta l'amministratore delegato. Ecco che in un'ottica di sviluppo il gruppo Ferro continua ad investire in innovazione di prodotto. Di recente sono stati lanciati nuovi formati di pasta. E da tempo esiste una linea La **Molisana** dedicata alla ristorazione che oggi vale già il 15% del fatturato ed è in crescita. Per il resto, l'azienda vende alla grande distribuzione organizzata che costituisce la restante parte del business. E come tutte le società presta sempre più attenzione all'ambiente. In quest'ottica, oltre ad aver costruito un nuovo quartier generale ecosostenibile, ha deciso di convertire il packaging prima di plastica alla carta, immettendo così sul mercato meno 230mila chilogrammi di plastica all'anno. **Molisana** punta poi a fare business anche dagli scarti del processo produttivo che vengono recuperati per la produzione di alimenti ad uso zootecnico. L'idea è che nulla vada sprecato in linea con i principi di economia circolare. «I numeri ricompensano i nostri sacrifici e confermano che le scelte fatte sono state quelle giuste - conclude Giuseppe Ferro - Quella che abbiamo intrapreso in questi anni è stata una vera sfida. E oggi siamo il quarto pastificio in Italia e co-leader di mercato nel segmento integrale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA