

La governance

# Le nove generazioni dei **Ponti** azionisti e manager, tutto in casa

DIEGO LONGHIN

Superate con successo le insidie del 2020 il gruppo procede nel suo piano di investimento pluriennale da 25 milioni che ha già portato tecnologie 4.0 negli impianti di produzione e imbottigliamento. Ora l'obiettivo è accrescere una quota di export già salita l'anno scorso al 25%

**U**n motto che è passato di generazione in generazione: «Se non siete preparati meglio fare solo gli azionisti piuttosto che i cattivi imprenditori». Monito che ha scandito i cambi di guida dell'azienda della famiglia **Ponti**. «Mio padre e mio zio lo dicevano sempre», racconta Giacomo **Ponti**, classe 1972, amministratore delegato del marchio dell'aceto italiano per eccellenza. Ruolo condiviso con la cugina Lara **Ponti**. «Sarà questa forse una delle ragioni per cui siamo arrivati fino alla nona generazione senza disperdere quello che consideriamo non solo un patrimonio di famiglia, ma del territorio», dice in modo convinto. Un gruppo che nel 2020 ha fatturato poco meno di 128 milioni nel mondo e che con i suoi marchi dell'aceto ha prodotto oltre 119 milioni di pezzi, tra bottiglie, barattoli di conserve e sottaceti, fino ad arrivare ai succhi e alle marmellate bio prodotte con il marchio Achillea. Più di 200 dipendenti e sei stabilimenti in Italia, tra Piemonte, dove c'è il quartier generale a Ghemme nel novarese, poi l'Emilia Romagna, a Vignola nel modenese, il Veneto e il Lazio. Linee di prodotto differenti, che comprendono, oltre all'aceto di vino, il balsamico di Modena, quello di mele e la glassa. Oltre 150 mila metri quadri di linee produttive che hanno una capacità di imbottigliamento pari a 450 mila pezzi. «Fondamentale è il senso di responsabilità che sentiamo, senso di responsabilità che deve essere la linfa delle aziende familiari. L'impresa non è solo un bene di famiglia, ma sociale. Ci sono 200 persone che lavorano con noi e mantengono le loro famiglie», sottolinea l'ultima generazione **Ponti** che non tradisce la tradizione di occuparsi direttamente della gestione dell'impresa.

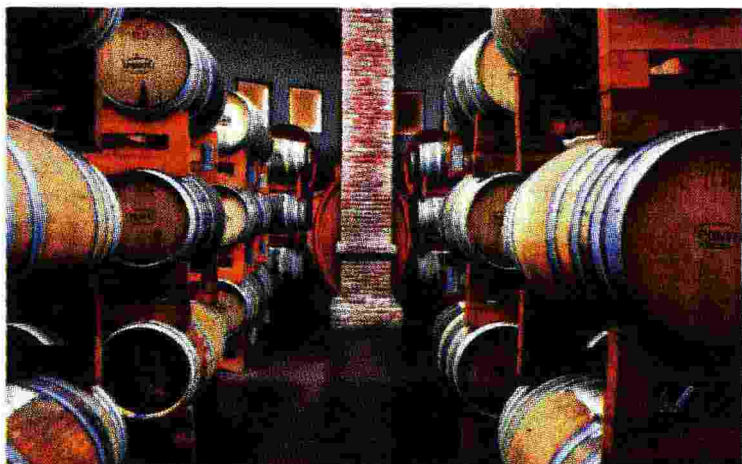
Il 2020 è stato un anno importante. La "fabbrica dell'aceto" fondata da Giovanni Battista del Ponte a Sizzano 230 anni fa - gli ultimi documenti ritrovati dallo storico Sergio Monferrini hanno retrodatato la nascita dell'azienda di 80 anni rispetto al 1867 - ha fatto fronte ad un calo netto del fatturato nella ristorazione, compensata però dal boom delle vendite sugli scaffali della grande distribuzione. E non solo per cucinare e condire i piatti del lockdown: «Il nostro è un prodotto che ha mille usi, ricordando i vecchi rimedi. "Nei periodi di crisi c'è sempre bisogno dell'aceto", diceva mio nonno. Oltre a quello alimentare, non vanno dimenticati gli altri utilizzi, soprattutto igie-

nici, ma con un prodotto naturale», sottolinea **Ponti**.

Negli ultimi dodici mesi sono stati delineati anche i nuovi investimenti di un gruppo che dal 2000 in poi ha trasformato l'aceto in un prodotto moderno, giovane, immaginando nuove linee per soddisfare gusti differenti. La società ha presentato un piano di investimenti triennale da 25 milioni di euro che tocca tutti i siti produttivi italiani. Nuovi impianti all'avanguardia, in un'ottica di "fabbrica 4.0", con tecnologie che consentono di migliorare produzione, spingendo su innovazione e automazione, tracciabilità e certificazione. Investimenti che permetteranno una gestione efficiente a livello energetico e ambientale degli stabilimenti. La chiave è quella della sostenibilità. Il gruppo oggi è focalizzato verso l'export, cresciuto del 10%. Circa il 75% del fatturato è realizzato in Italia, dove **Ponti** ha più del 50% del mercato, ma quello estero sfiora ormai i 25 milioni di euro. «Siamo presenti in 74 Paesi e vogliamo incrementare ancora le nostre quote», sottolinea **Ponti**. Il mercato principale è quello dell'Europa, dalla Germania alla Spagna, dalla Svizzera alla Francia, e poi ci sono gli Stati Uniti che stanno andando molto bene. Nuove acquisizioni in vista? «Non abbiamo dossier sul tavolo - sottolinea - ma siamo sempre attenti alle occasioni che si presentano, ma non abbiamo intenzione di buttarci su nuove linee di prodotto. Rimaniamo nel campo dell'aceto, delle conserve e dei sottaceti».

Uno dei limiti del capitalismo familiare italiano è non avere le risorse e i mezzi per crescere ancora. Situazione che spinge ad aprire il capitale a soci di minoranza, a fondi di private equity oppure a puntare la bussola verso la quotazione in Borsa. Opzioni che il gruppo **Ponti** ha preso in considerazione? «Non lo escludiamo, ma per il momento non è prevista nessuna operazione del genere - risponde **Ponti** - per noi questo tipo di iniziative non possono avere solo un fine finanziario. Ci deve essere una ragione industriale alla base, un sostegno a investimenti o a progetti di acquisizione di nuove realtà che entrano nel gruppo. Siamo solidi, tutte le operazioni che abbiamo previsto sono finanziabili».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DAL SITO ISTITUZIONALE PONTI

**L'opinione**



Se non siete preparati meglio fare solo gli azionisti piuttosto che i cattivi imprenditori: è sempre stato il monito che ha scandito i cambi di guida dell'azienda

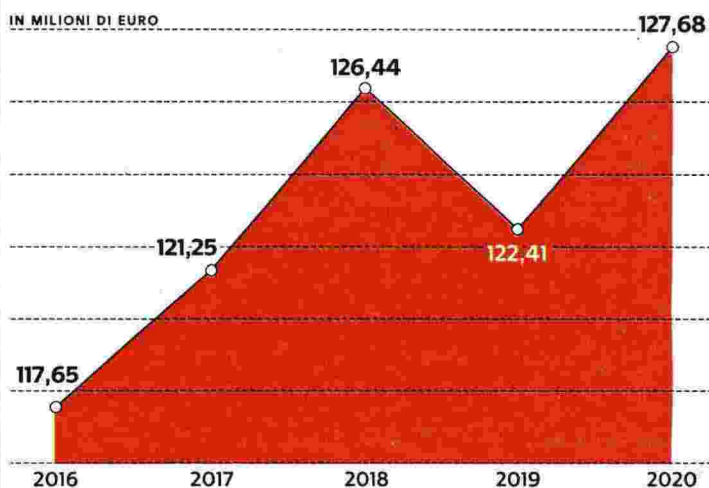
**GIACOMO PONTI**

**I numeri**



**L'ANNO NERO È STATO IL 2019: NEL 2020 È TORNATA LA CRESCITA**  
ANDAMENTO DEL FATTURATO DELLA **PONTI**

IN MILIONI DI EURO



**Giacomo Ponti**  
ad della **Ponti**



**Lara Ponti**  
dir. generale  
della **Ponti**

