

di **Armando Brianese**

Dimissioni «forzate» per Michele Rubino. L'ad Mazzuoccolo: «L'azienda ha grandi potenzialità»

NAPOLI - Più che una crisi è stato un ripiegamento su posizioni consolidate. Senza conti in rosso nè debiti. Però l'appannamento di Caffè Kimbo, marca di punta della napoletana Cafè do Brasil, secondo produttore nazionale dopo Lavazza, è bastato a incrinare l'unità di vedute della famiglia che ne è proprietaria da mezzo secolo. I cugini Rubino si sono posti il problema del rilancio del loro espresso, divenuto simbolo del caffè partenopeo grazie agli spot con Gigi Proietti e Pippo Baudo. Ma, come a volte capita nelle dinastie del capitalismo, non sono riusciti a trovare una soluzione che accontentasse tutti. Perché il piano di rilancio avrebbe dovuto tagliare di netto con la tradizione per portare il marchio simbolo del caffè napoletano ben oltre i confini della Campania. E perché il progetto disegnato da un manager esterno avrebbe finito per mettere in discussione la vecchia gestione famigliare. Tanto da convincere, alla fine, gli otto eredi dei tre fondatori (i fratelli Francesco, Gerardo ed Elio) a fare il classico passo indietro. Ma non senza traumi. Traumi Le divergenze hanno portato alle dimissioni forzate di Michele Rubino, il primogenito di Francesco che ha guidato la Cafè do Brasil per 11 anni e alla decisione, non unanime, di affidare il gruppo proprio al manager che aveva disegnato il piano di rilancio. Ora Raffaele Mazzuoccolo, 62enne con un passato in Lavazza è presidente e amministratore delegato, mentre solo tre membri su sette della famiglia azionista (Alessandra, Paola e Mario), tutti e tre rappresentanti della seconda generazione, sono rimasti in consiglio di amministrazione.

«C'è stato un ripensamento generale sulla missione dell'azienda — spiega il nuovo capo azienda —. La famiglia ha ritenuto che per meglio rispondere al mercato la cosa migliore fosse trovare qualcuno esterno in grado di cogliere le nuove esigenze » . Secondo Mazzuoccolo, che in Lavazza ha seguito in particolare l'area di business del cosiddetto « porzionato » (cioè il caffè in cialde e capsule) e la concorrenza con Nestlé, Cafè do Brasil « è un'azienda solida in termini finanziari e di mercato, ha una fortissima posizione in Campania ma è debole nel nord e all'estero. I marchi Caffè Kimbo e Caffè Kosè hanno grandi potenzialità inesprese». A frenare lo sviluppo non è stata la crisi, secondo il manager, ma «l'assuefazione ad alcuni vecchi schemi, la tendenza a difendere l'esistente piuttosto che rischiare in settori nuovi». Dopo aver analizzato trend e posizione di mercato il nuovo Ceo con l'aiuto del direttore marketing Sergio Di Sabato ha impostato la svolta industriale. « Abbiamo creato nuove le miscele — spiega — e allargato di gamma dei prodotti. Abbiamo studiato un nuovo posizionamento di brand, non più localizzato al Sud ma rivolto al Nord senza perdere le radici napoletane. Perciò abbiamo cambiato la pubblicità sostituendo Proietti, che era un testimonial troppo forte per il nostro brand, con l'attore Fabio Troiano che recita in una storia ambientata a Milano». «Tra le nuove linee di sviluppo su cui abbiamo deciso di puntare — continua — c'è il full service , cioè un servizio per i bar dove Kimbo non era presente in modo significativo, gli erogatori a capsule e il vending per gli uffici e il porzionato re tail, dedicato alle famiglie, con una nostra macchinetta e cialde per sistemi aperti. Inoltre abbiamo anche sviluppato una linea grani specifica per l'hotellerie che sarà distribuita in Italia da una importante multinazionale». Numeri Il bilancio 2009 di Cafè do Brasil si è chiuso con 140 milioni di fatturato in linea con l'anno precedente e un utile di 10 milioni. Il 90% dei ricavi è arrivato dal segmento casa il resto dal cosiddetto « fuoricasa » , la quota di export si è fermata al 10%, ma l'intenzione è raddoppiarla. « Siamo molto forti in Francia — spiega Mazzuoccolo — dove serviamo 10mila bar e in Gran Bretagna dove abbiamo rilevato un' azienda di distribuzione. L'obiettivo è sviluppare la presenza estera a parti- re da questi due presidi». Incognite L'unica incognita è la

Kimbo: il lato amaro dell'espresso. Rilancio, ma la famiglia è divisa

Scritto da

Lunedì 12 Luglio 2010 18:42 - Ultimo aggiornamento Venerdì 06 Aprile 2012 08:44

stabilità dell'azionariato. Dai verbali dell'ultima assemblea emerge che l'ex presidente Michele Rubino, neo-cavaliere del lavoro «revocato per giusta causa » dall'incarico di amministratore unico dai propri cugini, ha incaricato Ernst & Young di valutare l'azienda per poter procedere al recesso. Una decisione cui si è associata la sorella Maria che teme « il deprezzamento dei titoli a causa del danno che potrebbe derivare all'azienda senza la guida di Michele». Nell'ipotesi in cui i due azionisti volessero vendere finirebbe sul mercato il 31% della società, cioè la maggioranza relativa del capitale perché le altre azioni sono frazionate tra gli eredi in pacchetti del 10%. « Al momento non ci sono novità in questo senso — precisa Mazzuoccolo — né offerte esterne, se arriveranno decideranno gli azionisti»