



Salov: bilancio positivo anche nell'anno della *tempesta perfetta* Eguagliati i volumi di vendita del 2021 e 2020, fatturato a +30%

L'Assemblea Ordinaria dei soci del Gruppo Salov S.p.A. ha approvato il bilancio consolidato 2022, chiuso eguagliando i volumi di vendita record dei due esercizi precedenti e facendo registrare un incremento del 30% nel fatturato nonostante il difficile contesto di mercato. I costanti investimenti in tecnologie e digitalizzazione e le attività di vendita e marketing condotte negli ultimi anni hanno consentito al Gruppo di gestire al meglio i vari mercati e di confermarsi competitivo e in crescita.

Massarosa, 22 maggio 2023 – L'assemblea ordinaria dei soci di **Salov S.p.A.**, gruppo industriale tra i principali player mondiali del settore oleario, ha approvato il **bilancio consolidato 2022**, chiuso in **positivo** sia in termini di crescita che di consolidamento.

Il Gruppo Salov, che ha sede e stabilimento a Massarosa (Lucca) e a cui fanno capo i marchi storici **Filippo Berio e Sagra**, ha archiviato l'esercizio 2022 confermando i volumi di vendita record raggiunti nel 2021 e 2020, pari a circa **120 milioni di litri**. Il **fatturato consolidato**, soprattutto a causa dell'inflazione dei costi di produzione, ha fatto segnare un incremento annuo del **30%**, passando da 376.769.000 a **491.456.000 €** e l'**EBITDA**, dai 19.417.000 € del 2021, è salito a quota **20.081.000 € (+4,1%)**.

Resoconto di un 2022 perturbato

I risultati raggiunti da Salov nel 2022 sono ragguardevoli soprattutto considerando il contesto in cui sono maturati. Se, infatti, il 2021 era stato sino all'ultimo trimestre un anno di sostanziale assestamento dei mercati dopo lo sconvolgimento della pandemia, il 2022 è stato pesantemente condizionato dalla volatilità della situazione geopolitica e da fattori climatici avversi.

Il deflagrare della crisi ucraina ha innescato una spirale al rialzo dei costi energetici e delle *commodities* (vetro, plastica, carta). Inoltre, l'incertezza sulla disponibilità di materia prima negli oli di semi, specie quello di girasole, ha spinto molte aziende utilizzatrici di grassi vegetali a spostare i loro consumi da semi a oliva, concorrendo, con i loro acquisti, a un forte aumento dei prezzi. A ciò si sono sommati i problemi del comparto logistico, con le difficoltà nel rispettare i tempi di consegna dovuti alla limitata disponibilità di mercantili e portacontainer, frequentemente bloccati nei porti cinesi a causa dei lockdown.

A destabilizzare definitivamente il mercato degli oli d'oliva ha provveduto l'andamento della campagna agricola nell'area del Mediterraneo occidentale. Le premesse primaverili per un raccolto 2022/23 buono o comunque superiore al 2021, infatti, sono state compromesse da un'estate eccezionalmente torrida e siccitosa. Di conseguenza in Paesi come Spagna, Italia, Portogallo e Tunisia si è assistito a un drastico ridimensionamento nelle previsioni di produzione di olive, solo in minima parte compensato dai risultati di Grecia e Turchia. L'effetto finale è stato un costante incremento nei prezzi degli oli di oliva come mai in passato.

Per maggiori informazioni:

Aida Partners srl - via Rutilia, 10/8 - 20141 Milano - 02.89504650

Barbara Fortunati - barbara.fortunati@aidapartners.com

Giulia Sciarilli - giulia.sciarilli@aidapartners.com



*“In un anno tanto caotico e travagliato riuscire a confermare tutti i parametri finanziari e reddituali cogliendo il corretto compromesso tra gli aspetti puramente economici, finanziari e di equity non è stato affatto scontato” - commenta l’Ing. **Fabio Maccari, Amministratore Delegato di Salov S.p.A.** “Abbiamo dato prova di essere reattivi nel gestire i vari mercati mantenendo elevato il nostro livello di competitività. Indubbiamente, gli investimenti industriali e le attività commerciali e di marketing messe a terra negli ultimi anni ci hanno ripagato, consentendoci di crescere sia in Italia che all’estero e di non subire passivamente la forte volatilità dei mercati.”*

La crescita in Italia e nei mercati esteri

In Italia, Salov si conferma in crescita, con i marchi **Filippo Berio** e **Sagra** che, complessivamente, portano le quote di mercato a volume detenute dal Gruppo al **3,4%** nella categoria olio di oliva e al **6,2%** negli oli di semi [fonte: NielsenIQ, tot. Italia, Full year 2022].

Per quanto riguarda la presenza di Salov sui **mercati esteri**, spicca il cambio di paradigma nelle attività commerciali in **Belgio**, dove il presidio del Gruppo è diventato diretto tramite una propria risorsa *resident* che si interfaccia direttamente con i retailer locali. Di assoluto rilievo sono anche le performance fatte registrare da Salov in **Brasile**, con la filiale di São Paulo che, a soli tre anni dalla costituzione, ha migliorato sensibilmente la distribuzione del prodotto e ha più che raddoppiato il suo giro d’affari.

Peraltro, la crescita di Salov nel corso del 2022 è testimoniata anche dalle **nuove assunzioni di personale**: 8 in Italia e 3 nelle filiali estere che sottolineano ancora una volta l’attenzione alle persone e all’organizzazione aziendale del prossimo futuro nonostante la complessa congiuntura economica e di mercato. Ne è una dimostrazione concreta il **progetto Talent Garden**, iniziativa che ha visto coinvolti per circa sei mesi 25 giovani in attività di formazione finalizzate a individuare punti di forza e aree di miglioramento, creando supporto a percorsi di crescita individuale e di sviluppo professionale.

Investimenti

Salov ha proseguito nel 2022 la sua politica di costanti investimenti sia industriali, indirizzati a incrementare l’efficienza delle linee di produzione e degli stoccaggi, sia di digitalizzazione, ambito nel quale il percorso aziendale è giunto ad un livello di avanzamento molto elevato.

Nella seconda metà dello scorso anno, inoltre, il Gruppo ha partecipato a diversi bandi nell’ambito del **PNRR** con l’obiettivo di potenziare e anticipare i progetti già previsti tra cui l’incremento delle capacità di stoccaggio dell’olio extra vergine e l’adeguamento dell’area ecologica per facilitare le attività di gestione, separazione e stoccaggio dei rifiuti aziendali. In totale, tra interventi implementati e investimenti programmati, l’impegno finanziario dell’Azienda si colloca nell’ordine dei **20 milioni di euro**.

Sostenibilità

Nel corso dell’esercizio 2022, Salov ha inoltre concretizzato il proprio percorso sostenibile, iniziato alcuni anni fa, in un **Piano di Sostenibilità** finalizzato a individuare i pillar e le macro-azioni da sviluppare nel breve e medio periodo per potenziare il proprio sviluppo in questo ambito. Dopo una



valutazione e un benchmark di settore e dei competitor, è stata realizzata un'analisi dello status aziendale e sono state identificate le aree in cui Salov si distingue e quelle da implementare ulteriormente. Il Piano di Sostenibilità prevede 41 progetti in molti ambiti e reparti aziendali. Il 2022 inoltre, sarà rendicontato da Salov con il suo secondo **Bilancio di Sostenibilità**, che uscirà a settembre 2023.

La **SALOV SpA** nasce nel **1919** dalla volontà di Giovanni Silvestrini, storico socio in affari di Filippo Berio fondatore dell'omonimo marchio, e di un gruppo di imprenditori lucchesi. Rapidamente l'azienda diventa un punto di riferimento della Lucchesia nel mondo. Salov ha sede a **Massarosa**, in provincia di Lucca, ed è **tra le più grandi Aziende del settore oleario** con un fatturato netto consolidato nel 2022 di circa 491 milioni di euro e 120 milioni di litri venduti. Dal 2015 fa parte del Gruppo Internazionale Bright Food.

Il Gruppo Salov è presente da sempre sul mercato italiano con lo storico marchio **Sagra** e ha lanciato a fine 2019, per la prima volta in Italia, il marchio **Filippo Berio**, brand con oltre 150 anni di storia presente in tutto il mondo e in posizione di leadership in USA, UK e Russia, oltre che in Belgio, Svizzera e Hong Kong.

In Italia, Filippo Berio è presente con una gamma dedicata, capace di rispondere a un consumatore sempre più esigente in termini di **qualità** e soprattutto di **tracciabilità** e **sostenibilità**. Grazie al **Metodo Berio**, infatti, ogni fase del processo produttivo è tracciata e certificata a partire dal campo e dall'applicazione delle tecniche sostenibili della produzione integrata.

Per maggiori informazioni:
Aida Partners srl - via Rutilia, 10/8 - 20141 Milano - 02.89504650
Barbara Fortunati - barbara.fortunati@aidapartners.com
Giulia Sciartilli - giulia.sciartilli@aidapartners.com