

Parmalat, i francesi di Lactalis hanno lanciato l'Opa sul gruppo di Collecchio

E' tempo di Opa sulla Parmalat. Dopo la scalata avviata nelle scorse settimane, con il progressivo aumento delle quote di partecipazione fino al 29%, la Lactalis ha annunciato di aver lanciato un'Offerta pubblica di acquisto sul gruppo di Collecchio. L'offerta della multinazionale transalpina interessa dunque tutto il restante 71% del capitale, per un valore di circa 3,4 miliardi di euro. Il prezzo per azione fissato a 2,6 euro, con un premio del 13% rispetto all'ultima quotazione ufficiale.

Unendosi a Parmalat il Gruppo Lactalis andrebbe a realizzare un giro d'affari pro forma di circa 14 miliardi di euro, diventando il primo gruppo mondiale nei prodotti lattiero-caseari. L'azienda francese ha dichiarato in una nota la sua intenzione di sviluppare il piano industriale "nel rispetto dell'italianità del gruppo, mantenendo la sede in Italia, salvaguardando gli asset produttivi, i dipendenti e la filiera italiana del latte, nell'interesse dell'economia del territorio".

"E' prioritario un progetto industriale che valorizzi veramente il latte e gli allevamenti italiani e si impegni su un Made in Italy che oltre al marchio contenga materie prime nazionali, cosa che purtroppo non è avvenuta nel passato - è il commento del presidente della Coldiretti, Sergio Marini -. C'è bisogno di mettere un po' di Italia vera dentro i marchi del Made in Italy soprattutto se si chiamano Parmalat e fanno esplicito riferimento ad un territorio che esprime una realtà produttiva gastronomica famosa nel mondo. E la discriminante dell'italianità parte dalla valorizzazione del latte italiano. Questo fino ad ora non è avvenuto in Parmalat, ma ci auguriamo che - continua Marini - dietro la sfida finanziaria per la sua conquista, ci sia veramente la volontà di valorizzare con il marchio il valore aggiunto del latte italiano, del vero Made in Italy e il lavoro necessario per realizzarlo".

Il Gruppo Parmalat conta un patrimonio di 1.5 miliardi di euro e 2.223 dipendenti distribuiti su 12 siti produttivi che fatturano 992 milioni di euro. In Italia raccoglie 5,5 milioni di quintali di latte su un totale di 109 milioni di quintali (pari al 5%) e con i suoi 4 marchi – Parmalat, Santal, Chef ed Elena – controlla il 34.8% del mercato del latte Uht (di cui è leader nazionale), il 25.6% del latte pastorizzato, il 5.7% degli yogurt e il 15% dei succhi di frutta.