

è ancora nel 60 % dei casi a carattere familiare, ma va rilevato il recente ingresso di gruppi finanziari esterni al settore con partecipazioni in attività collaterali. Data la situazione finanziaria non sempre brillante di queste imprese (v. l'analisi sui bilanci) l'interesse di questi gruppi sembrerebbe indicare la possibilità di strategie di integrazione intrasettoriale nel campo delle macchine per l'industria alimentare. Finora va infatti rilevato che i gruppi presenti hanno agito secondo logiche prevalenti di specializzazione per segmento già riscontrate in altri comparti della meccanica strumentale (Gros-Pietro e Rolfo). Si tratterebbe di un caso esemplare di concentrazione orizzontale (Dutz): l'integrazione è cercata solo con imprese operanti nello stesso mercato con prodotti complementari come le macchine per confezionamento o gli arredamenti per negozi. La prima opzione è tipica dei produttori di macchine per la pasta secca e si è indirizzata essenzialmente alla acquisizione di imprese esistenti. Per contro l'offerta di arredamenti riguarda le imprese specializzate in macchine per panifici, pizzerie, ecc. e sembra essere stata attuata come diversificazione dell'attività principale e quindi come gemmazione di attività dall'impresa madre (crescita per linee interne) in una fase ancora iniziale del processo di crescita (Irer).

Al momento due soli gruppi sono presenti con una gamma articolata di macchine che copre più di un segmento, ma tale situazione potrebbe modificarsi nel breve periodo in funzione di strategie di diversificazione intrasettoriale (orizzontale). Le motivazioni sembrano molteplici: da un lato si riscontra la necessità di presentarsi con una gamma di macchine completa per la realizzazione di impianti chiavi in mano sempre più richiesti anche nei paesi industrializzati. Da un altro punto di vista l'evoluzione dell'industria alimentare verso la costituzione di grandi gruppi integrati verticalmente (dai molini ai biscottifici, alla pasta) tende a restringere il numero dei clienti potenziali i quali sono però interessati non solo ad un segmento, ma a tutto il settore. Esiste infine la