

Molini Lario

FARINE MADE IN LARIO ROTTA VERSO L'EXPORT

L'azienda mantiene ferma la propria strategia di espansione verso i mercati esteri
Riorganizzata la rete commerciale europea con l'inserimento di una nuova figura dedicata

■ La direzione strategica di Molini Lario resta saldamente rivolta ai mercati esteri, nonostante il quadro geopolitico complesso, l'azienda punta a rafforzare progressivamente la quota dell'export sul fatturato.

«Le dinamiche attuali stanno bloccando i mercati, soprattutto a causa dell'aumento dei costi logistici e di una serie di ostacoli che rendono difficile operare con continuità – afferma Alessandro Proverbio direttore generale Molini Lario - Da alcuni anni stiamo investendo con decisione nell'internazionalizzazione, abbiamo riorganizzato la struttura commerciale, suddividendo il mercato europeo per Paesi e affidandone la gestione a responsabili dedicati. Recentemente abbiamo infatti inserito una nuova figura per seguire i mercati europei e non si esclude di inserirne a breve un'altra per i paesi a lingua tedesca».

In alcune aree sono state avviate collaborazioni con distributori che hanno richiesto volumi aggiuntivi per testare i prodotti presso nuovi clienti. Progetti che rischiano di rallentare o addirittura fermarsi a causa dell'impennata dei costi: «In Medio Oriente, ad esempio, alcuni distributori stanno iniziando a generare volumi significativi e le prospettive di crescita sono concrete. Sarebbe grave dover fare passo indietro ri-



La sede di Molini Lario ad Alzate Brianza

nunciando a queste opportunità proprio nel momento in cui stanno dando risultati, a causa dell'elevato costo delle quotazioni logistiche».

La materia prima esportata, la farina, è a basso valore unitario e, proprio per questa ragione, non può assorbire aumenti consistenti delle spese per il trasporto: «Quando il costo della logi-

stica supera di gran lunga il valore della merce, viene meno la sostenibilità economica dell'operazione. In alcuni casi, una singola spedizione può arrivare a costare fino a tre volte il prezzo del prodotto trasportato».

L'azienda sta esplorando soluzioni alternative e combinazioni in grado di contenere, almeno in parte, i co-

sti. Resta però un ulteriore fattore critico, i tempi di transito: «Con l'arrivo della stagione calda, la gestione della farina diventa ancora più delicata, si tratta di un prodotto deperibile che deve essere stoccato e trasportato in condizioni controllate».

Nonostante lo scenario, Molini Lario continua a investire: «L'obiettivo è valorizzare al massimo gli investimenti realizzati negli ultimi anni, a partire dalla nuova linea di confezionamento. In particolare, il formato da 10 kg rappresenta una soluzione molto interessante per i mercati internazionali e potrebbe favorire ulteriormente lo sviluppo dell'export».

Il tradizionale sacco da 25 kg, è un formato che in molti mercati tende progressivamente a perdere centralità, mentre il 10 kg risponde meglio alle esigenze di numerosi operatori.

«In futuro continueremo a investire in nuove linee produttive e in nuovi formati. Le attuali difficoltà logistiche non stanno aiutando, e anche se la situazione dovesse migliorare rapidamente, gli effetti non sarebbero immediati, il commercio internazionale non funziona con un semplice interruttore acceso o spento. Servono tempo, continuità e stabilità per recuperare pienamente le opportunità di mercato».

■ **L'impennata dei costi logistici rischia di frenare la crescita all'estero**

■ **Investimenti per valorizzare al massimo le nuove linee di confezionamento**