

IMPRESE E LAVORO
AGROALIMENTARE

PRIVATE EQUITY

La finanza sposa gli gnocchi Ciemme

Hyle Capital partners ha investito nella società a fianco del fondatore

Raffaele Ricciardi

Imporre gli gnocchi italiani nel mondo, a cominciare da Usa e Canada, innovando un prodotto che più tradizionale non si può. È l'obiettivo di Hyle Capital Partners, che con il fondo Finance For Food One entra nella Ciemme Alimentari, azienda da 100 dipendenti e otto linee produttive a Barletta.

Matteo Chieregato e Francesco Zito, managing partner e partner di Hyle, sgr indipendente che raccoglie capitali istituzionali, chiudono così la sesta operazione in meno di due anni. Un approccio al food che spazia dalle macchine per l'agricoltura di precisione al retail con la pizza di Berberè, passando per la frutta secca. Dei 130 milioni di dotazione del fondo, ormai il 75% è stato investito. «L'approccio - spiegano - è quello di proporsi come partner per sostenere la crescita delle aziende, individuando le opportunità per le acquisizioni e con l'apporto di management che segua gli imprenditori nella loro strategia».

Nel caso di Ciemme, si tratta di

Bartolomeo Palmieri, che l'ha lanciata «con mia moglie» nel 2006 dopo una esperienza di buyer per la grande distribuzione. In pochi anni, Ciemme è diventata fornitrice di gnocchi di riferimento per tante industrie della pasta italiana e anche per la Gdo, «da Conad alla Coop, da Despar ai discount come Lidl», racconta il fondatore. «La nostra cifra è stata di innovare un pro-

dotto che da questo punto di vista ha sempre peccato di capacità di rinnovarsi».

E così Ciemme ha spinto sugli gnocchi «ambient», quelli che si conservano per diversi mesi a temperatura ambiente e sono «fonda-

mentali per crescere sui mercati esteri», aggiungono Chieregato e Zito. «Nel 2010 siamo stati i primi a credere nel gluten free, che oggi ha una linea dedicata e vale il 15% del fatturato. Senza dimenticare il bio», ricorda il fondatore.

Ciemme è reduce da un 2023 da corsa, con il fatturato cresciuto di oltre il 40% a quota 40 milioni di euro. Gli gnocchi si sono rivelati un piatto a prova di inflazione: basta un po' di pomodoro e una pietanza completa è servita, senza stress per il portafoglio delle famiglie. «Abbiamo agganciato la forte crescita delle *private label* (quelle che escono con il marchio del distribu-

tore, ndr), diventate un punto di riferimento in questi anni per i consumatori», spiega Palmieri.

Che quella con Hyle sia una partnership, lo conferma la struttura dell'operazione che prevede il reinvestimento da parte dell'imprenditore con una configurazione 60-40% a valle del deal, siglato pochi giorni fa.

Ora Ciemme punta a sviluppare i mercati esteri, che già valgono il 30% del fatturato. Stati Uniti, Francia, Canada e Germania sono i Paesi principali. «Sicuramente in Nord

40

IL FATTURATO

Ciemme ha segnato un fatturato di 40 milioni nel 2023, in crescita di oltre il 40% sul 2022

① Il gruppo progetta una nuova linea produttiva e fors'uno stabilimento negli Usa

America ci sono grandissime possibilità di sviluppo», dicono all'unisono i protagonisti, anche attraverso acquisizioni mirate. Anche perché, agli occhi americani, gli gnocchi rappresentano un piatto tipico del Made in Italy ma «più semplice da preparare, rispetto alla pasta: bastano pochi minuti e si possono cucinare anche direttamente in padella». Fattore da non sottovalutare se la cucina è più «spiccia». Poi si guarda al Sudamerica, Brasile in particolare, dove gli gnocchi stanno dando grandi segnali di vitalità.

Anche gli aspetti produttivi sono al centro dei piani di sviluppo. Palmieri ha già sul tavolo un progetto per una ulteriore linea produttiva, visto che l'ultima si è quasi saturata in pochi mesi dalla realizzazione. Negli stessi Usa potrebbe nascere uno stabilimento, per servire il mercato locale. Senza dimenticare quella ricerca di innovazione alla base del successo dell'azienda di Barletta: in pentola bollono gnocchi ripieni e aromatizzati, anche grazie al recupero delle lavorazioni nell'industria delle verdure.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



1

