

L'intervista

di Luciana Cavina

Camst, 75 anni di crescita

«Ma ora cambia tutto»

Malaguti: Rivediamo obiettivi, investimenti e tipologia dei pasti

Camst ha appena celebrato i suoi 75 anni di vita, ma «i veri festeggiamenti — confida il presidente Francesco Malaguti — li faremo a 75 anni più uno». Perché con questa pandemia «lo scenario è completamente mutato». E anche l'azienda cooperativa, leader italiana del settore della ristorazione collettiva e dei facility services deve rivedere i piani. Sospesi gli obiettivi di aumentare il fatturato fino a un miliardo di euro entro il 2021 e accantonate nuove acquisizioni, il gruppo — «comunque molto solido» — sta studiando nuove strategie.

Presidente, intanto qual è stato l'impatto sui dati economici?

«Prometeia ha calcolato per il settore un calo del fatturato del 30%, e naturalmente riguarda anche noi. Il servizio, per esempio, negli ospedali e in altre strutture è andato avanti con le mense e le pulizie e le sanificazioni, ma l'intero comparto delle scuole, di diverse mense aziendali dei self-service, bar e ristoranti è rimasto bloccato».

Lei comunque rivendica forza e solidità dell'azienda.

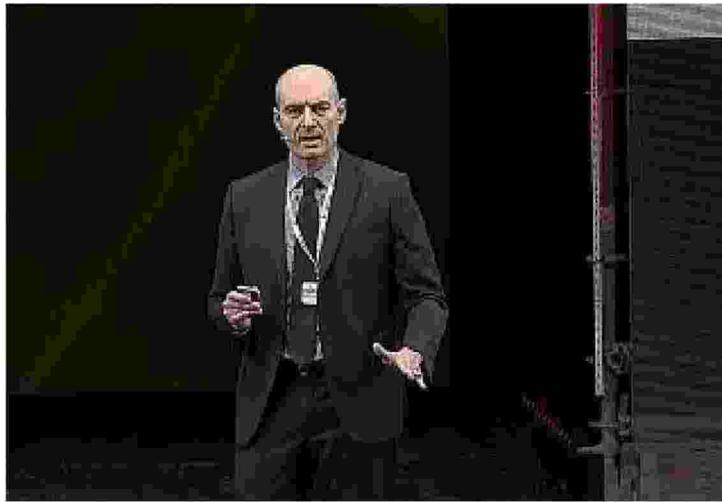
«La prossima settimana presenteremo all'assemblea dei soci il bilancio 2019 che è superiore alle aspettative, abbiamo un patrimonio di oltre 200 milioni, e siamo riusciti ad anticipare gli ammortizzatori sociali ai dipendenti nel periodo di fermo, ma facciamo parte di una filiera e non tutte le aziende possono vantare gli stessi numeri».

Per questo avete sospeso le acquisizioni preventive?

«Le nostre potenziali acquisizioni riguardavano anche l'estero, comparto che equivale al 20% del nostro fatturato. Siamo in particolare, in Danimarca, Germania e Spagna: si parla di investimenti di 170 milioni di euro insieme a imprenditori locali. L'emergenza ha colpito tutti e non è questo il momento di espandersi».

Quindi, è il momento di...?

«Innovare, dialogare, ragionare insieme. Studieremo tutta l'estate e a settembre presenteremo un nuovo piano quinquennale. Ora siamo



Al vertice Francesco Malaguti è presidente del gruppo Camst da gennaio 2019

Le cifre

● Camst è l'azienda cooperativa, leader italiana del settore della ristorazione collettiva e dei facility services fondata a Bologna nel 1945

● È passata da 16 a 16 mila dipendenti. Ora vanta un patrimonio netto di oltre 200 milioni di euro e un fatturato di quasi 800 milioni ed è presente anche in Danimarca, Spagna e Germania

già nella fase di ripresa, sta riaprendo tutto al 50% in media. Le linee guida saranno sicurezza e sostenibilità».

Qualche esempio di strategia da mettere a punto?

«Dobbiamo pensare a una sorta di alleanza con il delivery, a cui noi potremmo contribuire con una gestione attenta e certificata dei pasti. Poi dobbiamo potenziare la ricerca in tecnologia e investire nello sviluppo di app».

Pensate a consegne a domicilio?

«Non lo farà Camst, ma con la diffusione dello smart working già una grossa azienda con centinaia di dipendenti ci ha chiesto in sostanza di portare la "mensa a casa" con percorsi nutrizionali completi ed equilibrati. Pensiamo a un modello insieme ad altri partner».

E le scuole?

«Dialoghiamo con i presi-

di: i dirigenti stanno valutando se ampliare gli spazi o diversificare gli orari per i pasti, dilatare i tempi e noi siamo in grado di adeguarci, anche nelle consegne».

I menù non saranno più gli stessi...

«Molte cose non saranno più le stesse per diversi anni. Il futuro è la lunch box, ovvero pasti porzionati, imbustati, personalizzati che si possono consumare singolarmente. Studiamo preparazioni che possono essere riscaldate in padella o nel microonde, anche per le aziende. In diversi casi i menù dovranno essere semplificati, ma il nostro obiettivo di qualità ed equilibrio nutrizionale resta. Soprattutto per le scuole».

Insomma, nel 2021 ci sarà da festeggiare?

«Certo. Intanto Camst, nata da 16 cuochi e camerieri per affrontare il dopoguerra è arrivata a 16 mila dipendenti e 780 mila euro di fatturato, senza mai perdere lo spirito cooperativo e solidale. In questi mesi abbiamo attivato una campagna social che ripercorre alcune delle tappe principali della nostra storia».

luciana.cavina@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Con l'emergenza abbiamo perso il 30% di fatturato eppure il nostro gruppo è solido. Facciamo parte di una filiera e non tutte le aziende hanno questi numeri: non è il momento di espandersi

