



L'INTERVISTA

Piovesana: «Siamo quelli che non mollano»

■ A PAGINA 17



LE ANALISI

PwC: «Le tre mosse per il Nordest»

■ A PAGINA 19



IL FUTURO

Santolamazza: «Start up non chiamatele incubate»

■ A PAGINA 23

di Treviso
la tribuna

TOP500

IL DOSSIER

SUPPLEMENTO GRATUITO AL NUMERO ODIERNO - DIRETTORE RESPONSABILE PIERANGELA FIORANI

VENERDÌ 12 DICEMBRE 2014

INDICI E PERFORMANCE DELLE PRIME 500 AZIENDE TREVIGIANE NEI BILANCI 2013 IN 11 SETTORI

LA SFIDA GLOBALE

**NUOVI MERCATI,
FINANZA D'IMPRESA,
MANAGEMENT,
INNOVAZIONE
E GREEN ECONOMY.
I NUMERI E LE STORIE
DELLE IMPRESE
CHE GUARDANO
OLTRE LA CRISI**

L'ANALISI

di UGO SOSTERO

Con questa seconda analisi dei dati di bilancio delle prime 500 imprese per volume di ricavi della provincia di Treviso possiamo valutare l'andamento dell'economia trevigiana nel contesto della crisi che ha caratterizzato gli ultimi anni a livello sia nazionale che globale.

Se osserviamo l'aggregato dei bilanci delle prime 500 imprese del 2013 (come si trattasse di un'unica gigantesca holding che opera in tutti comparti economici del territorio provinciale) otteniamo l'immagine di un'impresa con 30,4 miliardi di euro di ricavi e 31,6 miliardi di totale delle attività (ossia l'insieme degli investimenti realizzati dalle aziende del campione) che riesce a produrre un risultato economico positivo ma molto contenuto. Infatti, l'utile netto aggregato ammonta appena a 243 milioni di euro, e quindi ne risulta una redditività del capitale proprio (ROE) solo dell'1,6%, che esprime la (modesta) remunerazione delle risorse investite dalla proprietà dell'impresa.

Confrontando l'aggregato dei bilanci delle prime 500 imprese del 2013 per le quali sono disponibili dati comparativi del 2012 si può osservare che anche nel 2013 c'è stato un peggioramento delle performance economiche. Se i ricavi e l'Ebitda (margine operativo lordo) sono rimasti sostanzialmente invariati, gli altri valori

Tagli, innovazione, capitali così il peggio è passato

I risultati del 2013 in lieve peggioramento nascondono una grande varietà di performance. Si ferma chi non ha adeguato il proprio modello di business

redditali sono diminuiti: il risultato operativo (Ebit) del 18,7%, l'utile netto addirittura del 36,6%. Anche il totale delle attività risulta in lieve calo (-1,0%) mentre il totale del patrimonio netto cresce del 29,7%. Tra le (poche) note positive si segnala una diminuzione degli oneri finanziari del 9,1% che ha prodotto anche una minor incidenza degli oneri finanziari sull'Ebitda (dal 20,5% rilevato nel 2012 al 18,6% del 2013). Ciò significa che rispetto all'anno precedente la ricchezza prodotta in valore assoluto è minore, ma la quota di questa ricchezza che viene poi assorbita per il pagamento degli interessi passivi si è ridotta.

Gli indici di bilancio risentono negativamente dall'andamento di questi valori: la redditività del capitale proprio (Roe) scende dal 3,2% all'1,6%, la redditività del totale attivo (Roa) dal 3,4% al 2,8, la redditività

delle vendite (Ros) dal 3,6% al 2,9%. Invece il rapporto di indebitamento (Debiti/Totale fonti di finanziamento) presenta un significativo miglioramento dal 62,2% del 2012 al 50,6% del 2013, poiché a parità di risorse investite è aumentato l'apporto di mezzi finanziari a titolo di capitale proprio. La situazione complessiva quindi non è certo rosea, ma nell'analisi svolta l'anno precedente gli indicatori erano peggiori di quelli che emergono dai dati ora esaminati. Ciò fa sperare che la parte peggiore della crisi sia già alle spalle.

L'analisi dell'aggregato delle prime 500 imprese tende a mediare i risultati che, pur essendo complessivamente in lieve peggioramento, nascondono però una grande varietà di performance aziendali, come si potrà vedere anche nell'analisi dei singoli settori che sarà condotta nelle pagine seguenti. La crisi, infatti, non è stata affrontata

allo stesso modo da tutte le imprese. Un numero consistente di aziende sembra averla abbastanza superata: se dall'aggregato si passa ad analizzare le performance delle singole imprese che lo compongono si può notare che una parte delle imprese è riuscita a crescere anche nel 2013 e a produrre risultati migliori: per il 61% delle imprese i ricavi nel 2013 sono cresciuti rispetto a quelli del 2012 e per il 53% è migliorato il risultato economico (lo scorso anno erano solo il 47%). Se osserviamo le prestazioni solo di queste ultime imprese scopriamo che nel loro caso la redditività del capitale proprio è salita dal 6,4% al 9,7%, la redditività del totale attivo dal 4,5% al 7,1%, la redditività delle vendite dal 4,7% al 7,4%.

In conclusione, da questa seconda ricerca condotta sul territorio della Marca trevigiana il panorama che sembra emerge-

re dalla lettura dei dati di bilancio delle prime 500 imprese è di una economia che nel complesso, per mantenere le proprie quote di mercato e frenare la caduta dei fatturati ha dovuto sacrificare i margini e investire nuovi capitali. Ma è aumentata la quota delle imprese che presenta indicatori di performance in miglioramento e che probabilmente sta superando la crisi attraverso adeguati percorsi di innovazione e di internazionalizzazione dei propri mercati. La compagine delle imprese che soffre un ridimensionamento dei propri volumi di ricavi e dei relativi margini sulle vendite è sempre consistente, ma si va assottigliando. Quelle che non saranno in grado di adeguare il proprio modello di business alle sfide del mercato globale sono destinate nel prossimo futuro a essere rimpiazzate nella classifica dalle imprese che stanno investendo per la crescita.

LE FIRME



Moreno Mancin
ricercatore di Economia Aziendale
Dipartimento di Management
Ca' Foscari



Ugo Sostero
ordinario di Economia aziendale
Dipartimento di Management
Ca' Foscari
Venezia



Carlo Marcon
ricercatore di Economia aziendale
Ca' Foscari



Chiara Saccon
professore associato di International Accounting
dipartimento di Management
Ca' Foscari



Marco Fasan
è ricercatore di Economia aziendale
dipartimento di Management
Ca' Foscari

QUESTA RICERCA

Un team di Ca' Foscari e PwC

L'analisi dei bilanci 2013 delle 500 imprese di maggiori dimensioni della provincia di Treviso è stata condotta da un gruppo di docenti del Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari Venezia, coordinato da Moreno Mancin e composto da Ugo Sostero, Chiara Saccon, Carlo Marcon e Marco Fasan. Il team di ricerca si è dedicato all'analisi dei dati e all'elaborazione dei commenti generali e di quelli relativi ai singoli settori esposti nelle pagine seguenti. L'estrazione dei dati è stata realizzata con estrema cura e attenzione dal dott. Paolo Vezzaro di PwC (PricewaterhouseCoopers) - che ha contribuito anche al commento dei risultati relativi ad alcuni settori - con il supporto del dott. Alberto Zanforlin. Ai colleghi che hanno partecipato alla realizzazione della ricerca e a PwC che l'ha finanziata vanno i nostri più sentiti ringraziamenti.

Supplemento al numero odierno de
LA TRIBUNA DI TREVISO
Direttore responsabile
PIERANGELA FIORANI
Vice direttore
ANTONELLO FRANCAICA
A cura di
TIZIANO MARSON
Concessionaria pubblicità:
A. Manzoni & C. S.p.A.
Corso del Popolo 42
31100 Treviso
Tel. 0422/575611

GLOSSARIO

Indice	Calcolo	Significato
Ricavi	E il valore complessivo delle vendite effettuate nell'anno di riferimento	Misura il giro d'affari dell'azienda
EBITDA	(Margine Operativo Lordo - MOL) è la differenza tra i ricavi e i costi legati all'acquisto di beni e servizi e al costo del lavoro	Misura il reddito operativo non considerando i costi stimati quali ammortamenti e svalutazioni. Approssima, con qualche semplificazione, l'ammontare della liquidità prodotta nel periodo dalla gestione caratteristica
EBITDA/Ricavi	E' il rapporto tra EBITDA e ricavi	Esprime il reddito operativo generato dalla gestione caratteristica dell'azienda come percentuale sui ricavi. Rende l'EBITDA comparabile tra aziende di diversa dimensione
EBIT	(Reddito Operativo Complessivo) somma tra risultato operativo e reddito della gestione patrimoniale	Esprime la capacità dell'azienda di generare reddito attraverso la gestione caratteristica e gli eventuali investimenti di natura patrimoniale
Utile/Perdita	E' l'ultima riga del conto economico	Rappresenta l'incremento (decremento) di ricchezza complessiva generato dall'impresa per effetto della gestione
Oneri Finanziari	Rappresenta l'ammontare di interessi passivi corrisposti in un determinato periodo	Costituisce il costo che sostiene l'impresa per accedere a determinate categorie di finanziamenti
Passività	(Mezzi di terzi) sono l'insieme dei debiti finanziari e operativi a carico dell'impresa alla data di chiusura del bilancio, compresi i fondi rischi e oneri	Rappresenta il valore complessivo dei debiti in essere dell'impresa alla fine dell'esercizio. Si considerano tutte le categorie di debito (commerciali, finanziari e di altra natura)
Patrimonio Netto	(Mezzi propri) sono l'insieme delle risorse che fanno riferimento ai soci	Rappresenta il capitale di rischio investito nell'impresa
Rapporto indebitamento	E' il rapporto tra mezzi di terzi e il totale delle fonti di finanziamento (mezzi di terzi più mezzi propri)	Rappresenta la percentuale degli investimenti (attività) finanziata da terzi. Al crescere del rapporto si riduce la solidità patrimoniale
OF/EBITDA	Rapporto tra oneri finanziari e EBITDA	Indica la quota di margine operativo lordo assorbito dagli oneri finanziari. Attenzione: è positivo (negativo) quanto l'EBITDA è positivo (negativo)
ROA	(Return on Assets) rapporto tra EBIT e totale attivo	Esprime la redditività operativa in funzione del totale delle attività
ROS	(Return on Sales) rapporto tra EBIT e fatturato	Esprime la redditività delle vendite, ovvero il margine operativo delle vendite in termini percentuali
ROE	(Return on Equity) rapporto tra utile/perdita e patrimonio netto	Esprime la redditività netta dei mezzi propri, ossia delle risorse che fanno riferimento ai soci.
Differenziale di leva	Differenza tra ROA e Costo medio dell'indebitamento	Misura la capacità di creare valore attraverso il debito. Se il differenziale di leva è positivo (negativo) significa che il rendimento del capitale raccolto a titolo di debito è superiore (inferiore) al relativo costo

IL METODO

I dati di Aida sul volume di ricavi 2013

La ricerca è stata condotta sulle prime 500 aziende della provincia di Treviso per volume di ricavi generato nel 2013. I dati e gli indicatori sono stati estrapolati dal database AIDA di Bureau Van Dijk e integrati, con riferimento ai dati mancanti, dai bilanci originali depositati presso la Camera di Commercio. Per le aziende che presentano una chiusura dei conti in data diversa dal 31.12 si è fatto riferimento al bilancio più recente presente nel database AIDA con almeno sei mesi di attività svolta nel 2013.

Nei limiti delle informazioni disponibili si è cercato di evitare duplicazioni di valori, riportando per le aziende che rientrano nel perimetro di un gruppo societario solo i dati relativi al bilancio consolidato (colonna Cons), se presente. Nel ristretto numero di casi in cui il bilancio consolidato di un gruppo non sia risultato disponibile, si è provveduto ad inserire i dati relativi ai bilanci individuali delle aziende del gruppo con sede legale nella provincia di Treviso. La costruzione dei settori è stata realizzata sulla base dei codici Ateco associati a ciascuna azienda. In presenza di holding finanziarie si è provveduto a riclassificare il gruppo nel settore in cui operativamente è stata realizzata la maggior parte dei ricavi nel 2013, sempre nei limiti delle informazioni disponibili. Nel ristretto numero di gruppi che svolgono attività molto diversificata in più settori, si è provveduto a classificare lo stesso all'interno della categoria residuale "Altri settori".

IL PANORAMA

Benetton divisa in tre De' Longhi va in testa

Dopo lo spaccettamento di Ponzano, che non ha presentato il consolidato Silea guida il 2013 con un incremento del 6,7% davanti a Permasteelisa

LA SCALATA

+30

CANTINE VENETO ORIENTALE
LA MARCA VINI E SPUMANTI

+22

BISCOTTI CRICH (DA 75° A 54°)

+19

CALZATURIFICIO S.C.A.R.P.A. (72°)

+17

CARRON CAV. ANGELO (DA 46° A 29°)

+1

GRUPPO DE' LONGHI (DA 2° A 1°)
PERMASTEELISA (DA 3° A 2°)

di MORENO MANCIN

La classifica generale delle Top 500 imprese della provincia di Treviso vede collocarsi sul gradino più alto del podio il Gruppo De' Longhi che nel 2013 arriva a superare 1,6 miliardi di euro d'affari complessivo con un incremento del 6,7% rispetto al corrispondente dato del 2012. L'azienda di elettrodomestici si posiziona davanti a Permasteelisa che con quasi 1,4 miliardi di ricavi passa dal terzo al secondo posto in classifica, superando Bencom, l'azienda commerciale di Benetton che registra un calo del fatturato di quasi 200 milioni, portandosi poco al di sotto di 1,2 miliardi di ricavi complessivi. La classifica tuttavia risente dell'indisponibilità dei valori del bilancio consolidato di Benetton da cui si sarebbe potuto ottenere un dato più attendibile del reale volume di affari generato dal gruppo

di Ponzano Veneto. L'analisi è stata pertanto condotta riportando distintamente i valori di bilancio delle tre società controllate da Benetton Group, tra cui Bencom e Benind. Ritornando alla classifica, di fatto le prime 10 posizioni vedono le stesse protagoniste dell'anno precedente, con IJR, la finanziaria del gruppo Geox, che guadagna un posto in classifica nonostante la sensibile riduzione dei ricavi a scapito del Gruppo che fa capo alla famiglia Zanetti (Segafredo) che con una riduzione dei ricavi di oltre il 18% scende dal sesto al settimo posto in graduatoria. Se estendiamo il campo di osservazione alle posizioni dalla 11 alla 20 possiamo osservare l'ingresso nella top 20 di Pasta Zara che scala ben 6 posizioni con un incremento dei ricavi di oltre 20 milioni e il passaggio dal 16° al 13° posto di Pro-Gest Spa, leader a livello nazionale nella produzione di carta e im-

ballaggi.

Tra le aziende che hanno scalato la classifica generale meritano una menzione particolare la Nuova Industria Biscotti Crich che, con un aumento del giro di affari di oltre il 33,2% sale di ben 22 posizioni, piazzandosi al 54° posto e la Carron Cav. Angelo, nota aziende del settore delle costruzioni, che con un incremento dei ricavi del 52%, balza dal 46° al 29° posto in classifica. In questa direzione si distinguono anche il Calzaturificio S.c.a.r.p.a. - azienda leader nella produzione di calzature da montagna, in salita di ben 19 posizioni con un aumento dei ricavi del 34,4% - e le due cooperative Cantine Viticoltori Veneto Orientale e La Marca Vini e Spumanti, entrambe in ascesa in classifica di ben trenta posizioni.

Sul fronte della redditività aziendale, misurata attraverso l'Ebitda sui ricavi, nella parte alta della classifica si di-



stinguono Zoppas Industries, Pro-Gest, Superbeton (Gruppo Grigolin), Came, AMA-Crai, Maia Agroindustriale, Veneta Cucine, Codognotto, con incrementi del valore dell'Ebitda 2013 sul 2012 che oscillano tra il 20 e il 70%. Risultati altrettanto soddisfacenti si riscontrano an-

che in diverse aziende che collocano nella parte centrale della classifica. Tra queste ricordiamo realtà come Tenuta Belcorvo, Stonelly, Simec, Latterie Venete, A.C. srl (Astoria Vini), Meeting Group, che rilevano incrementi di Ebitda superiori al 40%. Tuttavia, è doveroso

SINTESI SETTORI

Settore	N° imprese 2013	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12*	Ebitda/Ricavi 2013	2012	Imprese in utile		Imprese con ricavi in crescita 2013-2012	Imprese con reddito in crescita 2013-2012
						2013	2012		
Calzature, tessile e abbigliamento	50	5.542.919	-6,4%	3,7%	6,6%	69,6%	67,4%	58,7%	56,5%
Fabbricazione di macchinari e apparecchiature	46	4.990.770	2,1%	11,5%	10,7%	87,0%	80,4%	52,2%	39,1%
Prodotti alimentari e bevande	46	3.423.232	-0,9%	7,9%	8,5%	80,4%	75,6%	73,9%	78,3%
Commercio all'ingrosso	85	3.421.241	3,0%	3,4%	3,8%	84,7%	86,9%	55,3%	57,6%
Fabbricazioni in metallo	28	2.310.257	-0,2%	5,9%	7,2%	85,7%	82,1%	50,0%	46,4%
Fabbricazione di mobili e arredamento	38	1.703.724	0,0%	9,0%	8,5%	71,1%	73,7%	47,4%	55,3%
Edilizia, costruzioni e attività immobiliari	18	1.532.064	2,4%	11,9%	11,1%	77,8%	77,8%	50,0%	50,0%
Utilities e gestione dei rifiuti	11	1.478.032	-13,5%	9,9%	8,2%	90,9%	100,0%	45,5%	18,2%
Commercio al dettaglio	11	629.008	0,3%	3,8%	3,2%	72,7%	54,5%	54,5%	54,5%
Commercio e riparazione di autoveicoli	19	580.642	-2,3%	2,3%	1,8%	73,7%	63,2%	57,9%	47,4%
Altri settori	148	5.130.606	8,7%	10,1%	7,3%	79,1%	78,1%	62,8%	53,4%
Totale	500	30.742.494	0,6%	7,6%	7,6%	79,4%	77,8%	60,6%	53,0%

* la variazione % dei ricavi è calcolata limitatamente alle imprese presenti nella top 500 in entrambi gli anni in esame

2013 riescono ad ottenere un Ebitda maggiore del 10% sui ricavi, dato tendenzialmente allineato a quello dell'anno precedente dove erano 118 le aziende in grado di superare tale soglia. Se spostiamo l'attenzione ai dati aggregati per settore, trova immediata conferma il dato sulla modesta redditività che emerge dalla lettura complessiva dei bilanci. Solo due settori sui primi 10 riescono a superare la soglia del 10% in termini di Ebitda: si tratta del settore della Fabbricazione di macchinari e apparecchiature e di quello della Edilizia, costruzioni e immobiliare con un valore che si attesta intorno all'11%. Si iniziano così a cogliere, su questo versante, i primi timidi segnali di miglioramento, se si considera che ben 6 settori

su 10 (più quello residuale) denotano un leggero miglioramento per questo indicatore, mentre il dato medio complessivo, sempre in termini di Ebitda, a livello provinciale si mantiene stabile al 7,6%. Il primo settore per volume di affari nella provincia è quello della Calzatura, tessile e abbigliamento - comparto storico dell'economia trevigiana - che arriva a generare ricavi complessivi per oltre 5,5 miliardi di euro, sebbene in calo di oltre il 6% rispetto al corrispondente dato del 2012. Ad onor del vero, è necessario precisare che i ricavi del settore sono stati determinati aggregando i valori di bilancio delle singole aziende di Benetton Group, non essendo disponibile il relativo bilancio consolidato. Segue il comparto del-

la Fabbricazione di Macchinari e Apparecchiature, con quasi 5 miliardi di euro di affari generato, in modesta crescita rispetto all'esercizio precedente. Al terzo posto si assiste di fatto ad un ex-aequo, se si considera che il settore Prodotti alimentari e bevande e quello del Commercio all'ingrosso, con oltre 3,4 miliardi di fatturato sono separati da solo due milioni di euro di ricavi. Nella parte bassa della classifica si osserva invece il sorpasso del Commercio al dettaglio sul Commercio e riparazione di autoveicoli. Sebbene il primo registri una crescita modesta dei ricavi (0,3%), stacca di circa 50 milioni di euro il secondo dove continua la contrazione delle vendite anche nel 2013, attestandosi intorno ai 580 mi-

lioni di ricavi complessivi. La tabella relativa ai settori mostra anche alcuni segnali positivi che non bisogna trascurare. In primis, ben 4 aziende su 5 della Marca (79,4% di precisione) riescono a chiudere i conti in utile, con un incremento di quasi due punti percentuali rispetto al corrispondente dato dell'esercizio precedente. Tutti i settori, su questo indicatore, presentano dati confortanti, se si considera che il dato "peggiore" è registrato dalla prima in classifica (Calzature, tessile e abbigliamento), con il 69,6% delle imprese in utile. Il 60,6% delle imprese, inoltre, registra ricavi in crescita, mentre il 53% riesce a migliorare i risultati economici di periodo. Anche quest'anno il settore dei Prodotti alimentari e bevande è quello maggiormente in salute, con quasi il 74% di impre-

se con fatturato in crescita e ben il 78,3% con utile/perdita in miglioramento. Sono invece quattro i settori dove almeno metà delle imprese hanno avuto volumi in contrazione, ossia Fabbricazioni in metallo, Fabbricazione di mobili e arredamento, Edilizia, costruzioni e attività immobiliari e Utilities e gestione rifiuti. Questi risultati potrebbero rappresentare i primi frutti di interventi di razionalizzazione dei processi produttivi, di rivisitazione dei modelli di business e, non ultimo, di avvio di importanti processi di internazionalizzazione che molte imprese - soprattutto di piccole e medie dimensioni - hanno considerato ormai prioritario, se non addirittura indispensabile, nell'attuazione delle proprie strategie.

LA CLASSIFICA

RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale	IFRS	CON	Ricavi delle vendite 2013	2012	EBITDA 2013	2012	EBIT 2013	2012	Utile/Perdita 2013	2012	Oneri Finanziari 2013	2012	Attività 2013	2012	Patrimonio Netto 2013	2012	Rapporto Indebitamento 2013	2012	OF/EBITDA 2013	2012	ROA 2013	2012	ROS 2013	2012	ROE 2013	2012	Ragione Sociale
1	1	DE' LONGHI S.P.A.	x	x	1.606.763	1.506.039	237.761	220.956	192.895	185.366	117.491	118.459	37.882	34.934	1.501.579	1.527.363	669.943	634.024	55,4%	58,5%	15,9%	15,8%	12,8%	12,1%	12,0%	12,3%	17,5%	18,7%	DE' LONGHI S.P.A.
2	3	PERMASTEELISA S.P.A.	x	x	1.384.871	1.352.445	47.888	82.863	26.296	57.377	9.552	33.321	37.579	40.388	1.312.908	1.181.182	253.958	250.273	80,7%	78,8%	78,5%	48,7%	2,0%	4,9%	1,9%	4,2%	3,8%	13,3%	PERMASTEELISA S.P.A.
3	2	BENCOM S.R.L.			1.190.186	1.379.969	-11.239	104.665	-271.412	2.839	-138.259	-15.114	15.099	18.339	1.561.040	1.752.510	851.952	990.212	45,4%	43,5%	-134,4%	17,5%	-17,4%	0,2%	-22,8%	0,2%	-16,2%	-1,5%	BENCOM S.R.L.
4	4	BENIND S.P.A.			964.767	1.113.380	23.803	30.139	2.136	475	-5.439	-2.021	358	420	553.285	612.405	234.604	240.042	57,6%	60,8%	1,5%	1,4%	0,4%	0,1%	0,2%	0,0%	-2,3%	-0,8%	BENIND S.P.A.
5	5	ASCO HOLDING S.P.A.	x	x	863.960	1.085.369	102.141	97.192	79.108	70.732	42.136	27.503	7.436	9.299	873.958	962.245	419.177	400.229	52,0%	58,4%	7,3%	9,6%	9,1%	7,4%	9,2%	6,5%	10,1%	6,9%	ASCO HOLDING S.P.A.
6	7	LIR S.R.L. (GEOX)	x	x	849.590	890.709	34.268	96.309	-16.998	45.889	-21.268	6.482	8.777	9.263	1.313.036	1.269.841	928.985	956.837	29,2%	24,6%	25,6%	9,6%	-1,3%	3,6%	-2,0%	5,2%	-2,3%	0,7%	LIR S.R.L. (GEOX)
7	6	MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP S.P.A.	x	x	808.079	986.725	58.822	58.538	26.352	20.340	7.444	2.436	8.636	11.167	592.262	577.862	219.008	213.722	63,0%	63,0%	14,7%	19,1%	4,4%	3,5%	3,3%	2,1%	3,4%	1,1%	MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP S.P.A.
8	8	ZOPPAS FINANZIARIA S.P.A.	x	x	681.288	712.567	92.338	102.770	13.684	25.373	-6.674	-5.654	13.231	19.380	937.172	1.048.669	390.326	397.973	58,4%	62,0%	14,3%	18,9%	1,5%	2,4%	2,0%	3,6%	-1,7%	-1,4%	ZOPPAS FINANZIARIA S.P.A.
9	9	ZOPPAS INDUSTRIES - S.P.A.	x	x	593.749	567.642	51.148	35.477	13.588	6.412	52	-9.305	12.545	11.564	570.054	580.989	122.580	122.405	78,5%	78,9%	24,5%	32,6%	3,8%	1,1%	3,6%	1,1%	0,0%	-7,6%	ZOPPAS INDUSTRIES - S.P.A.
10	10	GLOBAL GARDEN PRODUCTS ITALY S.P.A.	x	x	436.828	432.829	33.226	34.267	-317	20.045	-27.593	-11.120	12.347	15.238	471.060	498.823	190.999	138.790	76,6%	72,2%	37,2%	44,5%	-0,1%	4,0%	-0,1%	4,6%	-25,1%	-8,0%	GLOBAL GARDEN PRODUCTS ITALY S.P.A.
11	11	DELCLIMA S.P.A.	x	x	344.672	368.319	28.848	32.424	-7.446	-8.233	-12.114	-17.626	4.135	8.702	477.703	467.222	244.182	257.794	48,9%	44,8%	14,3%	26,8%	-1,6%	-1,8%	-2,2%	-2,2%	-5,0%	-6,8%	DELCLIMA S.P.A.
12	12	TECNICA GROUP S.P.A.	x	x	325.676	335.247	17.363	16.272	2.397	2.056	-21.205	-15.904	11.804	13.556	281.730	322.589	25.237	49.109	91,0%	84,8%	68,0%	83,3%	0,9%	0,6%	0,7%	0,6%	-84,0%	-32,4%	TECNICA GROUP S.P.A.
13	16	PRO-GEST S.P.A.	x	x	312.275	281.317	46.127	33.353	28.108	15.947	9.665	2.336	11.434	11.146	489.116	465.936	149.981	139.961	69,3%	70,0%	24,8%	33,4%	5,7%	3,4%	9,0%	5,7%	6,4%	1,7%	PRO-GEST S.P.A.
14	14	FASSA S.R.L.	x	x	303.333	312.425	59.207	52.563	23.348	16.465	8.627	3.573	6.468	8.138	491.199	519.266	225.817	217.690	54,0%	58,1%	10,9%	15,5%	4,8%	3,2%	7,7%	5,3%	3,8%	1,6%	FASSA S.R.L.
15	13	NICE GROUP S.P.A.	x	x	297.845	317.598	43.478	54.590	33.339	44.147	21.094	27.884	12.058	10.815	612.351	651.261	370.616	449.973	39,5%	30,9%	27,7%	19,8%	5,4%	6,8%	11,2%	13,9%	5,7%	6,2%	NICE GROUP S.P.A.
16	15	SUPERBETON S.P.A.	x	x	294.248	310.251	43.456	35.788	15.215	13.854	300	1.719	12.987	11.970	463.653	560.029	188.942	188.280	59,2%	66,4%	29,9%	33,4%	3,3%	2,5%	5,2%	4,5%	0,2%	0,9%	SUPERBETON S.P.A.
17	17	COMPAGO S.R.L. (MEDIA PROFILI - ARKO)	x	x	269.394	263.326	32.391	36.947	24.297	28.730	16.394	20.989	519	637	217.477	182.815	150.142	133.526	31,0%	27,0%	1,6%	1,7%	11,2%	15,7%	9,0%	10,9%	10,9%	15,7%	COMPAGO S.R.L. (MEDIA PROFILI - ARKO)
18	19	IMPRESA TONON S.P.A.	x	x	253.893	244.530	20.214	21.595	7.967	9.021	742	1.352	5.676	5.862	325.818	362.928	89.995	90.352	72,4%	75,1%	28,1%	27,1%	2,4%	2,5%	3,1%	3,7%	0,8%	1,5%	IMPRESA TONON S.P.A.
19	21	VEGA - SOCIETA' COOPERATIVA	x	x	239.982	237.947	3.660	3.770	-489	-526	28.329	18.731	317	359	240.141	221.732	174.027	146.575	27,5%	33,9%	8,7%	9,5%	-0,2%	-0,2%	-0,2%	-0,2%	16,3%	12,8%	VEGA - SOCIETA' COOPERATIVA
20	26	PASTA ZARA S.P.A.	x	x	235.969	214.409	14.623	14.567	7.037	5.113	1.267	1.147	5.260	4.583	285.518	247.144	96.289	82.531	66,3%	66,6%	36,0%	31,5%	2,5%	2,1%	3,0%	2,4%	1,3%	1,4%	PASTA ZARA S.P.A.
21	20	SME S.P.A.			232.748	238.750	10.467	9.098	2.304	502	-826	-1.782	1.792	2.249	162.233	168.880	22.675	23.501	86,0%	86,1%	17,1%	24,7%	1,4%	0,3%	1,0%	0,2%	-3,6%	-7,6%	SME S.P.A.
22	18	AMA - CRAI EST SOCIETA' COOPERATIVA	x	x	230.621	245.534	2.019	1.238	466	216	390	18	627	589	74.471	78.947	3.200	1.863	95,7%	97,6%	31,1%	47,6%	0,6%	0,3%	0,2%	0,1%	12,2%	0,9%	AMA - CRAI EST SOCIETA' COOPERATIVA
23	27	ARIELE HOLDING S.P.A.	x	x	228.486	206.205	27.453	24.669	6.558	6.910	22.802	-3.486	3.877	4															

LA CLASSIFICA

RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale	IFRS	Cont.	Ricavi delle vendite 2013	Ricavi delle vendite 2012	EBITDA 2013	EBITDA 2012	EBIT 2013	EBIT 2012	Utile/Perdita 2013	Utile/Perdita 2012	Oneri Finanziari 2013	Oneri Finanziari 2012	Attività 2013	Attività 2012	Patrimonio Netto 2013	Patrimonio Netto 2012	Rapporto Indebitamento 2013	Rapporto Indebitamento 2012	OF/EBITDA 2013	OF/EBITDA 2012	ROA 2013	ROA 2012	ROS 2013	ROS 2012	ROE 2013	ROE 2012	Ragione Sociale	
51	53	SANGALLI VETRO MANFREDONIA S.P.A.		x	107.716	103.856	605	883	-15.059	-17.090	-13.439	-17.047	7.439	6.853	242.052	246.175	57.842	66.282	76,1%	73,1%	1229,6%	776,1%	-6,2%	-6,9%	-14,0%	-16,5%	-23,2%	-25,7%	SANGALLI VETRO MANFREDONIA S.P.A.	
52	52	CARRARO S.P.A.			103.212	104.453	1.807	1.257	-596	-1.186	-1.341	-1.315	894	835	53.874	55.511	6.970	8.311	87,1%	85,0%	49,5%	66,4%	-1,1%	-2,1%	-0,6%	-1,1%	-19,2%	-15,8%	CARRARO S.P.A.	
53	74	NUOVA INDUSTRIA BISCOTTI CRICH - SPA		x	102.510	76.622	13.144	12.672	6.536	7.939	2.452	5.156	1.377	927	160.587	80.294	36.248	28.223	77,4%	64,9%	10,5%	7,3%	4,1%	9,9%	6,4%	10,4%	6,8%	18,3%	NUOVA INDUSTRIA BISCOTTI CRICH - SPA	
54	61	ASOLO GOLD S.P.A.			100.734	90.421	1.559	822	855	423	659	306	460	478	20.122	19.757	3.582	2.913	82,2%	85,3%	29,5%	58,2%	4,2%	2,1%	0,8%	0,5%	18,4%	10,5%	ASOLO GOLD S.P.A.	
55	51	CONSORZIO AGRARIO DI TREVISO E BELLUNO - COOP			100.149	104.900	2.771	3.673	1.360	2.159	1.076	1.317	895	1.038	71.639	77.167	19.181	18.144	73,2%	76,5%	32,3%	28,3%	1,9%	2,8%	1,4%	2,1%	5,6%	7,3%	CONSORZIO AGRARIO DI TREVISO E BELLUNO - SOCIETA'	
56	43	CO.MET.FER. S.P.A.			99.769	126.379	1.782	1.517	1.175	822	9	47	438	601	34.212	39.131	7.985	7.976	76,7%	79,6%	24,6%	39,6%	3,4%	2,1%	1,2%	0,7%	0,1%	0,6%	CO.MET.FER. S.P.A.	
57	-	BELLBRU S.R.L.		x	99.488	0	7.467	0	4.403	0	2.250	0	387	0	86.736	0	36.228	-	58,2%	-	5,2%	-	5,1%	-	4,4%	-	6,2%	-	BELLBRU S.R.L.	
58	58	ALIGROUP S.R.L.		x	96.917	92.844	5.168	5.161	2.221	1.996	363	1.160	647	708	60.352	61.088	12.250	11.868	79,7%	80,6%	12,5%	13,7%	3,7%	3,3%	2,3%	2,2%	3,0%	9,8%	ALIGROUP S.R.L.	
59	54	GRUPPO MONTI S.P.A.		x	95.515	101.484	9.750	10.241	4.676	3.908	-2.571	-2.133	3.294	4.556	141.592	150.723	19.484	25.252	86,2%	83,2%	33,8%	44,5%	3,3%	2,6%	4,9%	3,9%	-13,2%	-8,4%	GRUPPO MONTI S.P.A.	
60	55	LOTTO SPORT ITALIA S.P.A.		x	95.468	97.288	9.093	5.364	5.356	1.349	2.282	-4.921	3.946	4.761	103.937	112.318	-	1.125	-	2.370	101,1%	102,1%	43,4%	88,8%	5,2%	1,2%	5,6%	1,4%	-202,8%	LOTTO SPORT ITALIA S.P.A.
61	62	ALCHIMIA S.P.A. (ALTANA)		x	90.788	90.088	7.147	10.734	1.278	3.660	2.031	1.872	1.234	1.753	204.944	196.939	95.948	95.022	53,2%	51,8%	17,3%	16,3%	0,6%	0,6%	1,9%	1,4%	4,1%	2,1%	2,0%	ALCHIMIA S.P.A. (ALTANA)
62	64	CONVERSE ITALIA SRL			88.336	86.997	25.459	22.680	23.843	21.742	16.338	14.901	94	134	88.254	68.459	53.188	36.850	39,7%	46,2%	0,4%	0,6%	27,0%	31,8%	27,0%	25,0%	30,7%	40,4%	CONVERSE ITALIA SRL	
63	65	DEIMOS S.R.L.		x	85.370	84.867	18.520	17.720	12.294	12.853	4.519	7.684	1.662	1.907	87.828	82.394	26.247	24.020	70,1%	70,8%	9,0%	10,8%	14,0%	15,6%	14,4%	15,1%	17,2%	32,0%	DEIMOS S.R.L.	
64	47	COMAS - COSTRUZIONI MACCHINE SPECIALI - S.P.A.		x	84.058	115.253	14.472	18.303	13.442	17.097	114.842	112.434	73.305	71.135	114.842	112.434	73.305	71.135	36,2%	36,7%	1,0%	2,5%	11,7%	15,2%	16,0%	14,8%	12,7%	16,7%	COMAS - COSTRUZIONI MACCHINE SPECIALI - S.P.A.	
65	67	ONGETTA S.R.L.			84.019	81.958	3.754	2.023	2.930	1.364	2.082	896	68	87	55.813	57.070	8.600	6.517	84,6%	88,6%	1,8%	4,3%	5,3%	2,4%	3,5%	1,7%	24,2%	13,7%	ONGETTA S.R.L.	
66	57	FIL MAN MADE GROUP - S.R.L.			83.272	93.095	-3.061	-1.373	-4.210	-2.449	-19.006	-8.774	3.484	3.375	81.689	100.099	20.926	39.949	74,4%	60,1%	-113,8%	-245,8%	-5,2%	-2,4%	-5,1%	-2,6%	-90,8%	-22,2%	FIL MAN MADE GROUP - S.R.L.	
67	70	LATTERIA MONTELO S.P.A.			82.404	79.271	16.077	15.534	12.398	12.297	8.325	8.354	301	390	50.753	53.107	25.316	21.990	50,1%	60,1%	1,9%	2,5%	24,4%	23,2%	15,0%	15,5%	32,9%	39,4%	LATTERIA MONTELO S.P.A.	
68	81	CONSORZIO INTERCOMUNALE PRIULA		x	82.177	65.343	11.684	9.359	3.403	2.183	690	749	501	440	64.950	59.584	15.683	12.943	75,9%	78,3%	4,3%	4,7%	5,2%	3,7%	4,1%	3,3%	4,4%	5,8%	CONSORZIO INTERCOMUNALE PRIULA	
69	83	CONSORZIO AZIENDA INTERCOM.LE DI BACINO TREVISO 3		x	80.745	65.114	11.572	9.551	3.456	2.566	452	857	524	466	64.004	59.319	15.534	13.013	75,7%	78,1%	4,5%	4,9%	5,4%	4,3%	4,3%	3,9%	2,9%	6,6%	CONSORZIO - AZIENDA INTERCOMUNALE DI BACINO	
70	68	GARBUIO S.P.A.			80.312	81.931	12.369	12.259	9.931	9.722	6.822	6.840	15	51	82.587	69.671	30.632	27.011	62,9%	61,2%	0,1%	0,4%	12,0%	14,0%	12,4%	11,9%	22,3%	25,3%	GARBUIO S.P.A.	
71	89	CALZATURIFICIO S.C.A.R.P.A. - S.P.A.		x	79.975	59.487	13.530	8.321	11.276	5.290	7.249	3.113	238	394	55.004	44.262	35.212	27.733	36,0%	37,3%	1,8%	4,7%	20,5%	12,0%	14,1%	8,9%	20,6%	11,2%	CALZATURIFICIO S.C.A.R.P.A. - S.P.A.	
72	66	BATTISTELLA FINANZIARIA S.R.L.		x	78.892	82.658	9.295	9.752	2.344	3.116	-116	605	1.772	1.871	117.463	118.807	24.627	24.611	79,0%	79,3%	19,1%	19,2%	2,0%	2,6%	3,0%	3,8%	-0,5%	2,5%	BATTISTELLA FINANZIARIA S.R.L.	
73	75	OCSA - OFFICINE DI CROCETTA S.P.A.			78.249	76.387	6.344	5.132	2.941	1.613	1.757	1.283	114	115	55.542	55.117	27.279	27.021	50,9%	51,0%	1,8%	2,2%	5,3%	2,9%	3,8%	2,1%	6,4%	4,7%	OCSA - OFFICINE DI CROCETTA S.P.A.	
74	59	BASF CONSTRUCTION CHEMICALS ITALIA SPA			77.697	90.655	8.472	5.309	1.319	-1.498	1.104	-6.724	188	252	65.109	70.378	4.011	2.907	93,8%	95,9%	2,2%	4,7%	2,0%	-2,1%	1,7%	-1,7%	27,5%	-231,3%	BASF CONSTRUCTION CHEMICALS ITALIA SPA	
75	82	SIRETTESSILE S.R.L.			73.948	65.122	5.996	3.777	5.678	3.454	63.847	58.420	25.273	23.835	63.847	58.420	25.273	23.835	60,4%	59,2%	4,6%	8,0%	8,9%	5,9%	7,7%	5,3%	14,8%	10,1%	SIRETTESSILE S.R.L.	
76	79	FORNO D'ASOLO S.P.A.			73.751	68.972	13.423	12.248	9.095	8.262	6.344	5.825	1	3	49.169	42.951	32.854	27.510	33,2%	35,9%	0,0%	0,0%	18,5%	19,2%	12,3%	12,0%	19,3%	21,2%	FORNO D'ASOLO S.P.A.	
77	80	FZATTIVA S.P.A.		x	72.161	68.432	7.047	5.514	5.350	3.524	2.184	969	1.827	2.321	64.775	69.416	19.594	12.957	69,8%	81,3%	25,9%	42,1%	8,3%	5,1%	7,4%	5,1%	11,1%	7,5%	FZATTIVA S.P.A.	
78	60	SOLIGON S.P.A.			69.357	90.526	975	1.157	692	799	208	89	296	439	21.860	28.661	4.682	4.473	78,6%	84,4%	30,4%	38,0%	3,2%	2,8%	1,0%	0,9%	4,4%	2,0%	SOLIGON S.P.A.	
79	92	GRUPPO PIAZZETTA S.P.A.			67.902	58.076	7.557	6.220	5.806	4.593	54.982	50.143	23.147	20.787	54.982	50.143	23.147	20.787	57,9%	58,5%	6,0%	7,8%	10,6%	9,2%	8,6%	7,9%	14,1%	13,4%	GRUPPO PIAZZETTA S.P.A.	
80	72	IWIS INSULATION WATERPROOFING I.S. TEGOLA CANADESE		x	67.528	78.968	7.239	8.890	2.853	2.981	-463	998	1.904	2.300	107.200	108.930	47.526	49.618	55,7%	54,4%	26,3%	25,9%	2,7%	2,7%	4,2%	3,8%	-1,0%	2,0%	IWIS INSULATION WATERPROOFING I.S. TEGOLA CANADESE	
81	76	ELFRA S.R.L.		x	67.077	71.804	6.864	8.441	4.683	6.254	5.824	5.533	106	135	71.638	66.556	47.595	44.810	33,6%	32,7%	1,5%	1,6%	6,5%	9,4%	7,0%	8,7%	12,2%	12,3%	ELFRA S.R.L.	
82	78	LA TERMOPIAVE S.R.L.			66.664	69.323	1.844	1.240	1.030	425	294	57	464	313	18.047	19.329	810	515	95,5%	97,3%	25,2%	25,3%	5,7%	2,2%	1,6%	0,6%	36,3%	11,1%	LA TERMOPIAVE S.R.L.	
83	84	SILCA SPA			65.644	64.703	7.328	7.316	5.084	4.549	57.795	66.145	18.892	18.926	67.314	67.145	18.892	18.926	67,3%	71,4%	1,7%	4,0%	8,8%	6,9%	7,7%	7,0%	17,3%	10,9%	SILCA SPA	
84	91	DT INVEST S.R.L.		x	65.638	58.668	3.810	3.308	2.354	2.161	756	1.506	346	207	61.373	53.050	9.456	9.106	84,6%	82,8%	9,1%	6,3%	3,8%	4,1%	3,6%	3,7%	8,0%	16,5%	DT INVEST S.R.L.	
85	85	LATTERIA DI SOLIGO SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA			65.003	62.602	129.499	2.215	131.028	768	13	10	-333	405	37.148	39.489	9.432	9.411	74,6%	76,2%	-0,3%	18,3%	352,7%	1,9%	201,6%	1,2%	0,1%	0,1%	LATTERIA DI SOLIGO SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA	
86	88	I.P.G. S.R.L.		x	64.545	61.022	4.129	4.420	2.340	2.225	1.067	1.205	476	557	49.689	47.353	12.555	11.722	74,7%	75,2%	11,5%	12,6%	4,7%	4,7%	3,6%	3,6%	8,5%	10,3%	I.P.G. S.R.L.	
87	71	MAEG FIN S.R.L.		x	64.418	79.065	7.407	12.687	4.736	9.816	3.410	5.750	825	1.103	133.574	139.328	35.395	32.158	73,5%	76,9%	11,1%	8,7%	3,5%	7,0%	7,4%	12,4%	9,6%	17,9%	MAEG FIN S.R.L.	
88	63	FISHER & PAYKEL APPLIANCES ITALY S.P.A.			64.275	89.241	6.275	11.675	3.927	8.394	1.052	5.776	263	353	58.851	55.959	31.746	28.663	46,1%	47,0%</										

LA CLASSIFICA

RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale	IFRS	Cont.	Ricavi delle vendite		EBITDA		EBIT		Utile/Perdita		Oneri Finanziari		Attività		Patrimonio Netto		Rapporto Indebitamento		OF/EBITDA		ROA		ROS		ROE		Ragione Sociale
					2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	
251	256	TRIO S.R.L.			24.831	23.157	1.522	1.283	480	498	270	233	1	2	12.132	10.212	1.631	1.916	86,6%	81,2%	0,1%	0,1%	4,0%	4,9%	1,9%	2,1%	16,6%	12,2%	TRIO S.R.L.
252	263	S.A.M.A.C. - SRL			24.796	22.565	794	485	695	399	293	110	170	181	14.125	12.122	1.629	1.335	88,5%	89,0%	21,4%	37,3%	4,9%	3,3%	2,8%	1,8%	18,0%	8,3%	S.A.M.A.C. - SRL
253	204	GALOI S.R.L.			24.763	28.266	368	348	33	1	42	-718	0	0	3.536	4.173	1.931	2.084	45,4%	50,0%	0,1%	0,0%	0,9%	0,0%	0,1%	0,0%	2,2%	-34,4%	GALOI S.R.L.
254	253	COOPERATIVA AGRICOLA SPAZIO - COOPERATIVA			24.671	23.601	269	303	133	204	51	65	182	177	10.287	9.498	995	825	90,3%	91,3%	67,6%	58,4%	1,3%	2,1%	0,5%	0,9%	5,1%	7,8%	COOPERATIVA AGRICOLA SPAZIO - SOCIETA'
255	284	DOTTOR GROUP S.P.A.			24.651	20.009	743	1.054	528	758	109	198	502	445	23.243	18.304	2.235	2.227	90,4%	87,8%	67,6%	42,2%	2,3%	4,1%	2,1%	3,8%	4,9%	8,9%	DOTTOR GROUP S.P.A.
256	193	MOSOLE S.P.A.		x	24.615	29.531	1.461	2.651	-897	-386	-1.433	-15	1.476	1.694	100.966	104.053	57.043	55.528	43,5%	46,6%	101,0%	63,9%	-0,9%	-0,4%	-3,6%	-1,3%	-2,5%	0,0%	MOSOLE S.P.A.
257	277	HT S.P.A.			24.097	21.237	4.788	3.717	4.506	3.407	3.091	2.484	3	4	18.634	16.827	13.974	11.722	25,0%	30,3%	0,1%	0,1%	24,2%	20,2%	18,7%	16,0%	22,1%	21,2%	HT S.P.A.
258	270	SOCIETA' AGRICOLA DELLA ROCCA SPA			24.063	22.021	1.789	1.467	1.056	837	100	63	750	705	52.500	49.199	25.401	18.371	51,6%	62,7%	41,9%	48,1%	2,0%	1,7%	4,4%	3,8%	0,4%	0,3%	SOCIETA' AGRICOLA DELLA ROCCA SPA
259	488	SENNA GROUP SRL			23.974	1.181	244	42	244	42	153	29	0	0	2.035	242	191	39	90,6%	84,0%	0,0%	0,0%	12,0%	17,3%	1,0%	3,6%	79,8%	74,1%	SENNA GROUP SRL
260	477	E.MA.PRI.CE. S.P.A.			23.787	10.913	1.735	1.465	1.055	794	55	4	742	647	32.228	23.064	2.864	1.963	91,1%	91,5%	42,8%	44,2%	3,3%	3,4%	4,4%	7,3%	1,9%	0,2%	E.MA.PRI.CE. S.P.A.
261	467	ZAR S.R.L.			23.760	11.820	42	5	41	4	28	3	1	0	4.040	1.511	120	92	97,0%	93,9%	3,2%	0,0%	1,0%	0,2%	0,2%	0,0%	23,1%	2,9%	ZAR S.R.L.
262	271	I.M.S. - INDUSTRIE MECCANICHE SCARDELLATO			23.671	22.016	2.400	-3.080	946	-4.972	73	-3.337	508	407	4.040	1.511	120	92	97,0%	65,4%	21,2%	-13,2%	2,4%	-13,8%	4,0%	-22,6%	0,4%	-26,8%	I.M.S. - INDUSTRIE MECCANICHE SCARDELLATO
263	259	PIEFTE UNION S.P.A.			23.432	22.948	622	516	313	208	26	37	168	151	14.205	14.440	2.023	1.997	85,8%	86,2%	27,0%	29,3%	2,2%	1,4%	1,3%	0,9%	1,3%	1,8%	PIEFTE UNION S.P.A.
264	232	DALLAN S.P.A.			23.396	26.265	1.658	988	966	383	483	124	161	180	23.563	16.509	4.213	3.370	82,1%	79,6%	9,7%	18,2%	4,1%	2,3%	4,1%	1,5%	11,5%	3,7%	DALLAN S.P.A.
265	248	BECHER SPA			23.381	24.403	1.123	818	509	281	122	38	57	52	14.994	15.868	7.310	7.188	51,2%	54,7%	5,1%	6,4%	3,4%	1,8%	2,2%	1,2%	1,7%	0,5%	BECHER SPA
266	190	FM METAL TRADING SRL			23.248	30.040	607	539	435	392	31	27	351	310	10.596	11.022	1.062	656	90,0%	94,0%	57,7%	57,5%	4,1%	3,6%	1,9%	1,3%	2,9%	4,2%	FM METAL TRADING SRL
267	219	QUADRIFOGLIO SISTEMI D'ARREDO S.P.A.			23.142	26.972	1.680	2.485	774	1.226	182	957	222	214	25.590	28.288	9.139	9.558	64,3%	66,2%	13,2%	8,6%	3,0%	4,3%	3,3%	4,5%	2,0%	10,0%	QUADRIFOGLIO SISTEMI D'ARREDO S.P.A.
268	231	COMMERCIALE VENETA BELTRAME S.P.A.			22.793	26.289	929	1.189	319	535	46	317	291	300	24.481	25.008	6.934	6.888	71,7%	72,5%	31,3%	25,2%	1,3%	2,1%	1,4%	2,0%	0,7%	4,6%	COMMERCIALE VENETA BELTRAME S.P.A.
269	267	TIESSE S.P.A.			22.755	22.270	557	508	202	126	84	94	102	98	14.772	12.624	2.935	2.981	80,1%	76,4%	18,2%	19,2%	1,4%	1,0%	0,9%	0,6%	2,9%	3,1%	TIESSE S.P.A.
270	260	ICA SYSTEM S.R.L.			22.656	22.852	1.630	1.548	1.130	1.133	455	606	258	255	17.568	16.845	2.921	2.467	83,4%	85,4%	15,8%	16,5%	6,4%	6,7%	5,0%	5,0%	15,6%	24,6%	ICA SYSTEM S.R.L.
271	483	WEGA MACCHINE PER CAFFE' S.R.L.			22.492	7.484	3.459	430	3.417	195	2.168	14	188	115	11.978	13.172	3.375	1.208	71,8%	90,8%	5,4%	26,8%	28,5%	1,5%	15,2%	2,6%	64,2%	1,2%	WEGA MACCHINE PER CAFFE' S.R.L.
272	272	GIDAUTO - S.R.L.			22.263	21.910	423	314	228	161	89	106	29	44	9.605	6.989	2.823	2.733	70,6%	60,9%	6,8%	14,1%	2,4%	2,3%	1,0%	0,7%	3,2%	3,9%	GIDAUTO - S.R.L.
273	289	BELLIO FRATELLI - S.R.L.			22.243	19.317	820	1.128	762	1.043	148	48	416	453	16.068	16.557	4.664	4.516	71,0%	67,7%	50,8%	40,2%	4,7%	6,3%	3,4%	5,4%	3,2%	1,1%	BELLIO FRATELLI - S.R.L.
274	276	VENEGAZZU' S.P.A.		x	21.989	21.370	3.037	1.227	-116	815	-592	393	464	464	40.269	41.869	20.293	18.653	49,6%	55,4%	13,0%	37,8%	4,6%	-0,3%	8,4%	-0,5%	4,0%	-3,2%	VENEGAZZU' S.P.A.
275	213	CENTRO RISORSE S.R.L.			21.825	27.592	1.747	2.435	621	1.266	184	269	281	355	24.521	27.407	7.112	7.029	71,0%	74,4%	16,1%	14,6%	2,5%	4,6%	2,8%	4,6%	2,6%	3,8%	CENTRO RISORSE S.R.L.
276	249	PROMED S.R.L.			21.821	24.287	2.179	2.605	1.868	2.136	1.261	1.384	0	11	18.629	18.642	10.452	9.794	43,9%	47,5%	0,0%	0,4%	10,0%	11,5%	8,6%	8,8%	12,1%	14,1%	PROMED S.R.L.
277	291	TOP LINEA S.P.A.			21.584	19.234	1.634	1.684	366	364	34	5	448	340	26.475	24.443	7.953	7.918	70,0%	67,6%	27,4%	20,2%	1,4%	1,5%	1,7%	1,9%	0,4%	0,1%	TOP LINEA S.P.A.
278	325	STILCURVI S.R.L.			21.323	19.798	1.848	1.448	673	360	-1.398	-184	8	0	21.800	21.649	12.718	14.117	41,7%	34,8%	0,4%	0,0%	3,1%	1,7%	3,2%	2,0%	-11,0%	-1,3%	STILCURVI S.R.L.
279	308	FORATO - S.P.A.			21.277	18.443	85	-42	-79	-230	-73	-209	17	31	6.920	6.877	2.343	2.416	66,1%	64,9%	19,9%	-74,3%	-1,1%	-3,3%	-0,4%	-1,2%	-3,1%	-8,6%	FORATO - S.P.A.
280	326	PROGRESS PROFILES SPA			21.155	17.786	3.098	2.224	2.354	1.354	1.473	603	70	157	17.506	14.653	5.285	4.412	69,8%	69,9%	2,3%	7,1%	13,4%	9,2%	11,1%	7,6%	27,9%	13,7%	PROGRESS PROFILES SPA
281	197	JESSE SPA			21.007	29.309	166	664	-997	-965	74	-1.586	288	355	37.947	45.128	1.454	781	96,2%	98,3%	173,3%	53,4%	-2,6%	-2,1%	-4,7%	-3,3%	5,1%	-203,2%	JESSE SPA
282	283	IL GUFO S.P.A.			20.959	20.241	3.126	3.277	2.623	2.752	1.632	1.831	124	104	18.134	17.075	10.492	9.459	42,1%	44,6%	4,0%	3,2%	14,5%	16,1%	12,5%	13,6%	15,6%	19,4%	IL GUFO S.P.A.
283	323	AGRIBETON S.P.A.			20.691	17.857	3.790	1.527	3.192	937	1.866	572	123	222	18.612	14.451	10.499	9.209	43,6%	36,3%	3,2%	14,5%	17,1%	6,5%	15,4%	5,2%	17,8%	6,2%	AGRIBETON S.P.A.
284	258	LEIBALLI & CUZZUOL - S.P.A.			20.638	23.008	813	526	556	273	449	190	1	0	15.029	14.996	11.723	12.171	22,0%	18,8%	0,1%	0,0%	3,7%	1,8%	2,7%	1,2%	3,8%	1,6%	LEIBALLI & CUZZUOL - S.P.A.
285	482	ROBOR SRL			20.627	9.591	805	421	540	191	239	75	41	46	17.554	18.679	3.366	3.127	80,8%	83,3%	5,1%	10,8%	3,1%	1,0%	2,6%	2,0%	7,1%	2,4%	ROBOR SRL
286	330	NEUVENDIS S.P.A.			20.510	17.488	1.504	1.127	1.377	1.070	840	662	70	77	11.093	9.594	3.297	2.856	70,3%	70,2%	4,6%	6,9%	12,4%	11,1%	6,7%	6,1%	25,5%	23,2%	NEUVENDIS S.P.A.
287	402	COCCOVO SRL			20.358	14.264	583	352	394	182	184	65	75	75	3.615	7.582	648	465	82,1%	93,9%	13,5%	21,2%	10,9%	2,4%	1,9%	1,3%	28,3%	13,9%	COCCOVO SRL
288	304	FAVARO SERVIZI S.R.L.			20.356	18.707	1.070	1.269	976	1.201	813	1.053	1	1	7.896	7.723	4.955	4.442	37,2%	42,5%	0,1%	0,1%	12,4%	15,5%	4,8%	6,4%	16,4%	23,7%	FAVARO SERVIZI S.R.L.
289	268	BENETTON RETAIL ITALIA S.R.L.			20.204	22.240	-5.700	-6.867	-5.850	-6.902	-5.160	-5.374	43	44	26.974	37.858	23.745	28.905	12,0%	23,6%	-0,8%	-0,6%	-21,7%	-18,2%	-29,0%	-31,0%	-21,7%	-18,6%	BENETTON RETAIL ITALIA S.R.L.
290	297	F.LLI CANIL S.P.A.			20.139	19.109	449	484	2	120	-44	-86	114</																

I GRUPPI

Pro-Gest, la carta vincente

Con Zoppas Industries, Ama e Superbeton i risultati migliori tra i consolidati

di CHIARA SACCON

Nell'anno 2013 i venti grandi gruppi che caratterizzano il sistema economico della provincia di Treviso, nonostante il perdurare della difficile congiuntura, dimostrano una costante e generale capacità di generare reddito che incide in maniera significativa nella complessiva produzione di ricchezza delle Top 500 imprese della provincia. Tuttavia, l'analisi del profilo economico dei gruppi evidenzia una flessione in alcune dimensioni di performance che si accompagna, però, a segnali positivi che provengono dall'analisi della struttura finanziaria.

L'utile prodotto dai gruppi nel 2013 contribuisce in larga misura, 88,1%, all'ammontare del risultato economico rilevato per tutte le imprese dell'area trevigiana. Si tratta infatti di un valore pari a 214.237 milioni di euro, a fronte di un importo complessivo di reddito delle top 500 di 243.144. Il corrispondente dato relativo al 2012 era notevolmente inferiore, 55,7%, pari a un valore di 212.475 di utile

dei gruppi su un totale di 381.716 di risultato delle top 500. Il dato in aumento dell'utile prodotto dai gruppi, di quasi un'unità percentuale rispetto al 2012, si scontra con i risultati non positivi della variazione delle altre variabili economiche quali il fatturato e l'Ebitda, in calo sul 2012. Dall'analisi dei bilanci dei maggiori gruppi emerge che il peso del fatturato complessivo del loro sottoinsieme, rispetto al campione delle 500 aziende, è del 34,6%, in lieve diminuzione rispetto al dato del 2012 di 35,7%. A fronte, infatti, di una stabilità del fatturato complessivo della totalità delle aziende del campione, più 0,6% sul 2012, il fatturato dei gruppi diminuisce di quasi il 3% rispetto all'anno precedente. L'Ebitda in valore assoluto segna una contrazione del 5,3% rispetto al 2012 e si riduce dal 9,9% sui ricavi del 2012 al 9,6% dell'anno 2013. Se si confronta tale dato con il campione delle top 500 si rileva invece un lieve aumento dell'Ebitda rispetto al 2012 e una stabilità dell'incidenza sui ricavi, che rimane al 7,6%, inferiore comunque alla per-

LE CIFRE

214

MILIONI DI UTILE PRODOTTO DAI GRUPPI NEL 2013: L'88% DEL RISULTATO ECONOMICO TOTALE DELL'AREA TREVIGIANA

243

IL REDDITO COMPLESSIVO DELLE TOP 500 DELLA MARCA IN MILIONI DI EURO. IL DATO DEL 2012 ERA INFERIORE: 212 MILIONI

formance dei venti gruppi. L'utile netto dei gruppi registra, come sopra detto, una crescita dello 0,8%, nonostante la contrazione dell'ammontare dei ricavi, e in netto contrasto con l'andamento dell'utile complessivo delle Top 500 che, invece, subisce una diminuzione complessiva del 36,6%.

La struttura delle fonti di finanziamento dei gruppi, che segnala il grado di rischio finanziario connesso allo svolgimento dell'attività aziendale, appare in miglioramento poiché l'indice di indebitamento

è in diminuzione passando dal 62,5% del 2012 al 58,8% del 2013. Conseguentemente si riduce anche l'incidenza del relativo costo dell'indebitamento rispetto al 2012 in calo dell'8,7%. Per converso, cresce, sia pur di poco, l'incidenza degli oneri finanziari sull'Ebitda, con conseguente ripercussione negativa sul differenziale di leva, che peggiora nel corso del 2013.

Se i dati aggregati possono dare una visione di insieme, non mostrano però l'elevata varietà delle situazioni che caratterizzano i singoli gruppi. La riduzione complessiva dei ricavi è principalmente imputabile a dieci gruppi che registrano un calo del fatturato tra cui si rilevano due casi significativi che vedono un decremento intorno al 20%. L'altra metà dei gruppi Top 20 riporta ricavi complessivamente in crescita dell'11%. Stessa suddivisione sul fronte dell'Ebitda, con dieci gruppi su venti che sono riusciti a migliorare tale indicatore, in termini assoluti e percentuali. Metà dei gruppi hanno raggiunto valori dell'Ebitda sui ricavi maggiori del 10,2% con un massimo del



Federico Zoppas

19,5%.

L'esame della struttura finanziaria dei gruppi evidenzia che per sette di essi l'indebitamento è cresciuto, anche se in maniera contenuta, anche se a livello complessivo si registra una tendenziale diminuzione dell'indebitamento sul 2012. Il differenziale di leva risulta negativo nel 2013 per ben dieci dei venti gruppi per l'incidenza del costo dell'indebitamento non controbilanciata dalla redditività dell'attivo (ROA). Infine, l'indice oneri finanziari sull'Ebitda raggiunge in alcuni casi un valore così

elevato da influire pesantemente sul risultato economico finale.

Nel 2013 le situazioni dei gruppi risultano alquanto diversificate in base ai valori presenti nei bilanci consolidati e gli indici calcolati. Due gruppi in particolare mostrano una performance economica di rilievo con riferimento ai parametri del fatturato, dell'Ebitda e del rapporto Ebitda/fatturato. Sono il gruppo Progest e il gruppo Zoppas Industries ad emergere per l'incremento dei ricavi e del margine operativo lordo nonché del margine sulle vendite (Ebitda/fatturato). Se alla performance economica si accosta la dimensione finanziaria, misurata dalla riduzione dell'indebitamento e l'incidenza degli oneri finanziari sull'Ebitda a distinguersi sono ancora il gruppo Progest e i gruppi Ama e Superbeton.

L'indagine condotta sui gruppi della Marca fa emergere una situazione di difficoltà che investe anche le realtà aziendali più strutturate e con maggiori risorse a disposizione. Si delinea un quadro che appare compreso sotto un profilo economico e migliore sotto quello finanziario, tuttavia le realtà aziendali che negli anni hanno investito in tecnologie, ricerca e sviluppo e qualità dei prodotti si distinguono per la capacità di recupero di quote di mercato sia in Italia che all'estero con positivi effetti sulla loro redditività.

I PRIMI VENTI BILANCI CONSOLIDATI

	Ricavi		Utile/perdita		Ebitda/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
	2013	Δ 2013-12	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
DE' LONGHI S.P.A.	1.606.763	6,69%	117.491	118.459	14,8%	14,7%	55,4%	58,5%	8,3%	8,2%	15,9%	15,8%
PERMASTEELISA S.P.A.	1.384.871	2,40%	9.552	33.321	3,5%	6,1%	80,7%	78,8%	-1,5%	0,5%	78,5%	48,7%
ASCO HOLDING S.P.A.	863.960	-20,40%	42.136	27.503	11,8%	9,0%	52,0%	58,4%	7,4%	5,7%	7,3%	9,6%
LIR S.R.L.	849.590	-4,62%	-21.268	6.482	4,0%	10,8%	29,2%	24,6%	-3,6%	0,7%	25,6%	9,6%
M. ZANETTI BEVERAGE GROUP S.P.A.	808.079	-18,10%	7.444	2.436	7,3%	5,9%	63,0%	63,0%	2,1%	0,5%	14,7%	19,1%
ZOPPAS FINANZIARIA S.P.A.	681.288	-4,39%	-6.674	-5.654	13,6%	14,4%	58,4%	62,0%	-1,0%	-0,6%	14,3%	18,9%
ZOPPAS INDUSTRIES - S.P.A.	593.749	4,60%	52	-9.305	8,6%	6,2%	78,5%	78,9%	1,0%	-1,4%	24,5%	32,6%
BREVE GGP ITALY S.P.A.	436.828	0,92%	-27.593	-11.120	7,6%	7,9%	76,6%	72,2%	-3,5%	-0,2%	37,2%	44,5%
DELCLIMA S.P.A.	344.672	-6,42%	-12.114	-17.626	8,4%	8,8%	48,9%	44,8%	-3,3%	-5,9%	14,3%	26,8%
TECNICA GROUP S.P.A.	325.676	-2,85%	-21.205	-15.904	5,3%	4,9%	91,0%	84,8%	-3,8%	-4,3%	68,0%	83,3%
PRO-GEST S.P.A.	312.275	11,00%	9.665	2.336	14,8%	11,9%	69,3%	70,0%	2,4%	0,0%	24,8%	33,4%
FASSA S.R.L.	303.333	-2,91%	8.627	3.573	19,5%	16,8%	54,0%	58,1%	2,3%	0,5%	10,9%	15,5%
NICE GROUP S.P.A.	297.845	-6,22%	21.094	27.884	14,6%	17,2%	39,5%	30,9%	0,5%	1,4%	27,7%	19,8%
SUPERBETON S.P.A.	294.248	-5,16%	300	1.719	14,8%	11,5%	59,2%	66,4%	-1,4%	-0,7%	29,9%	33,4%
COMPAGO S.R.L.	269.394	2,30%	16.394	20.989	12,0%	14,0%	31,0%	27,0%	10,4%	14,4%	1,6%	1,7%
IMPRESA TONON S.P.A.	253.893	3,83%	742	1.352	8,0%	8,8%	72,4%	75,1%	0,0%	0,3%	28,1%	27,1%
VEGA - SOCIETA' COOPERATIVA	239.982	0,86%	28.329	18.731	1,5%	1,6%	27,5%	33,9%	-0,7%	-0,7%	8,7%	9,5%
AMA - CRAI EST S.' COOPERATIVA	230.621	-6,07%	390	18	0,9%	0,5%	95,7%	97,6%	-0,3%	-0,5%	31,1%	47,6%
ARIELE HOLDING S.P.A.	228.486	10,81%	22.802	-3.486	12,0%	12,0%	45,7%	56,4%	-0,8%	-0,9%	14,1%	19,7%
ARREDO PLAST S.P.A.	223.532	3,47%	18.073	10.769	16,1%	15,3%	61,0%	64,3%	9,3%	7,7%	5,1%	7,0%

LE INTERVISTE

di FABIO POLONI

«Il denaro costa meno. L'euro che è sceso aiuta le esportazioni. La ripresa economica negli Usa trascina un po' i mercati. I costi energetici sono inferiori». Tanti piccoli tasselli, quasi come fossero i pioli di una scala: salire per superare la crisi. Maria Cristina Piovesana, presidente di Unindustria Treviso da cinque mesi, cerca di vedere positivo. «Parlare di ripresa non è ancora possibile. In un contesto difficile come questo, però, è l'imprenditore che fa la differenza».

I tanti micro-aggiustamenti di contesto che ha citato prima, però, aiutano.

«Sì, e nonostante le difficoltà vedo voglia di crederci. Noi imprenditori stiamo facendo sforzi ciclopici per mandare avanti le nostre imprese».

Dall'analisi dei numeri emerge che i fatturati sono sostanzialmente stabili e gli utili bassi, con un Roe (redditività del capitale) appena dell'1,6%.

«Se il fatturato è stabile, in questo contesto, significa che è stato fatto un ottimo lavoro di tenuta sui mercati, e che si sono aumentati gli investimenti. La situazione è oggettivamente difficile, in Italia ma non solo. Le imprese continuano a crederci, con speranza e attesa».

Quasi quattro imprese su cinque, nonostante tutto, chiudono il bilancio con utili.

«Anche questo è un segnale positivo, indubbiamente. In questi primi cinque mesi del mio mandato ho visto caparbietà nel voler rimanere competitivi e conquistare nuove fette di mercato. Si viaggia, si cercano nuove opportunità, si gira per fiere in tutto il mondo».

Altro dato che emerge dall'analisi dei numeri: diminuiscono gli oneri finanziari. Si è approfittato della crisi per mettere un po' in ordine i conti, i costi, l'indebitamento?

«Oggi è fondamentale essere vigili, da quel punto di vista, e tenere tutto sotto controllo. I vecchi modelli d'impresa vanno messi in discussione, ciò che andava bene per il passato può non andar più bene per il presente e il futuro. Noi come associazione abbiamo fatto una formazione massiccia sul tema della patrimonializzazione delle imprese, sulla necessità di uno sguardo di medio-lungo

«Sforzi ciclopici per le imprese Siamo quelli che non mollano»

Maria Cristina Piovesana, presidente di Unindustria: il sistema regge grazie alla nostra caparbietà
Appello al Governo: bene il taglio Irap, le aziende siano al centro del progetto di rilancio del Paese



Maria Cristina Piovesana, presidente di Unindustria. A destra, l'assemblea di giugno e l'abbraccio di Vardanega

termine, sull'indebitamento. I frutti su questi fronti non arrivano per caso, bisogna lavorare e insistere: credito, fisco, finanza sono temi centrali, oggi».

Parla di vecchi modelli d'impresa non più validi. Quali?

«Quando parliamo di questa crisi partiamo sempre dal 2008, da Lehman Brothers, un punto di rottura forte. Ha segnato una discontinuità e un cambio di tutti i paradigmi d'impresa, da quelli produttivi a quelli distributivi. Difficile ora capire quale sia il nuovo

modello, vanno sondate tutte le nuove possibilità».

Il fermento delle startup nasce anche da qui?

«Sì, ci sono tante idee e tante nuove imprese. Poi qualcuna si perderà per strada, ma chi ha l'idea migliore crescerà».



Se il fatturato è stabile in questo contesto significa che è stato fatto un ottimo lavoro di tenuta sui mercati, sono aumentati gli investimenti



Il modello confindustriale non è morto. La rappresentanza sindacale rimane centrale per difendere le nostre istanze a tutti i livelli

Questo Governo? Come ne valuta l'azione?

«Alcune aperture sono decisamente positive, si comincia a percepire un messaggio diverso. La contrapposizione non paga. Sappiamo che c'è molto da fare, per esempio sul fronte del debito pubblico,

ma mi auguro che venga seguita la strada della centralità dell'impresa. Non è solamente un discorso di sviluppo economico, ma anche una questione di coesione sociale: solo se c'è lavoro ci sono prospettive di vita, in senso lato».

Aperture positive, per esempio l'Irap?

«Esattamente: non sto qui a elencare gli aspetti e le ricadute positive del taglio della tassazione sull'impresa, c'è un'ampia letteratura in materia. Speriamo si continui su questa strada».

Lei all'inizio del suo mandato ha sottolineato l'importanza di una concezione «etica» dell'impresa.

«Certo, sotto tanti aspetti: nei confronti dei lavoratori, dell'ambiente, del territorio. Credo che il modello d'impresa del Nordest si possa considerare etico da sempre. Ora è anche una questione di capacità d'attrazione per capitali esteri: un contesto imprenditoriale etico nel senso di trasparente, con regole chiare e semplici, è più appetibile».

La crisi, come ha sottolineato lei, ha cambiato i modelli d'impresa. C'è chi sostiene che anche le "Confindustrie" siano superate, e che la rappresentanza sindacale vada rivista.

«Alcuni risultati non arrivano a caso. Il taglio dell'Irap, per tornare all'esempio di prima. O il bonus sui mobili, nel mio settore. Sono tutti frutti di un lavoro fatto per far capire le nostre esigenze, in un'ottica di rapporto chiaro con il Governo. Questa è rappresentanza sindacale. E il modello associativo funziona anche a livello territoriale, soprattutto in contesti come il nostro dove l'ottanta per cento delle imprese ha meno di cinquanta dipendenti: Unindustria ha anche un ruolo di formazione, visione, proposta. Se più imprenditori partecipassero alla vita associativa, ne gioverebbero tutti».

LE ANALISI

Il Nordest alla prova di tre grandi sfide

Sviluppo internazionale, finanza d'impresa e struttura manageriale. Obiettivo: Usa, Turchia, Sud America e Sud Est asiatico

di NICOLA ANZIVINO*
e FILIPPO ZAGAGNIN *

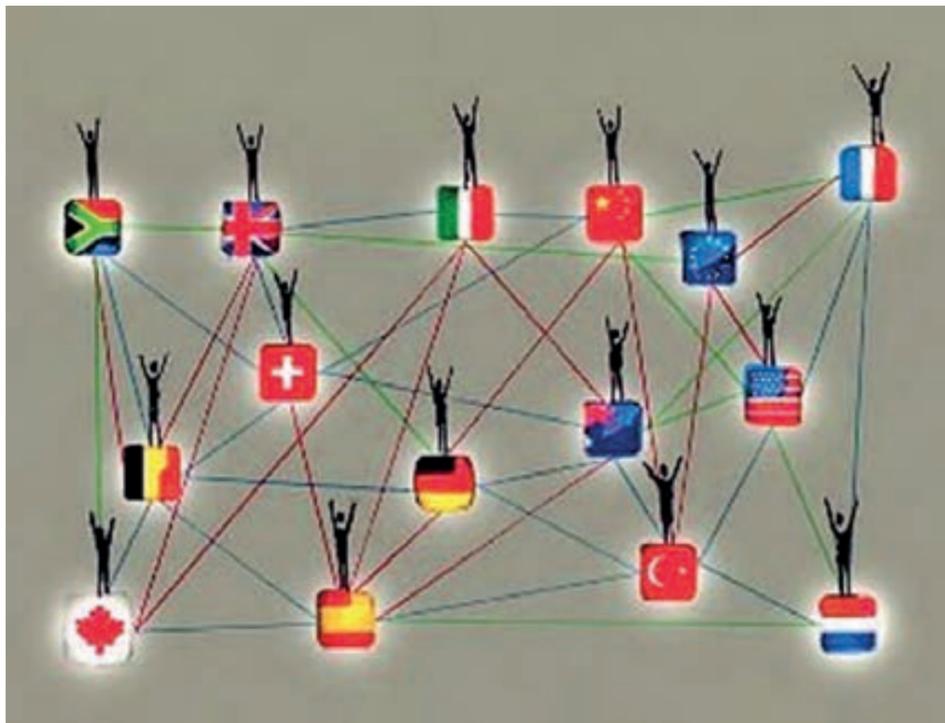
La crescita delle aziende italiane passa, nei prossimi anni, attraverso tre importanti sfide strategiche: conquistare quote di mercato nei mercati internazionali; rivedere la struttura del capitale e delle fonti di finanziamento per supportare gli investimenti; rafforzare la struttura manageriale portando a bordo nuovi talenti capaci di affrontare le sfide commerciali, tecnologiche ed operative emergenti.

Negli ultimi anni è stato evidente che le aziende in grado di crescere in termini sia di volumi sia di margini e investire nello sviluppo futuro sono quelle con una quota significativa di ricavi generata all'estero, una buona struttura finanziaria e un alto livello di managerializzazione. Quelle ancora troppo orientate al mercato domestico o con una insufficiente struttura manageriale e finanziaria soffrono e rischiano di entrare in una spirale negativa da cui è difficile uscire.

Molte aziende lo hanno capito e, consapevoli di non farcela da sole, si stanno aggregando sia a livello orizzontale sia a livello verticale. Ovviamente le società più forti, soprattutto dal punto di vista finanziario, stanno facendo da catalizzatori di questo processo, e la combinazione di aziende permette di aumentare le competenze distinte a livello commerciale, operativo, industriale ed organizzativo presentandosi più competitivi verso i mercati internazionali.

Innovazione tecnologica
Oltre ai fenomeni di aggregazione, un altro trend particolarmente importante è rappresentato dai significativi investimenti in innovazione tecnologica sia di processo che di prodotto. In particolare, stanno crescendo gli investimenti in robotica per rendere più efficienti le fabbriche nonché quelli sulla digitalizzazione dei prodotti che attrae i clienti e al contempo permette alle aziende di avere nuovi dati e capire meglio i gusti dei consumatori.

Mercati internazionali
Guardando ai mercati, tra i più attraenti vi sono ancora gli USA, il paese su cui vediamo convergere maggiormente le strategie di sviluppo delle imprese italiane. Altri mercati di sbocco preferenziali sono il Sud America, la Turchia, il Sud Est asiatico, oltre alla Cina che rimane una costante nelle conversazioni sulla crescita aziendale. Le singole scommesse, tuttavia, non funzionano: è opportuno avere almeno 5 mercati target a livello internazionale, con specifiche strategie di sviluppo in termini di business model. Le migliori strategie di sviluppo sono caratterizzate da flessibilità industriale e commerciale, limitati impegni finanziari e piani di uscita nel caso di risultati insoddisfacenti. Per questo i piani di acquisizione si concentrano soprattutto su realtà di medie e piccole dimensioni, caratterizzate da impianti industriali moderni e con una significativa base clienti esistenti, che consenta un ulteriore



Uomini e bandiere in rete. Usa, Sud America, Turchia, Sud Est asiatico e Cina i mercati più appetibili

sviluppo sfruttando sinergie commerciali ed industriali.

La finanza d'impresa
Da un punto di vista finanziario, viviamo una fase in cui le banche sono più disponibili a concedere nuove linee di credito, si stanno imponendo nuovi strumenti, come ad esempio i minibond, vi è la disponibilità di partner indu-

striali e finanziari.

Tutti gli investitori, però, hanno la necessità di avere a disposizione informazioni finanziarie maggiori rispetto al solo bilancio, è necessario comprendere le prospettive strategiche, commerciali, industriali e finanziarie delle aziende e poter discutere un piano industriale completo.

Anche la Borsa rappresenta una prospettiva valida per aiutare la crescita sia delle aziende maggiori, che delle PMI, a cui è rivolta l'AIM. PwC è stata impegnata nella prima parte del 2014 in diversi processi di quotazione, anche nel Nord Est. Prevediamo che nuove prospettive si possano aprire nella primavera del



Filippo Zagagnin



Nicola Anzivino

2015 anche grazie a un significativo interesse internazionale per le eccellenze italiane di medie e piccole dimensioni capaci di nuova crescita a valore aggiunto.

La rilevanza dell'organizzazione aziendale

Nella nostra esperienza, anche per le PMI italiane è indispensabile investire in mana-

ger con esperienza internazionale e nel miglioramento del sistema informativo aziendale. Nell'incertezza dell'attuale situazione italiana ed europea, occorre avere un piano industriale capace di indirizzare sforzi commerciali, pianificazione industriale ed investimenti su base triennale valutando bene la sostenibilità finanziaria del percorso intrapreso e non ragionare tatticamente a livello mensile.

Tale sforzo manageriale considerato nel passato un lusso rispetto al classico budget economico-finanziario a 12 mesi è ormai un'esigenza per allineare i manager agli obiettivi e tenere a bordo i migliori, convincere i clienti ed i fornitori sul processo di sviluppo aziendale, ma soprattutto dare sicurezza alle banche e agli investitori sulle prospettive aziendali nel medio periodo.

Nostre recenti analisi dimostrano che anche in settori industriali in crisi ci sono società che hanno buoni risultati economico-finanziari: in media oltre il 70% delle performance aziendali non dipendono dal mercato di appartenenza ma dalle capacità manageriali di affrontare la crisi trasformandola in opportunità, conquistando nuove quote di mercato a scapito di aziende meno preparate e scarsamente innovative.

*PwC

EXPO BUSINESS MATCHING

Milano 2015, un portale delle migliori opportunità

di VINCENZO GRASSI*

Lo svolgimento a Milano dell'edizione 2015 dell'Esposizione Universale offre all'Italia una grande opportunità di valorizzazione del Paese e di promozione del "Made in Italy" nel mondo.

Ospitare un Grande Evento costituisce infatti un'occasione irripetibile per la città ospitante e per l'intera economia di un Paese, in quanto, attraverso effetti moltiplicativi di varia natura, i Grandi Eventi come Expo Milano 2015 attivano processi più profondi e duraturi di ammodernamento e innovazione nelle strutture socio-economiche, territoriali ed organizzative del sistema Paese. I Grandi Eventi, inoltre, rappresentano una fondamentale occasione per le aziende per sviluppare le proprie priorità strategiche e delle concrete opportunità di business, in particolare in termini di internazionalizzazione, innovazione e visibilità globale.

Per Expo Milano 2015, dedicato all'alimentazione ed il cui tema è "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita", sono attesi una partecipazione e un impatto mediatico mondiale con oltre 20 milioni di visitatori attesi e oltre 140 Paesi parteci-



Vincenzo Grassi

panti. Per tutto l'evento, che ha una durata di sei mesi, la città di Milano è al centro della scena globale, con un notevole impatto sia sull'immagine della città sia del Paese in generale.

Expo Milano 2015 rappresenta anche lo scenario ideale per lo sviluppo di relazioni tra imprese locali ed internazionali grazie alla capacità di attrarre centinaia di rappresentanti governativi e di istituzioni da tutto il mondo che faranno leva sull'Esposizione Universale per promuovere iniziative di business e cooperazione.

Forti di questa convinzione e dell'esperienza maturata affiancando le imprese nel loro

sviluppo internazionale, PwC, Camera di Commercio di Milano, Promos e Fiera Milano, promossi da Expo Milano 2015, hanno dato vita a Expo Business Matching: una piattaforma multimediale di ricerca, identificazione e incontro di partner commerciali e di business. L'intento, infatti, è quello di estendere alle piccole e medie imprese italiane i benefici e le opportunità che Expo Milano 2015 può offrire.

Senza distogliere l'attenzione dalle proprie attività quotidiane e senza investire in spese di viaggio all'estero, le aziende italiane hanno accesso alle migliori opportunità di business semplicemente entrando a far parte di Expo Business Matching.

Un vero e proprio portale per l'internazionalizzazione, attraverso il quale far incontrare domanda ed offerta: da una parte le PMI italiane con esigenze ed obiettivi di business specifici, dall'altra le aziende, le istituzioni e gli investitori internazionali che possono rispondere a questi bisogni. Una vetrina unica per promuovere la propria azienda a livello mondiale e un'opportunità concreta per far crescere il proprio business grazie alla possibilità di creare nuove partner-



Attesa di Expo 2015 a Milano

ship a livello internazionale.

Produttori, distributori, fornitori, buyer, investitori italiani e internazionali hanno a disposizione una piattaforma dedicata per valutare le opportunità di business nei diversi Paesi e approfondire le occasioni ritenute più interessanti, tramite incontri one-to-one da programmare a Milano durante il semestre dell'Esposizione Universale.

Il servizio si articola in tre semplici step: la registrazione, il matching e l'incontro.

Per quanto riguarda la registrazione, essa rappresenta il primo importante passo per entrare a far parte di questo network. Attraverso una sem-

plice profilazione, infatti, è possibile usufruire di molteplici vantaggi tra cui: candidarsi al servizio di matching; accedere a pubblicazioni, newsletter e contributi vari sui temi chiave per l'internazionalizzazione, nonché avere la possibilità di realizzare un'autovalutazione sulla propensione dell'azienda all'internazionalizzazione.

Per quanto riguarda il matching, la piattaforma ha il compito di elaborare una lista di abbinamenti possibili sulla base delle esigenze e delle caratteristiche espresse nella compilazione del profilo aziendale. La percentuale di affinità minima, rispetto ai parametri stabiliti, deve essere almeno pari al 50% affinché si possa impostare l'agendamento degli incontri. Una volta effettuato il matching tra le due imprese, entrambe ricevono comunicazione e si procede alla conferma dell'agenda. Ad ogni meeting viene garantito supporto relazionale, operativo e logistico, sia prima che durante gli incontri, compresa l'assistenza tecnica linguistica in 9 lingue, la presenza di un mediatore culturale e la redazione di un report finale con l'esito dell'incontro.

Per le imprese italiane, grazie a Expo Business Matching, è portata di mano una straordinaria opportunità di accelerazione del percorso di internazionalizzazione, attraverso concrete occasioni di relazione e partnership con le imprese estere che saranno presenti in Italia nel semestre di Expo Milano 2015.

*PwC

GREEN ECONOMY

Rifiuti, sole, energia la fabbrica verde risparmia e assume

Grisport, 15 mila metri di pannelli solari autosufficienti
Progest "ridà vita alla carta". Pal, il killer della plastica

di SERENA GASPARONI

Oramai è assodato: nel lungo periodo, una migliore organizzazione aziendale, improntata sulla sostenibilità, premia sia in termini di redditività, che di impatto sociale e ambientale. Le aziende della Marca trevigiana si stanno adeguando: la provincia di Treviso è nella top 20 (undicesima nella classifica nazionale) delle città con il maggior numero di aziende green. Sono realtà legate a tutti i comparti industriali che hanno deciso di investire in tecnologie per ridurre l'impatto ambientale, risparmiare energia e contenere le emissioni, dal 2008 a oggi. Una scelta che il mercato sembra premiare: tra il 2008 e il 2014 sarebbero state ben 6.580 le aziende della Marca ad aver investito in questi prodotti e tecnologie, generando in tutto 1.070 le assunzioni (non stagionali) collegate a green jobs. La scarpa realizzata con il sole.

E' di **Grisport**, colosso di Castelcucco fondato nel 1977 dai fratelli Grigolato, specializzata nella produzione di scarpe da trekking. Il biglietto da visita sono i 15 mila metri quadri di pannelli solari, pari a 4 campi di calcio che generano 850 mila kw/h annui con il risparmio di 500 tonnellate di emissioni di anidride carbonica. L'impianto, installato nel 2009, all'epoca il più grande d'Italia, consente all'azienda di essere quasi autosufficiente a livello energetico. Grisport da 10 anni a questa parte ha deciso di ribaltare il proprio business, focalizzando l'80% dei propri sforzi nella realizzazione e vendita di prodotti con il proprio marchio. «Ci ha permesso di fidelizzare il cliente» dice Graziano Grigolato, presidente di Grisport «oggi una battaglia sui costi di produzione è una



Antonio Dal Ben della Pal di Ponte di Piave



Graziano Grigolato, presidente di Grisport. Sotto, due generazioni della Pro-Gest: Bruno Zago con moglie e figli



battaglia persa.

La via per le aziende del distretto è iniziare a produrre con un marchio loro, che sia riconoscibile, anche per le sue modalità di produzione ed emblema del Made in Italy» «Progest ridà vita alla carta». Non si tratta di un modo di fidelizzare il cliente» dice Graziano Grigolato, presidente di Grisport «oggi una battaglia sui costi di produzione è una

packaging. Viene ripulita dalle impurità e portata in cartiera, quindi rigenerata in nuova carta con cui Progest produce cartone con un market share in questo settore del 30% circa, per poi arrivare alla trasformazione nel prodotto finito, la scatola. Il packaging in cartone ondulato viene utilizzato in particolare per gli imballaggi dell'alimentare, come vassoi per il trasporto di insalate, or-

taggi e frutta imbustati.

Ma l'impegno di Progest è rivolto anche al risparmio energetico. Nello stabilimento della Plurionda, a Zero Branco, nei primi mesi del 2015 verrà completato un impianto fotovoltaico da 2 mega watt per rendere completamente autonoma la produzione. Poi toccherà alla Cuboxal di Silea, dove c'è in progetto l'installazione nel 2016 di un impianto per

la produzione di 1,7 mega watt. Insomma: le scatole da pizza esportate in tutto il mondo saranno stampate, tagliate e confezionate utilizzando solo l'energia del sole.

Scarto zero: per **Pal Srl** di Ponte di Piave, leader nel mondo nella realizzazione di macchine per la lavorazione del legno, puntare sull'innovazione è diventato irrinunciabile. Sul piatto oggi due progetti inno-

vativi che consentono il riutilizzo dei materiali di scarto realizzati grazie ai finanziamenti europei. Nell'ambito del programma di ricerca comunitario Life + 2012, Pal sta progettando un innovativo sistema di selezione ottica degli inquinanti plastici del legno. Lo strumento si chiama "Plastic killer" e permetterà di riciclare il truciolo di legno destinato allo smaltimento e utilizzarlo nella produzione di pannelli di alta qualità.

Con il progetto Life + 2013 e grazie anche al partner francese GDE - Guy Dauphin Environnement - stanno sviluppando un innovativo sistema di trattamento del "Car Fluff", il residuo plastico leggero prodotto dalla demolizione delle auto. Grazie al progetto (che in questo momento è alle fasi iniziali) sarà possibile recuperare i materiali pregiati in esso contenuti sfruttabili per realizzare un combustibile con poco inquinante per la produzione di energia elettrica. «Investire in innovazione è l'unica soluzione per rimanere sul mercato e continuare ad essere competitivi» dice Giuseppe Pinese, project manager Life di Pal.

LE START UP

➔ BICI A PROVA DI FURTO



Ogni anno in Italia vengono rubate circa un migliaio di biciclette. Affinché ciò non avvenga più MilanoBike, la start up fondata da Matteo Caldiroli (nella foto), incubata nella Fornace di Asolo, ha inventato due ingegnosi sistemi. Bike Box è un armadio che, con una profondità di soli 27 cm, contiene una bicicletta "intera" con ruote fino a 28 pollici di diametro. La bicicletta ha la sola profondità di ingombro di 20 centimetri, facilmente trasportabile. FrameBlock è il brevetto di MilanoBike che riguarda un antifurto integrato nel telaio ad arco della bici. Inoltre il sistema di chiusura a chiave, con codice personale a 6 cifre, permette la sostituzione della serratura, o il duplicato della chiave, solo al proprietario possessore della tessera Key Code abbinata alla bicicletta. Per poter rubare la bicicletta insomma, bisognerebbe tagliare lo stesso telaio, ma a quel punto diventerebbe inutilizzabile. (s.g.)

➔ IL FASHION INCUBATOR



Giovani talentuosi, un brand di moda crowdsourced, un canale di vendita globale e il fil rouge delle eccellenze manifatturiere italiane: tutto questo è TX3, il primo fashion incubator virtuale in Italia, cresciuto alla Fornace per l'innovazione di Asolo, una realtà che costruirà una scuderia di stilisti dei quali venderà sulla propria piattaforma online le collezioni total look. Quattro i soci: Diletta Iaia, Grazia Meroni, Emanuele Canegrati e Roberto Lorenzi (nella foto). A fine ottobre 2014 si è svolto l'evento conclusivo del primo contest lanciato da TX3. La giuria, formata esperti di moda e design italiano, ha proclamato gli otto stilisti che sono entrati a far parte di TX3 e saranno ora sostenuti in un percorso di crescita professionale fino a farli diventare fashion designers indipendenti, e finanziarà a ciascuno di loro due collezioni l'anno a tiratura limitata. Unico giudice imparziale, il mercato. (s.g.)



ROBERTO SANTOLAMAZZA, DIRETTORE DI T2I

Non chiamatele incubate «Sono imprese vere»

di SERENA GASPARONI

«Basta con questa dicotomia tra impresa classica e start up. Possiamo uscire dalla crisi solo attraverso un'efficace compenetrazione di questi due mondi». Roberto Santolamazza (nella foto), direttore di T2i, Trasferimento Tecnologico e Innovazione, società consortile per l'innovazione promossa dalle Camere di commercio di Treviso e Rovigo, ne è convinto. Ritiene oggi sia necessario seguire il trend ormai globale secondo cui le aziende, per fare ricerca e sviluppo, investono fondi in nuove start up, che agiscono come sentinelle in nuovi mercati. «Le due start up Xyze e Tx3 sono esempi calzanti: si rifanno al mondo del fashion ma possono avere successo solo se riescono a interagire con marchi consolidati per i quali diventano un'opportunità di crescita e sviluppo in comparti prima inesplorati».

C'è insomma ancora tanto da lavorare per far comprendere le potenzialità di queste start up, che devono essere considerate delle risorse per la loro spiccata "tensione" all'innovazione, da parte dell'industria intesa nel senso più tradizionale. Ma non solo: secondo gli ultimi dati, a due anni dalla costituzione, sono solo 46 le ditte iscritte all'apposito registro delle nuove imprese innovative della Camera di commercio di Treviso, su un totale di oltre 90 mila aziende.

Naturalmente le start up presenti nel territorio sono molte di più, ma evidentemente sono pochissime quelle che conoscono le possibilità offerte dalla nostra normativa, in termini di incentivi e sgravi fiscali conseguenti all'iscrizione all'albo. «L'Italia si è data alcune regole normative che sono all'avanguardia per facilitare i processi di avvio di impresa», sottolinea Santolamazza, «Penso al decreto "Restart", ma in linea generale è tra i pae-

si più avanzati in Europa per la normativa di crowdfunding. Tutte opportunità che non vengono sfruttate semplicemente perché non si conoscono».

Un'occasione mancata, considerato che i dati dei due principali incubatori trevigiani, H-Farm e la Fornace per l'Innovazione di Asolo, parlano di una percentuale di sopravvivenza abbastanza elevata per queste start up (che si differenziano dalle normali giovani imprese per l'altissimo grado di innovazione) prossima al 60% dopo i primi due anni. «Il problema piuttosto è che non hanno un ritmo di crescita sufficientemente sostenuto», conclude Santolamazza, «ma ritengo che sfruttando gli incentivi e puntando ai comparti giusti, penso all'area legata ai Big Data, c'è spazio per lo sviluppo di prodotti collegati all'utilizzo di questi dati, anche questo aspetto potrà essere superato».

➔ TAGLIA PERFETTA ON LINE



Quale taglia acquistare? Dimenticatevi questo problema grazie all'invenzione di Xyze, start up delle passerelle online, nata nell'incubatore d'impresa di Riccardo Donadon, H Farm. Xyze è stata costituita a luglio 2013 da Andrea Mazzon e Paolo Spiga (nella foto) e punta a imporre nuovi standard nel campo del commercio online di capi d'abbigliamento. Grazie a un particolare metro ipertecnologico (ON) è possibile ottenere un preciso identikit delle proprie misure: seguendo passo passo un apposito tutorial è possibile costituire il proprio Xyze Id, in pratica una sorta di carta d'identità della taglia. Un algoritmo matematico calcola poi il rapporto tra questo e il capo da acquistare e indica la taglia corretta da comprare. Una soluzione che consente di superare lo scoglio principale degli acquisti via internet. E di superare quella riluttanza tutta italiana verso questo modo facile di fare shopping. (s.g.)

➔ PENSATO PER I DISABILI



Henable.me è la prima piattaforma interattiva online completamente dedicata alla ricerca di soluzioni digitali ai problemi che quotidianamente incontrano disabili, anziani e portatori di disagio in genere. L'idea è di Ferdinando Acerbi (nella foto), ex olimpionico di equitazione che il problema della disabilità l'ha vissuto sulla sua pelle. La sua Henable Ztl è un'app Android e iOS realizzata durante l'incubazione iniziata nel 2012 in H-Farm, che consente alle persone munite di tesserino disabili di accedere rapidamente alle Ztl di quasi tutta Italia. Henable Ztl oggi conta oltre 5 mila utenti. Ma Acerbi ha un altro progetto: «Stiamo ragionando su motore di ricerca che permetta di combinare con parola chiave le notizie relative alla sola disabilità. Ad esempio: stai cercando un appartamento a Venezia? Sul nostro motore di ricerca compariranno solo quelli accessibili anche alle persone disabili». (s.g.)

FABBRICAZIONE DI MACCHINARI

L'espresso che tiene svegli i bilanci

Macchine da caffè: CMA a più 205%, bene Wega. Came migliora tutti gli indicatori. Zoppas Industries torna in utile

di CARLO MARCON

Il settore della Fabbricazione di macchinari e apparecchiature elettriche è composto da 46 imprese tra le prime 500 aziende della provincia di Treviso, presenta un fatturato complessivo di quasi 5 miliardi di euro collocandosi al secondo posto tra i settori individuati e annovera ben 8 imprese che superano i 100 milioni di euro di ricavi, di cui 3 si piazzano nella top 10 assoluta.

A livello aggregato i ricavi del settore sono cresciuti del 2,1% rispetto al 2012, ma soprattutto l'ebitda di settore si è incrementato del 9,2%, portando la sua incidenza percentuale sui ricavi da un 10,7% nel 2012 a un 11,5% nel 2013. Questo dato rappresenta una delle marginalità operative più elevate tra i settori analizzati. Il buon andamento reddituale del settore è confermato anche dal fatto che le aziende in utile sono passate dall'80,4% del 2012 all'87% del 2013 (ben al di sopra del 79,4% a livello di top 500), nonostante le imprese in grado di migliorare il reddito netto siano state solo il 39,1%.

La capacità di tradurre la marginalità operativa lorda in utile trova giustificazione soprattutto nella bassa incidenza degli oneri finanziari sull'ebitda che dal 12,7% scende al 9,1%, che a sua volta dipende sia dalla già citata buona marginalità sulle vendite sia dal contenuto livello di indebitamento in diminuzione di 3 punti percentuali attestandosi al 62,7% contro un valore medio del 73% a livello di top 500. Inoltre, il differenziale di leva aumenta dal 3,3% al 4,1% segnalando un miglioramento anche nella capacità di far fruttare le risorse investite più di quanto co-

sti finanziare tali investimenti.

Pur in presenza di indicatori a livello di settore che possono essere considerati soddisfacenti, osservando la variabile dimensionale emergono delle sensibili differenze che nel periodo 2012-13 sono andate accentuandosi. Infatti, il 25% delle imprese del settore con i ricavi più elevati (top 25%) ha conseguito un incremento delle vendite nella misura del 2,8%, migliorato l'incidenza dell'ebitda sui ricavi arrivando al 12,4% e mantenuto costante il rapporto di indebitamento al 61%, mentre il 25% delle imprese con i ricavi minori (bottom 25%) ha subito una diminuzione delle vendite nell'ordine dell'1,4%, un calo della marginalità operativa lorda scendendo all'8,8% e un peggioramento del livello di indebitamento cresciuto sino al 72,5%. In ogni caso è opportuno segnalare che i principali indicatori economico-finanziari registrati dalle imprese di minore dimensione del settore sono superiori a quelli conseguiti dalla media delle aziende della marca trevigiana e la quota di imprese bottom 25% che ha chiuso in utile è identica a quella delle imprese top 25% del settore, ossia l'83,3%.

Osservando le top 20 del settore, che generano l'89% del fatturato complessivo dell'intero settore, sei aziende hanno sperimentato una variazione negativa dei ricavi, ma solo due sono in perdita (anche se si tratta di aziende di peso quali Global Garden Products e Delclima) e nessuna presenta un margine operativo lordo negativo. Nel 2013 tra le prime venti aziende del settore si sono contraddistinte per le ottime performance: il gruppo Piazzetta con un +16,9% dei ricavi e un miglioramento



Boom oltre il 200% dei ricavi per due produttori di macchine per caffè

del differenziale di leva e del costo dell'indebitamento; CMA macchine per caffè che oltre a innalzare il fatturato di più del 200% è riuscita migliorare tutti gli indicatori economici; Steelco che ha ottenuto un +17,5% dei ri-

cavi, oltre a presentare l'incidenza dell'ebitda sui ricavi (18,2%) e il differenziale di leva (19,9%) tra i più alti dell'intero settore. Fuori dalle top 20 Wega macchine per caffè ha ottenuto notevoli progressi in termini di ricavi

(+200%) e dei principali indicatori di redditività. Al di là delle performance segnalate, tra le imprese maggiori quelle che presentano la migliore redditività delle vendite sono De' Longhi, Nice, Came, Comas e Garbuio.

LE CIFRE

46

LE IMPRESE TRA LE PRIME 500 AZIENDE DELLA PROVINCIA

+200%

IL FATTURATO INNALZATO DA CMA E WEGA, MACCHINE PER CAFFÈ

+17%

AUMENTO DEI RICAVI DI STEELCO E DEL GRUPPO PIAZZETTA

8

IMPRESE OLTRE I 100 MILIONI DI RICAVI, 3 NELLA TOP 10 ASSOLUTA

In particolare, De' Longhi presenta dei valori di bilancio estremamente solidi e Came è riuscita a migliorare tutti gli indicatori economici monitorati. Da segnalare anche il notevole progresso reddituale di Zoppas Industries che ritorna in leggero utile.

In conclusione, tenuto conto che i tradizionali indici di redditività (Roe, Roa, Ros) del settore risultano superiori rispetto a quelli calcolati per la totalità delle aziende della provincia di Treviso (rispettivamente 7,1%, 5,1% e 5,2% contro 5%, 3,6% e 2,7%) è possibile affermare che il settore della fabbricazione di macchinari e apparecchiature elettriche gode di buona salute. D'altronde è composto da imprese di dimensione media più elevata degli altri settori che investono in ricerca e sviluppo e sono più attrezzate per competere nei mercati internazionali.

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi 2013	EBITDA/Ricavi 2012	Rapporto di indebitamento 2013	Rapporto di indebitamento 2012	Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
Top 25%	175.821	2,8%	12,4%	10,9%	61,0%	60,8%	83,3%	75,0%	58,3%	33,3%
Bottom 25%	14.220	-1,4%	8,8%	10,0%	72,5%	66,6%	83,3%	83,3%	41,7%	16,7%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	Δ Ricavi 2013-11	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
				2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
DE' LONGHI S.P.A.	1.606.763	6,7%	14,3%	117.491	118.459	14,8%	14,7%	55,4%	58,5%	8,3%	8,2%	15,9%	15,8%
ZOPPAS INDUSTRIES - S.P.A.	593.749	4,6%	11,5%	52	-9.305	8,6%	6,2%	78,5%	78,9%	1,0%	-1,4%	24,5%	32,6%
GGP ITALY S.P.A.	436.828	0,9%	6,1%	-27.593	-11.120	7,6%	7,9%	76,6%	72,2%	-3,5%	-0,2%	37,2%	44,5%
DELCLIMA S.P.A.	344.672	-6,4%	n.d.	-12.114	-17.626	8,4%	8,8%	48,9%	44,8%	-3,3%	-5,9%	14,3%	26,8%
NICE GROUP S.P.A.	297.845	-6,2%	25,4%	21.094	27.884	14,6%	17,2%	39,5%	30,9%	0,5%	1,4%	27,7%	19,8%
CAME GROUP S.P.A.	214.002	7,1%	33,7%	5.331	5.234	14,1%	11,1%	59,5%	60,3%	4,8%	2,2%	9,2%	14,0%
SIGEP - S.P.A. (BRETON)	137.639	8,2%	31,2%	2.310	2.502	8,7%	10,1%	64,4%	65,6%	-0,1%	0,1%	13,7%	18,7%
COVERCO S.R.L.	121.244	-4,6%	-3,4%	2.331	4.199	13,6%	15,2%	62,5%	67,0%	3,3%	5,4%	21,3%	17,8%
COMAS-MACC. SPECIALI-S.P.A.	84.058	-27,1%	3,5%	9.312	11.902	17,2%	15,9%	36,2%	36,7%	11,4%	14,1%	1,0%	2,5%
GARBUIO S.P.A.	80.312	-2,0%	2,9%	6.822	6.840	15,4%	15,0%	62,9%	61,2%	12,0%	13,8%	0,1%	0,4%
GRUPPO PIAZZETTA S.P.A.	67.902	16,9%	27,0%	3.260	2.778	11,1%	10,7%	57,9%	58,5%	9,1%	7,5%	6,0%	7,8%
DT INVEST S.R.L.	65.638	11,9%	35,4%	756	1.506	5,8%	5,6%	84,6%	82,8%	3,2%	3,6%	9,1%	6,3%
I.P.G. S.R.L.	64.545	5,8%	18,4%	1.067	1.205	6,4%	7,2%	74,7%	75,2%	3,4%	3,1%	11,5%	12,6%
FISHER & PAYKEL A. ITALY S.P.A.	64.275	-28,0%	-18,2%	1.052	5.776	9,8%	13,1%	46,1%	47,0%	5,7%	13,7%	4,2%	3,0%
MINULAMP SRL	63.834	3,0%	6,6%	4.563	4.795	13,7%	15,2%	35,1%	35,1%	12,0%	14,7%	0,3%	0,5%
DELLA TOFFOLA S.P.A.	45.121	6,4%	-23,2%	1.364	1.501	6,7%	6,6%	55,3%	56,2%	4,1%	3,2%	7,1%	12,1%
CMA MACCHINE PER CAFFE' S.R.L.	41.465	205,3%	n.d.	1.952	-452	9,1%	3,2%	62,1%	75,6%	11,2%	-2,2%	6,7%	29,0%
STELCO S.P.A.	40.015	17,5%	28,6%	4.541	3.314	18,2%	15,8%	45,7%	44,8%	19,9%	19,3%	0,5%	0,8%
CIEFFE FORNI INDUSTRIALI S.R.L.	39.761	56,4%	45,8%	182	57	5,7%	6,6%	88,3%	87,0%	2,7%	1,5%	27,8%	31,2%
TMCI PADOVAN - S.P.A.	38.107	8,1%	50,4%	1.794	544	11,7%	11,7%	74,9%	81,0%	6,2%	4,0%	9,0%	18,2%

Breton, dal marmo alla Formula Uno

I macchinari dell'azienda di Castello di Godego realizzano cerchioni e componenti per i telai di Ferrari e Redbull

di FABIO POLONI

Sono partiti dal marmo, sono arrivati fino alla Formula Uno. I loro macchinari tagliano pietra e leghe speciali per clienti del calibro di Redbull e Ferrari, Piaggio Aerospace, Jaguar, Volkswagen, Boeing, Toyota.

Qualità, innovazione continua, brevetti: il dna è già nel nome, Breton è l'acronimo di "Brevetti Toncelli", fondata nel 1963 da Marcello Toncelli. Oggi alla guida ci sono i figli Luca e Dario, rispettivamente presidente e direttore generale (affiancati nel consiglio di amministrazione da Roberto Chiavacci, vicepresidente e socio storico del fondatore) di un gruppo da oltre 700 dipendenti e quasi 138 milioni di euro di fatturato. Un balzo di una decina di milioni rispetto l'esercizio 2012, nonostante una congiuntura internazionale che non ha bisogno di tante descrizioni.

La storia della nascita dell'azienda è curiosa. Toscano di Piombino, Marcello Toncelli finisce da piccolo in Trentino: il papà deve curarsi in montagna. Dopo la guerra, diventa ragioniere e trova lavoro a Bassano del Grappa. Toncelli cerca la sua strada imprenditoriale negli anni del boom economico: un settore redditizio è quello dei pavimenti, allora si mette in pro-



Lavorazione per un cerchione di una vettura di Formula Uno

prio e monta parquet in legno e poi inizia a "sperimentare" il marmo. È la svolta: le macchine per tagliare il marmo sono praticamente introvabili, da lì la necessità che si trasforma in idea:

«Me le farò da solo». Oggi il gruppo si occupa di progettazione e realizzazione di macchinari e centri di lavoro verticali, concentrati di alta tecnologia e automazione che permettono

una precisione al centesimo di millimetro per la realizzazione di componenti nel settore aerospaziale, automobilistico e meccanico in genere. «Con le nostre macchine vengono realizzati

particolari in fibra di carbonio della monoposto Redbull, mentre l'azienda OZ Racing, con un nostro centro di lavoro, realizza i cerchioni per diverse case automobilistiche di Formula



Luca e Dario Toncelli della Breton



Il premier Matteo Renzi incontra la Breton in fiera

Uno», spiega Sergio Prior, responsabile comunicazione e marketing dell'azienda, «Un fornitore di Ferrari F1 ha tre nostri centri di lavoro, e nel 2012 è stato premiato come migliore fornitore da Maranello».

Il quartiere generale rimane la sede di Castello di Godego, dove l'azienda ha anche un centro ricerche interno capace di sfornare qualcosa come circa 370 brevetti. La crescita degli affari è stata accompagnata da una dimensionale su scala planetaria che ha toccato anche Brasile e India, senza citare la creazione dello stabilimento Lapitec a Veduggio, un paio d'anni fa, che realizza pietra sintetica per l'edilizia e l'arredamento. Oggi per Breton il mercato italiano è praticamente marginale: oltre il 90% del volume d'affari è legato all'export, con filiali commerciali anche negli Stati Uniti e in Australia, oltre che in Europa. Ma il mercato è davvero globale: una recente fornitura (valore di quasi due milioni di euro) è finita in Vietnam.

Ma l'azienda, come da tradizione, non si ferma. Il prossimo sviluppo riguarda la produzione di uno speciale biossido di titanio fluorurato, una polvere elettrolitica promette di moltiplicare la resa di pile e celle a combustibile a idrogeno, con potenzialità enormi per esempio nel settore dell'automotive.

CALZATURE-TESSILE

Lo sport fa bene anche alle scarpe

Ancora in flessione i grandi brand. Volano Grisport (al secondo posto), Alpinestars, S.C.A.R.P.A. e Rossignol

di MORENO MANCINI

Il settore della calzatura, tessile e abbigliamento presenta a livello aggregato una significativa contrazione del volume di affari generato, pari a quasi 400 milioni di euro, equivalente al 6,4% in meno rispetto al corrispondente dato del 2012. Anche la redditività operativa (Ebitda%) è in significativa contrazione se si considera che passa, a livello aggregato, dal già modesto 6,6% del 2012 al 3,7% del 2013.

Al calo dei ricavi del settore nel suo complesso, si associa però un dato – in controtendenza – relativo al numero di imprese con ricavi in crescita, pari al 58,7%. Il dato può essere facilmente spiegato se si considera che le riduzioni dei volumi di vendita più vistose e significative si concentrano proprio nella parte alta della classifica, rappresentata dalle top 20 aziende del settore. Ben undici aziende su venti presentano ricavi in discesa, molte di queste con riduzioni che superano tranquillamente i dieci e, in alcuni casi, addirittura i venti punti percentuali.

Per trovare la prima variazione positiva dei ricavi sul 2012 dobbiamo scendere al sesto posto in classifica con Grisport (+14,4%) e sul 2011 addirittura al settimo posto con Alpinestars (+6,1% del 2013 sul 2012 e +19% sul 2011). Sembrano, invece, persistere le difficoltà di mantenere le proprie quote di mercato per i grandi brand della provincia, quali Benetton, Geox, Gruppo Tecnica, Replay, Stefanel i cui risultati appaiono deludenti an-



Sport e tempo libero spingono il settore dell'abbigliamento tecnico e della calzatura sportiva: nella foto, un'immagine di S.C.A.R.P.A.

che sul fronte della redditività se si considera che tutte queste imprese chiudono i conti in perdita e in netto peggioramento rispetto al corrispondente risultato del 2012.

Tra le aziende che si sono, invece, distinte in positivo, oltre alle già citate Grisport e Alpinestars, merita una particolare attenzione il Calzaturificio S.C.A.R.P.A. – con un +34,4% di ricavi sul 2012 e ben oltre il 45% sul 2011 – azienda tra le più performanti a livello di Top 500 nel suo complesso e con indicatori in netto miglioramento sia a livello economico che patrimoniale/finanziario. Anche Rossignol – nota azienda produttrice di sci – registra un forte aumento delle vendite sul 2013 (+26,4%) anche se con una redditività operativa in lieve diminuzione, se-

guita da Sidi sport – azienda specializzata nella produzione di calzature e abbigliamento sportivo per ciclisti e motociclisti – che con un +14,9% rappresenta la terza azienda della top 20 in termini di incremento del fatturato.

Se già dalla top 20 è possibile notare – al di là di qualche eccezione – una sorta di miglioramento degli indicatori di bilancio mano a mano che si scende verso la parte bassa della classifica, questo trend trova conferma anche dalla lettura dei dati top 25% - bottom 25%. La tabella dimostra come le aziende di minori dimensioni (bottom 25%) presentano un trend di miglioramento sui ricavi (+3,4% contro -2,4% delle top), a livello di Ebitda% - con una redditività del 6%, quasi pari a quella del 6,6%

delle top – ma soprattutto con ben il 91,7% di imprese in utile contro il mediocre 45,5% delle prime della classe, anche qui con un dato in miglioramento rispetto al già ottimo 83,3% del 2012. In questo settore il fattore dimensionale, pertanto, sembra non costituire un elemento in grado di garantire vantaggi competitivi e performance economiche soddisfacenti, almeno stando ai risultati che sorprendentemente emergono dalla lettura dei dati.

Sul versante patrimoniale/finanziario, invece, gli indicatori confermano una maggiore solidità delle aziende di maggiori dimensioni, con livelli di indebitamento tendenzialmente più contenuti rispetto alle imprese che si collocano nella parte più bassa della clas-

sifica. Tuttavia si registrano alcune eccezioni come Tecnica e Alpinestars con ben oltre il 90% delle fonti di finanziamento attinte a titolo di capitale di debito. La bassa redditività delle grandi produce un duplice effetto: il rapporto tra oneri finanziari ed Ebitda – espressione della capacità di coprire gli oneri finanziari con i margini generati dal core business – presenta molto spesso valori piuttosto elevati, ben oltre la soglia del 25-30%, e soprattutto porta ad evidenziare un differenziale di leva spesso negativo. Questo indicatore esprime la capacità di far rendere il capitale raccolto a titolo di debito in misura superiore rispetto a quanto lo stesso costa alle imprese. Dalla tabella è possibile osservare come sette imprese su venti, nella top 20,

LE CIFRE

- 400

MILIONI DI EURO IN VOLUME DI AFFARI PERSI DAL SETTORE NEL 2013

+ 34,4%

AUMENTO DEI RICAVI DEL CALZATURIFICIO S.C.A.R.P.A.

+ 14,4%

AUMENTO SUI RICAVI 2012 DI GRISPORT. ALPINESTARS A + 6,1

+ 26,4%

AUMENTO DELLE VENDITE DI SCI ROSSIGNOL

presentino un costo dell'indebitamento maggiore del relativo rendimento una volta investito nella gestione caratteristica, nonostante il livello decisamente contenuto del costo del denaro registrato negli ultimi anni. Se si considera che a livello complessivo di settore sono solo 11 imprese su 46 a presentare un differenziale di leva negativo – di cui sette nella top 20 – sembra trovare conferma che sono soprattutto i grandi brand a risentire degli effetti della crisi. In controtendenza, invece, i dati testimoniano che molte piccole e medie imprese hanno saputo adattarsi con maggiore tempestività e flessibilità ai nuovi andamenti dei mercati, a livello nazionale e internazionale, e alle mutate abitudini di consumo dei propri clienti.

	Ricavi		EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile	Imprese in utile	Imprese con ricavi	Imprese con
	2013	Δ Ricavi 2013-12	2013	2012	2013	2012	2013	2012	in crescita 2013-12	reddito in crescita 2013-12
Top 25%	122.081	-2,4%	6,6%	8,0%	75,0%	68,4%	45,5%	54,5%	45,5%	45,5%
Bottom 25%	14.180	3,4%	6,0%	5,2%	87,8%	87,2%	91,7%	83,3%	66,7%	66,7%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	Δ Ricavi 2013-11	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
				2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
BENETTON GROUP S.P.A. (*)	2.320.563	-13,9%	-25,2%	-89.863	-6.277	0,1%	4,9%	45,1%	47,7%	-8,8%	-1,8%	2973,7%	27,6%
LIR S.R.L. (GRUPPO GEOX)	849.590	-4,6%	-12,4%	-21.268	6.482	4,0%	10,8%	29,2%	24,6%	-3,6%	0,7%	25,6%	9,6%
TECNICA GROUP S.P.A.	325.676	-2,9%	-19,5%	-21.205	-15.904	5,3%	4,9%	91,0%	84,8%	-3,8%	-4,3%	68,0%	83,3%
FASHION BOX - REPLAY	204.016	-6,6%	-10,0%	-7.594	-987	8,7%	8,0%	67,9%	58,7%	0,0%	-0,2%	18,8%	17,2%
STEFANEL - S.P.A.	168.517	-9,7%	-13,0%	-23.845	-20.083	-5,1%	-1,7%	89,2%	78,1%	-14,2%	-10,6%	-42,9%	-122,6%
GRISPORT S.P.A.	123.507	14,4%	-1,5%	7.587	6.934	10,3%	11,1%	39,1%	41,9%	17,8%	16,9%	2,1%	3,2%
ALPINESTARS RESEARCH S.R.L.	120.655	6,1%	19,0%	-1.769	1.364	5,2%	8,0%	95,2%	92,0%	0,4%	4,2%	46,6%	30,3%
ASOLO GOLD S.P.A.	100.734	11,4%	27,7%	659	306	1,5%	0,9%	82,2%	85,3%	1,5%	-0,7%	29,5%	58,2%
GRUPPO MONTI S.P.A.	95.515	-5,9%	-5,1%	-2.571	-2.133	10,2%	10,1%	86,2%	83,2%	0,6%	-1,0%	33,8%	44,5%
LOTTO SPORT ITALIA S.P.A.	95.468	-1,9%	-14,2%	2.282	-4.921	9,5%	5,5%	101,1%	102,1%	1,4%	-3,0%	43,4%	88,8%
ALCHIMIA S.P.A. (ALTANA)	90.788	0,8%	-2,0%	2.031	1.872	7,9%	11,9%	53,2%	51,8%	-0,5%	0,1%	17,3%	16,3%
CONVERSE ITALIA SRL	88.336	1,5%	1,7%	16.338	14.901	28,8%	26,1%	39,7%	46,2%	26,7%	31,3%	0,4%	0,6%
ONGETTA S.R.L.	84.019	2,5%	14,9%	2.082	896	4,5%	2,5%	84,6%	88,6%	5,1%	2,2%	1,8%	4,3%
FIL MAN MADE GROUP - S.R.L.	83.272	-10,6%	-27,8%	-19.006	-8.874	-3,7%	-1,5%	74,4%	60,1%	-10,9%	-8,1%	-113,8%	-245,8%
CALZ. S.C.A.R.P.A. - S.P.A.	79.975	34,4%	45,6%	7.249	3.113	16,9%	14,0%	36,0%	37,3%	19,3%	9,6%	1,8%	4,7%
SIRETESSILE S.R.L.	73.948	13,6%	-6,5%	3.738	2.397	8,1%	5,8%	60,4%	59,2%	8,2%	5,0%	4,6%	8,0%
ROSSIGNOL LANGE S.R.L.	39.285	26,1%	21,0%	-693	-876	8,0%	9,9%	59,5%	60,8%	2,4%	2,9%	8,1%	7,3%
STONEFLY SPA	37.323	-12,7%	-29,5%	-1.675	-1.670	6,7%	4,1%	91,2%	88,4%	-4,0%	-5,6%	55,6%	83,7%
SIDI SPORT S.R.L.	36.271	14,9%	6,9%	4.110	3.641	17,0%	16,1%	21,6%	22,0%	25,4%	23,5%	0,3%	0,3%
CALZATURIFICIO SKANDIA S.P.A.	32.760	6,4%	-11,4%	413	686	5,5%	7,3%	69,5%	71,6%	2,1%	3,3%	28,2%	24,8%

(*) = I dati di Benetton Group S.p.A. derivano dalla somma dei valori riferiti alle singole società del gruppo (Bencom S.r.l., Benind S.p.A., Olimpias S.p.A., Benetton Group S.p.A., Benetton Retail Italia S.r.l.), non essendo disponibile il relativo bilancio consolidato.

Il bavaglino diventato azienda

Il Gufo vola con i bambini: al timone i due fratelli che sono stati i primi clienti della mamma sarta

di FABIO POLONI

Il bavaglino che indossavano all'asilo è diventato la loro azienda. La storia del Gufo di Asolo è una perla unica nella piccola-grande storia dell'imprenditoria a Nordest. Nel 1980 Guido e Alessandra erano dei bambini, e mamma Giovanna ha iniziato a realizzare per loro bavaglino e pettorine colorate. Da quel giorno lontano a un fatturato che oggi sfiora i 21 milioni di euro ne sono successe, di cose. «Ma ci piace che il filo conduttore sia rimasto quello dell'artigianalità, della qualità del prodotto».

A raccontare la propria azienda è Alessandra Chiavelli, al timone dell'azienda di famiglia assieme al fratello Guido: sono entrambi amministratore delegato, lei con un occhio a distribuzione, marketing e direzione artistica, lui focalizzato su direzione generale e distribuzione. Mamma Giovanna Miletto è ancora presidente. Identità di prodotto forte, rete distributiva focalizzata sui monomarca e sui "corner" di prestigio, cura estrema della qualità: la scheda dell'azienda parla di abbigliamento di «lusso», ma Alessandra sembra quasi aver pudore a pronunciare quella pa-



La presentazione di una collezione del Gufo. In alto a destra Guido e Alessandra Chiavelli

rola. «Per noi è importante essere associati al concetto di qualità, poi è chiaro che questo significhi gamma alta». Una nicchia che permette pure di sfuggire agli ingranaggi di una concorrenza altrimenti spietata: i grandi marchi del low-cost potrebbero stritolare

una piccola azienda familiare che volesse sfidarli sul loro campo. «Il nostro segreto non è solo la qualità del prodotto, ma anche l'aver mantenuto altissima l'attenzione all'assistenza al cliente, alla puntualità della consegna, alla comunicazione», racconta Alessandra

Chiavelli. Concetto, tessuti, prototipi vengono realizzati in Italia. Per alcune specifiche lavorazioni l'azienda si avvale di operatori altamente specializzati in Romania.

«Bambini vestiti da bambini» è il motto programmatico dell'azienda: niente capi co-



La strategia: segmento di fascia alta e aperture di nuovi negozi monomarca in tutto il mondo. E ora si punta su una squadra di manager

piati dalle linee per adulti, niente "grandi" in miniatura. A trascinare la crescita sono soprattutto i mercati esteri, con 700 clienti in 35 Paesi: Russia in primis, poi Germania, Emirati Arabi, Austria, ora anche Cina e Giappone. Oggi l'export pesa per circa il 50% del fattu-

rato, «ma arriveremo attorno al 65% nel giro di tre anni». La strada per la crescita è fatta di forti investimenti sull'ampliamento della rete distributiva: «Siamo focalizzati sulle aperture di nuovi mono e multimarca», spiega ancora l'amministratrice delegata. Ad oggi i monomarca sono undici (Dubai, New York, Chengdu, Milano, Firenze, Roma, Cortina d'Ampezzo, Treviso e tre outlet), con apertura imminente a Parigi, «la prima di almeno cinque nei prossimi due anni». Per quanto riguarda i corner, sulla cartina dell'espansione sono già cerchiate in rosso Vienna, Jakarta, Osaka: punti vendita selezionati, con vicini di scaffale come Dior e Armani.

I dipendenti sono una settantina, più altri quaranta nel retail. Il fatturato aggregato 2013 del marchio asolano arriva a 27 milioni di euro (+6%), e le previsioni per il 2014 sono di una ulteriore crescita attorno al 6-7%. La storia è quella di un'azienda familiare, il futuro intende mantenere queste radici ma anche guardare oltre: da poco è arrivato un retail manager, presto anche un export manager. Il Gufo è entrata di recente a far parte del progetto "Elite" di Borsa Italiana, finalizzato proprio all'upgrade manageriale ancor prima che all'apertura ai mercati di capitali. Anche Guido e Alessandra proseguono la loro formazione manageriale. Di quotazione non si parla: il piano di crescita continua sulla strada tracciata fin qui.

Prosecco & dolci, la dieta dell'impresa

Aziende vitivinicole con percentuali clamorose, grande salto dei Biscotti Crich, Azove Carni realizza un più 64,3%

di MORENO MANCIN

L'analisi dei dati raccolti relativi alle 46 aziende che compongono il settore confermano anche per il 2013 che il comparto dei Prodotti alimentari e bevande è tra quelli più performanti della provincia. Il modesto ridimensionamento del volume di ricavi complessivamente generato (-0,9% sul 2012) è infatti concentrato su un numero estremamente ridotto di aziende di grandi dimensioni. Le prime della classe - Massimo Zanetti Beverage Group (Segafredo) e Zoppas finanziaria (che consolida San Benedetto e Guizza) - incidono in misura significativa sul calo complessivo del comparto, registrando rispettivamente -18,1% e -4,4% di riduzione del giro di affari rispetto al 2012. Per queste due aziende - le uniche della top 20 del settore - il dato del 2013 risulta addirittura inferiore al fatturato del 2011.

Il quadro che si viene invece a delineare scorrendo la rimanente parte della classifica - salvo rare eccezioni - è decisamente più rassicurante. Alcune realtà registrano addirittura incrementi di fatturato davvero significativi, come Azove Carni (+64,3% sul 2012 e +96,8% sul 2013) o le aziende vitivinicole quali Cantine Viticoltori Veneto Orientale, Spumanti Valdo, Tenuta Belcorvo con aumenti del volume di affari che oscillano tra il 12 e il 33% sul 2012 e addirittura - per quest'ultima - di oltre il 94% sul 2011. Sempre nella parte alta della classifica un significativo balzo in avanti è stato realizzato dalla Nuova Industria Biscotti Crich con un +33,8% sul 2012 guadagna,



Il prosecco, prodotto di Marca, traina il settore agroalimentare con una presenza globale nei mercati esteri. Ottime performance di alcune cantine

Il comparto risulta **tra i più performanti della provincia**. Da segnalare i risultati di Forno d'Asolo, Latteria del Montello e Hausbrandt Caffè

ben 21 posizioni, passando dalla 74° alla 53° piazza della classifica generale.

Tra le aziende che si sono distinte al di sotto della ventesima posizione per incrementi di fatturato troviamo ancora realtà del comparto vitivinicolo, come Bosco Viticoltori (+42,6%), Bacio della Luna Spumanti (+57,7%), Le Contesse (+22%), La Masottina (+9,2%) a conferma dell'importante ruolo svolto da queste aziende all'interno dell'economia trevigiana. Nel complesso solamente dieci imprese su quarantasei rilevano riduzioni di ricavi rispetto al 2012, e in un paio di circostanze tale riduzione è imputabile alla messa in liquidazione dell'impresa come nei casi dell'Oleificio Medio Piave e di Contarini Vini e Spumanti.

Tuttavia anche per il 2013 si conferma un trend già osservato nella precedente edizione

Top 500 per i produttori di alimentari e bevande. L'aumento generalizzato del volume di affari non è associato ad un corrispondente aumento della redditività aziendale che, per il secondo anno consecutivo, registra una diminuzione in termini di Ebitda%, che a livello aggregato passa dall'8,5% al 7,9%. Se si osservano i dati della tabella, ben 11 imprese tra le prime 20 confermano questo trend, anche se la riduzione più significativa di questo indicatore si osserva nella parte bassa della classifica dove la redditività mediana è scesa dal 9,6 al 6,9%, rispetto ad un dato relativamente stabile per le top 25%, che passa dal 6,4 al 6,7%.

L'aumento del volume di affari, pertanto, sembra essere stato trainato da una sostanziale riduzione dei margini operativi che ha interessato maggiormente le imprese di

minori dimensioni, rispetto alle big del settore. Tale risultato può essere spiegato, da un lato con un aumento dei costi di produzione - imputabili ad esempio alla crescita del costo delle materie prime - o dall'altro dalla riduzione dei prezzi di vendita dei prodotti commercializzati.

Gli indicatori che indagano sul versante patrimoniale/finanziario confermano che le aziende del settore sono dotate, nella maggior parte dei casi, di un'ottima solidità patrimoniale come è possibile desumere dalla lettura del livello di indebitamento. Salvo rare eccezioni, infatti, questo indice tende ad assestarsi al di sotto del 70%. Le poche realtà che superano tale soglia sono l'Oleificio Medio Piave - ormai in liquidazione - e le varie società cooperative in classifica che tendono a maturare debiti verso gli stessi soci con un evi-

dente ripercussione negativa su questo indicatore. Tra le aziende più patrimonializzate - ossia con minor livello di indebitamento - si distinguono in classifica l'azienda dolciaria Forno d'Asolo e la Mionetto Spa, dove il patrimonio netto apportato dai soci costituisce, per valore, la prima fonte di finanziamento dell'impresa. Analoga situazione per Dersut Caffè, Sandri Spa, Le Contesse, Il Molino di Ferro, Carpenè Malvolti, realtà che sebbene di minori dimensioni - e pertanto fuori dalla top 20 - presentano un consistente ammontare di patrimonio netto, elemento che normalmente caratterizza il bilancio di aziende di maggiori dimensioni. Questo risultato trova conferma anche nei dati relativi alle top/bottom 25%, dove il livello di indebitamento di queste due fasce nel 2013 appare del tutto allineato, poco al di sotto del 70%.

L'ottima struttura finanziaria delle imprese produce evidenti benefici anche sugli altri indicatori monitorati, se si considera che solamente un'azienda su 20 (escluso Oleificio Medio Piave, in liquidazione) presenta valori eccessivi del rapporto oneri finanziari/ebitda (Trevisanalat, con l'indicatore che supera il 70%) e quasi tutte le realtà monitorate presentano un differenziale di leva positivo che testimonia la capacità di impiegare le risorse raccolte a debito con un rendimento maggiore del relativo costo. Latteria del Montello, Forno d'Asolo e Hausbrandt Caffè ottengono un valore davvero significativo per questo indicatore, in tutti e tre i casi superiore al 10%, grazie all'elevata redditività operativa (ROA) che queste aziende hanno saputo associare ad un basso costo dell'indebitamento.

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
			2013	2012	2013	2012				
Top 25%	92.457	4,4%	6,7%	6,4%	69,6%	65,7%	75,0%	75,0%	66,7%	66,7%
Bottom 25%	14.693	3,0%	6,9%	9,6%	68,4%	69,1%	91,7%	91,7%	66,7%	91,7%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	Δ Ricavi 2013-11	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
				2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
M. ZANETTI BEVERAGE GROUP S.P.A.	808.079	-18,1%	-8,0%	7.444	2.436	7,3%	5,9%	63,0%	63,0%	2,1%	0,5%	14,7%	19,1%
ZOPPAS FINANZIARIA S.P.A.	681.288	-4,4%	-4,0%	-6.674	-5.654	13,6%	14,4%	58,4%	62,0%	-1,0%	-0,6%	14,3%	18,9%
PASTA ZARA S.P.A.	235.969	10,1%	25,7%	1.267	1.147	6,2%	6,8%	66,3%	66,6%	-0,3%	-0,7%	36,0%	31,5%
OLEIFICIO M.PIAVE S.P.A. IN LIQUIDAZIONE	209.582	-5,0%	7,7%	-34.208	38	-11,6%	1,6%	149,6%	94,2%	-48,7%	-0,2%	-10,2%	59,5%
COLORI S.P.A. (COLOMBEROTTO)	141.444	9,3%	n.d.	2.121	2.075	4,1%	4,6%	72,8%	73,7%	3,4%	3,6%	16,4%	16,6%
CRICH S.P.A.	102.510	33,8%	36,6%	2.452	5.156	12,8%	16,5%	77,4%	64,9%	3,0%	8,1%	10,5%	7,3%
LATTERIA MONTELLO S.P.A.	82.404	4,0%	4,6%	8.325	8.354	19,5%	19,6%	50,1%	60,1%	23,2%	21,9%	1,9%	2,5%
FORNO D'ASOLO S.P.A.	73.751	6,9%	13,4%	6.344	5.825	18,2%	17,8%	33,2%	35,9%	18,5%	19,2%	0,0%	0,0%
SENOBLE ITALIA S.P.A.	60.648	-1,7%	10,7%	-4.059	-4.112	-4,1%	-3,0%	97,6%	97,4%	-13,9%	-12,5%	-17,9%	-24,7%
H.TS. 1892 S.P.A.	60.324	4,9%	10,4%	4.255	3.047	20,0%	18,9%	37,2%	39,7%	11,2%	9,4%	4,2%	5,3%
VI.V.O. CANTINE S.A.C.	58.826	31,1%	n.d.	68	-191	4,4%	5,3%	88,7%	89,1%	0,2%	-0,2%	21,2%	29,6%
LA GIOIOSA - SPA IN SIGLA M.G. SPA	57.723	3,3%	9,4%	597	159	4,2%	2,9%	85,2%	87,9%	2,8%	0,7%	7,5%	14,7%
MIONETTO S.P.A.	56.451	0,3%	7,9%	2.740	1.979	8,2%	7,7%	41,2%	47,3%	8,5%	7,5%	0,2%	0,4%
TREVISANALAT S.P.A.	52.441	n.d.	n.d.	-1.834	-323	1,8%	n.d.	70,7%	30,9%	-5,8%	-5,8%	71,5%	-223,6%
V.S. S.R.L.	47.894	16,4%	29,5%	589	450	4,5%	4,9%	71,7%	77,0%	2,7%	2,0%	14,7%	14,8%
AZOVE CARNI - S.R.L.	43.244	64,3%	96,8%	-38	-39	0,9%	1,9%	96,5%	94,3%	-0,1%	-0,4%	18,7%	19,5%
ROBERTO INDUSTRIA ALIMENTARE S.R.L.	43.217	14,8%	28,1%	1.519	724	9,1%	6,1%	75,3%	79,4%	5,7%	1,7%	8,7%	18,3%
SPUMANTI VALDO S.R.L.	41.908	12,4%	18,6%	1.525	1.112	8,8%	7,2%	64,4%	65,6%	5,9%	4,3%	5,8%	9,2%
TENUTA BELCORVO S.R.L.	38.474	33,3%	94,2%	-365	574	5,8%	5,4%	87,6%	84,7%	-1,1%	2,9%	7,3%	7,3%
BOTTEGA SPA	37.052	7,4%	16,4%	1.462	1.300	8,5%	7,9%	51,7%	55,4%	10,8%	9,7%	0,4%	0,4%

Il wafer di Crich arriva fino in Cina

Nuove linee produttive e export "spinto": l'azienda alimentare di Zenson di Piave sfonda il tetto dei cento milioni di ricavi

di FABIO POLONI

Hanno sfondato il tetto dei cento milioni di euro di ricavi (102,5) con un'annata da record per crescita: +33,8%. E non hanno intenzione di fermarsi: quest'anno la produzione di biscotti e wafer toccherà le 50 mila tonnellate (è il peso, tanto per fare un paragone, di quanto verrà recuperato dal relitto della Costa Concordia). Alla Crich di Zenson di Piave non hanno segreti strani: basta fare cose buone, farne tantissime, venderle in tutto il mondo. Lapalissiano, vero? «Con i nuovi investimenti saremo un modello di efficienza e di tecnologia, con bassi costi di produzione e una grande attenzione al risparmio energetico», spiega Bruno Rossetto, amministratore delegato della Nuova Industria Biscotti Crich Spa.

«Investimenti» è la parola chiave: nel raccontare la propria azienda, Rossetto la usa una decina di volte. «Stiamo montando una linea per la produzione di wafer tre le più grandi d'Italia, produrrà 900 chilogrammi l'ora, un raddoppio netto rispetto la linea da 450 chili l'ora costruita nel 1987, affiancata poi da un'altra da 600 chili. Nel 2016, poi, investiremo su una nuova li-



Quest'anno la produzione di biscotti e wafer dell'azienda di Zenson toccherà le 50 mila tonnellate

nea produttiva per biscotti».

Dolce e salato, due binari che guidano una crescita impetuosa. «Nel comparto dei craker siamo già i secondi in Italia per produzione dopo Mulino Bianco», dice Rosset-

to, che con la sua famiglia ha rilevato Crich nel 2002. Oltre alla sede amministrativa e produttiva di Zenson, che dà lavoro a 160 persone, il gruppo ha anche uno stabilimento a Martignacco, in provin-

cia di Udine, dove nel 2008 ha rilevato la Quality Food Group (240 dipendenti), che oltre a prodotti a marchio Delsler lavora per le private label della grande distribuzione organizzata.



Bruno Rossetto, a.d. della Crich

Quest'anno la produzione toccherà le **cinquantamila tonnellate**. Il packaging è personalizzato a seconda dei Paesi importatori

I prodotti della Crich arrivano persino sotto la Grande Muraglia: «Siamo partiti da Hong Kong», racconta Rossetto, «e oggi in Cina abbiamo tre distributori. Ormai lì c'è una classe media con forte

potere d'acquisto, vuole prodotti di qualità: anche nel settore alimentare il *made in Italy* è una chiave di successo: è riconosciuto, ricercato».

L'export pesa per circa il 40% del volume d'affari del gruppo di Zenson: Francia e Olanda sono i mercati trainanti, Polonia e Ungheria quelli con il passo di crescita più deciso negli ultimi mesi. «Facciamo packaging diversificati a seconda dei mercati di destinazione: all'estero, per esempio, vanno molto più le mono-porzioni, piacciono i biscotti allineati, non nel classico sacchetto da 400 o 700 grammi come in Italia. Noi ci adattiamo alle esigenze più svariate».

Nonostante l'internazionalizzazione dei mercati sia ormai "spinta" e destinata a crescere ancora, Crich ci tiene a sottolineare che la produzione rimane per intero italiana «per scelta e per orgoglio. Sono italiani anche i produttori dei nostri macchinari, di Verona: ci usano come "vetrina" per i propri clienti, li portano in azienda da noi per vedere i risultati», racconta Rossetto. E un po' di orgoglio sta anche nel dare lavoro a tante famiglie della zona: di questi tempi, una medaglia non da poco.

COMMERCIO ALL'INGROSSO

Il sorpasso di Vega, Ariele si gusta il bio

Sacrificata la redditività delle vendite per mantenere le proprie quote di mercato, ma i grossisti reggono

di CARLO MARCON

Il settore del Commercio all'ingrosso rappresenta il quarto settore in ordine di fatturato tra quelli individuati, con un volume complessivo di ricavi di poco superiore ai 3,4 miliardi di euro, ma è di gran lunga il più popoloso essendo composto da 85 imprese tra le prime 500 della provincia di Treviso. Tra queste 7 realtà superano i 100 milioni di fatturato. Nel 2013 Vega ha soppiantato Ama Crai Est al vertice della classifica e Ariele Holding, specializzata nei prodotti biologici, ha superato Marfin (che consolida Marchiol, distributore di materiale elettrico) passando dal quarto al terzo posto. Nonostante a livello aggregato i ricavi siano aumentati del 3%, il margine operativo lordo di settore si è ridotto del 6,3% facendo scendere l'incidenza dell'ebitda sui ricavi dal 3,8% del 2012 al 3,4% del 2013. Inoltre, le imprese che hanno chiuso in utile sono passate dall'86,9% all'84,7%. Tuttavia, va precisato che la percentuale di imprese in utile rimane superiore di circa 5 punti a quella delle prime 500 aziende della provincia di Treviso e più della metà dei grossisti è stata in grado di migliorare sia i ricavi che il reddito netto nel corso del 2013. E' anche utile sottolineare che la bassa incidenza dell'ebitda sui ricavi (solo il settore del commercio e riparazione di autoveicoli ne presenta una inferiore) risulta fisiologica per i grossisti che puntano generalmente su una strategia orientata a generare volumi piuttosto che margini. Comunque solo 4 imprese su 85 presentano un'ebitda negativa. Alla luce di questi dati è

LE CIFRE

85

LE IMPRESE DEL COMMERCIO ALL'INGROSSO TRA LE TOP 500 DELLA PROVINCIA DI TREVISO

+10,8%

L'AUMENTO DI FATTURATO DI ARIELE HOLDING SCALANDO UNA POSIZIONE IN CLASSIFICA

100

SONO SETTE LE REALTÀ CHE SUPERANO QUOTA 100 MILIONI DI FATTURATO

84,7%

LE IMPRESE CHE HANNO CHIUSO IL 2013 IN UTILE. L'ANNO PRECEDENTE ERANO L'86,9%

+38%

L'INCREMENTO DI RICAVI DELLA TECNIGOLD, SEGUITO DAL 29,2 DELLA PADANA ROTTAMI E DAL 20,3 DELLA CARTONAL ITALIA

possibile riassumere che le aziende grossiste hanno leggermente sacrificato la redditività delle vendite per mantenere le proprie quote di mercato, ma rimangono delle realtà in grado di raggiungere l'equilibrio economico.

Passando ad esaminare la struttura finanziaria delle imprese del settore, si nota che presentano un livello di indebitamento mediamente superiore alla generalità delle pri-



L'interno di un supermercato Ariele: l'azienda ha incrementato il fatturato del 10,8 per cento

me 500 aziende trevigiane. Infatti, il valore mediano del rapporto di indebitamento è pari all'82,9% contro un 73% delle aziende top 500. Anche in questo caso, il dato si giustifica almeno parzialmente con le peculiarità del settore, le cui imprese di solito hanno una struttura dell'attivo elastica, ossia con un basso peso delle immobilizzazioni, che di conseguenza richiede in genere un minore apporto dei mezzi propri.

Inoltre, l'indebitamento è in prevalenza di tipo operativo in quanto esso genera degli oneri finanziari sostenibili misurati dall'incidenza degli stessi sull'ebitda che passa da un valore mediano del 16,8% all'11,1%, del tutto in linea con la generalità delle prime 500 aziende della marca trevigiana. Stante il sopracitato calo dell'ebitda, il miglioramento del rapporto of/ebitda è imputabile a un decremento più che proporzio-

nale degli oneri finanziari. Va anche aggiunto che la mediana del differenziale di leva è passata dal 1,6% al 2,1%, dimostrando un miglioramento nella capacità di far fruttare le risorse prese a prestito più di quanto costi remunerarle.

Osservando il fattore dimensionale viene confermato quanto già emerso l'anno scorso, ossia che le imprese minori per fatturato sembrano avere delle performance migliori ri-

spetto a quelle più grandi. Non tanto a livello di variazione delle vendite, i cui dati si equivalgono, quanto piuttosto a livello di marginalità operativa dei ricavi (3,2% contro 2,2%), rapporto di indebitamento (inferiore di due punti percentuali), imprese con reddito in crescita (63,6% a fronte di 45,5%) e soprattutto imprese che hanno chiuso il 2013 in utile (86,4% contro 68,2%).

Tra le prime 20 aziende del settore tre realtà hanno realizzato un incremento dei ricavi superiore al 20%, ossia Padana Rottami (+29,2%), Tecnigold (+38%), CartonAl Italia (+20,3%). La notevole crescita del fatturato di queste imprese ha consentito loro anche di migliorare il reddito netto, incrementare l'incidenza dell'ebitda sui ricavi e il differenziale di leva, oltre a ridurre la quota di margine operativo lordo assorbita dagli oneri finanziari.

Tra le prime della classe Ariele Holding, oltre ad aver scalato di una posizione la classifica per fatturato con un aumento del 10,8%, è stata in grado di confermare l'elevata marginalità sulle vendite (12%) e soprattutto trasformare la perdita del 2012 in un utile consistente nel 2013, consentendo di raggiungere un Roe molto soddisfacente pari al 18%. Da menzionare anche Ires, che nonostante il calo del fatturato, continua a presentare dei buoni indicatori economici (soprattutto il differenziale di leva) grazie al contenuto costo dell'indebitamento. Infine, Vega si conferma una delle realtà del settore con la più alta redditività del patrimonio netto soprattutto a seguito degli importanti proventi da partecipazioni.

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
			2013	2012	2013	2012				
Top 25%	58.824	0,0%	2,2%	2,1%	86,8%	85,0%	68,2%	72,7%	45,5%	45,5%
Bottom 25%	14.779	1,0%	3,2%	3,2%	84,8%	83,0%	86,4%	90,9%	45,5%	63,6%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi	Δ Ricavi	Δ Ricavi	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
	2013	2013-12	2013-11	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
VEGA - SOCIETA' COOPERATIVA	239.982	0,9%	-0,8%	28.329	18.731	1,5%	1,6%	27,5%	33,9%	-0,7%	-0,7%	8,7%	9,5%
AMA - CRAI EST SOCIETA' COOP.	230.621	-6,1%	-8,0%	390	18	0,9%	0,5%	95,7%	97,6%	-0,3%	-0,5%	31,1%	47,6%
ARIELE HOLDING S.P.A.	228.486	10,8%	n.d.	22.802	-3.486	12,0%	12,0%	45,7%	56,4%	-0,8%	-0,9%	14,1%	19,7%
MARFIN S.P.A.	220.841	-3,0%	-10,7%	-2.758	4.805	2,5%	6,2%	67,3%	63,3%	-2,0%	2,6%	46,6%	16,3%
IREN - S.P.A.	142.820	-4,3%	-11,7%	4.542	5.091	4,8%	5,2%	53,4%	52,0%	9,3%	12,9%	3,4%	2,1%
G.DISTR. PETROLI S.R.L.	125.999	-0,8%	1,4%	1.056	1.065	2,2%	2,1%	88,9%	91,4%	5,1%	4,0%	0,8%	1,4%
PADANA ROTTAMI - S.R.L.	123.589	29,2%	10,2%	782	298	2,1%	1,9%	89,5%	88,9%	2,4%	1,2%	12,0%	15,2%
SOLIGON S.P.A.	69.357	-23,4%	-33,6%	208	89	1,4%	1,3%	78,6%	84,4%	1,4%	1,0%	30,4%	38,0%
FEDIM S.R.L.	62.135	-22,3%	-10,0%	-234	1.474	3,0%	5,4%	82,4%	84,9%	-1,6%	2,0%	88,1%	35,0%
DRESSING S.P.A. IN LIQUIDAZIONE	61.985	-13,0%	-14,7%	-6.136	-797	-2,0%	3,1%	95,0%	85,7%	-10,7%	-2,7%	-155,8%	83,0%
ITAFIN S.R.L.	60.901	11,3%	30,5%	-495	457	4,3%	5,1%	89,2%	85,0%	2,4%	1,5%	29,1%	46,7%
TECNIGOLD S.P.A.	56.747	38,0%	9,6%	36	-1.103	2,3%	2,2%	99,0%	99,0%	-0,8%	-17,6%	97,0%	923,6%
SEA INGROSS S.R.L.	55.756	-2,0%	-4,8%	-146	31	-0,1%	0,1%	96,9%	95,4%	-1,0%	0,2%	-144,7%	20,9%
SISAVENETA S.R.L.	53.249	7,1%	-8,5%	114	135	0,8%	0,8%	76,1%	76,5%	0,9%	0,7%	10,1%	9,6%
IN SIGLA I.T.A. S.R.L.	51.017	10,9%	27,7%	-313	493	4,0%	5,0%	86,4%	87,9%	2,9%	2,1%	25,3%	49,6%
AMER SPORTS ITALIA S.P.A.	49.170	3,2%	-3,9%	-173	-1.710	2,3%	-1,3%	73,7%	73,2%	-0,4%	-5,6%	30,0%	-84,3%
ITALBOVINI S.R.L.	47.822	6,1%	26,8%	39	63	1,8%	1,7%	88,2%	94,1%	1,0%	0,6%	51,5%	57,8%
ADL AMERICAN DATALINE S.R.L.	45.401	4,6%	15,6%	149	32	2,1%	3,1%	87,1%	88,2%	2,6%	4,2%	25,9%	24,2%
ICEBERG - S.R.L.	45.295	-2,6%	-5,4%	633	1.117	4,7%	5,9%	43,0%	43,4%	3,2%	4,9%	4,6%	4,8%
CARTONAL ITALIA S.P.A.	44.570	20,3%	36,8%	1.009	472	3,2%	1,5%	90,2%	90,0%	6,4%	2,9%	6,7%	13,8%

Adl, che boom sulla scia di Apple

Il rivenditore di Quinto è partner ufficiale degli store della "mela": «Ci abbiamo creduto prima che diventasse moda»

di FABIO POLONI

Dice di essere un appassionato di Apple da tempi «non sospetti», quando «era ancora la cenerentola dell'informatica». Figuriamoci adesso: in scia al boom della mela mozzicata, la sua azienda che si occupa di distribuzione per gli Apple Store e per i rivenditori autorizzati ha visto lievitare il proprio fatturato da 6 a 50 milioni in dieci anni. Lui è Guido Borso, presidente e amministratore delegato di American Data Line, sede a Quinto di Treviso, specializzata sin dalla sua nascita (1989) nella commercializzazione di accessori e periferiche per il mercato Apple.

Da poco Adl ha iniziato anche a occuparsi di produzione di accessori con il marchio Aiino, che finiscono sugli scaffali di catene come Mediaworld, Unieuro, Euronics. Ma il *core business* rimane quello di rifornire i negozi della mela. «Per i loro prodotti, ovviamente, si arrangiano», spiega Borso, «ma negli Apple Store vendono anche periferiche e accessori di altre marche, da Epson a Bose passando per Hp. Noi ci occupiamo della distribuzione di questi prodotti». Quando il marchio di Steve Jobs è passato da



L'inaugurazione di un Apple Store, in questo caso Sidney: ADL è fornitore diretto

«Cinderella a princess», come dice Borso, gli affari del distributore trevigiano sono letteralmente esplosi: il fatturato al 30 giugno 2013 faceva segnare 45,4 milioni di euro, il bilancio chiuso alla stessa data

di quest'anno è arrivato a sfiorare i 50 milioni (49,98).

American Data Line è fornitore ufficiale di Apple dal 2003. «È stata la nostra fortuna, ma anche bravura, crederci prima del boom partito con

gli iPod ed esploso con gli iPhone», dice Borso, «Oggi siamo uno dei cinque fornitori ufficiali in Europa». Parte delle vendite (circa il 20%) viene realizzata all'estero, negli Apple Store e nei rivenditori



Guido Borso, a.d. di ADL

American Data Line produce anche una **linea di accessori** per le catene della grande distribuzione come Unieuro e Mediaworld

autorizzati di Regno Unito, Spagna, Francia, Scandinavia. Per essere a contatto diretto con il "cuore" europeo della mela, Adl ha aperto un ufficio di rappresentanza commerciale a Londra.

Chiedere della crisi, con negli occhi le immagini delle code di due giorni per il nuovo iPhone6, in questo settore suona quasi blasfemo. «Il mercato è più difficile, certo, ma i numeri tornano», dice Borso. Per approssimazione il volume d'affari dell'azienda di Quinto è suddiviso così: 30% circa grazie ad Apple, 50% sulla Gdo dell'elettronica, il 20% circa con i negozi di telefonia. Essendo nel *business*, il passo dalla semplice commercializzazione alla produzione diretta è stato naturale. «Con un amico e socio ingegnere abbiamo lanciato il marchio Aiino di accessori per computer e telefoni Apple, dalle custodie agli auricolari, dalle pellicole *screen protector* ai caricabatterie. Tutto made in China, ma in questo campo non può essere diversamente».

Nel futuro dell'azienda ci sono anche prospettive nuove. Una è data dal mercato nascente delle stampanti 3D, grazie anche al fatto che uno dei *vice president* del produttore 3D Systems è trevigiano. L'altro binario interessante è quello del rapporto con Eataly: non si trova solo cibo, nella catena di Natale Farinetti, bensì anche gadget legati all'elettronica. A produrli è proprio Adl.

L'attivo corre sul Passante di Mestre

Spiragli di luce e tante ombre nei cantieri colpiti più violentemente dalla crisi. I ricavi in aumento del 2,4%



di MARCO FASAN

Come ben noto, il settore Edilizia e costruzioni è stato colpito dalla crisi in maniera molto violenta ed è pertanto particolarmente rilevante analizzare la performance delle relative aziende nel corso del 2013. Le 18 aziende Top 500 operanti nel settore hanno complessivamente generato ricavi per 1,53 miliardi di Euro, in aumento del 2,4% rispetto all'esercizio precedente. Anche la marginalità operativa registra un lieve miglioramento, dall'11,1% all'11,9%. A livello patrimoniale, il totale attivo mediano è diminuito da 66,3 a 60,4 milioni di Euro, l'indebitamento è calato da 69% a 64% ed il differenziale di leva è raddoppiato, passando da 0,92% a 1,83%.

Tutti questi indicatori sem-

brano indicare un andamento positivo, che viene peraltro riflesso nel ROA, in aumento da 3,04% a 3,91%.

Sebbene i dati appena esposti sembrino suggerire un'inversione di tendenza rispetto al passato, tale miglioramento non è stato omogeneo ma ha piuttosto interessato solo alcune realtà. Se prendiamo in considerazione le aziende top 25% e bottom 25% notiamo infatti due andamenti molto differenziati, che si compensano parzialmente nei dati aggregati. L'incremento di fatturato registrato a livello di settore, infatti, è determinato dalle

aziende top 25%, che aumentano il loro fatturato del 3,7% rispetto al 2012. Viceversa, le aziende bottom 25%, fanno registrare un vistoso calo dell'8% che, se statisticamente non ha un notevole impatto nel dato aggregato a livello di settore, non deve però essere trascurato nell'analisi. Anche la marginalità operativa delle

aziende bottom 25% (2,1%) è molto bassa, pur aumentando in maniera significativa rispetto al 2012 (1%). Altri dati che confermano le profonde differenze esistenti fra aziende top 25% e bottom 25% sono: il rapporto di indebitamento (che scende da 73,1% a 69% per le top 25% mentre sale da 65% a

74% per le bottom 25%); la percentuale di imprese in utile nel 2013 (80% per le top 25% e 40% per le bottom 25%); la percentuale di imprese con fatturato in crescita nel 2013 (60% per le top 25% e 20% per le bottom 25%).

L'analisi differenziale per aziende top 25% e bottom 25% mette in luce le difficoltà delle imprese di dimensioni minori, anche se vi sono dei casi di aziende di medie e piccole dimensioni che hanno ottenuto miglioramenti rilevanti rispetto all'esercizio precedente sotto varie prospettive.

Se prendiamo in considerazione la variazione dei ricavi delle vendite 2012-2013, meritano una menzione particolare la Costruzioni Rusalen S.r.l. (+66%) e la Carron Cav. Angelo S.p.a. (+52%). Fra le aziende che hanno ottenuto i migliori

risultati in termini di miglioramento della marginalità operativa, vanno menzionate quattro aziende, una delle quali inclusa nel sotto-campione bottom 25%, a conferma del fatto che vi sono anche delle realtà relativamente piccole che sono riuscite ad ottenere ottimi risultati. La Agribeton S.p.a. ha più che raddoppiato la propria marginalità (da 8,55% nel 2012 a 18,32% nel 2013); la Ivecos S.p.a. ha aumentato la marginalità, già relativamente elevata (22,70% nel 2012), del 113%; la Sogedin Finanziaria S.p.a. è passata dal 6,10% all'11,85%.

È interessante notare come le aziende di dimensione più elevata abbiano generalmente ridotto l'attivo, rispetto al 2012, forse in conseguenza di qualche riorganizzazione aziendale o completamento di commesse. Viceversa, le aziende di minori dimensioni hanno fatto registrare un aumento dell'attivo, probabilmente per nuovi investimenti ovvero per commesse in corso da terminare nei prossimi esercizi. Le quattro aziende per cui l'attivo è aumentato in maniera più sensibile sono: Passante di Mestre S.c.p.a. (+52%); Agribeton S.p.a. (+29%); Dottor Group S.p.a. (+27%) e Ivecos S.p.a. (+25%).

le aziende di dimensione più elevata abbiano generalmente ridotto l'attivo, rispetto al 2012, forse in conseguenza di qualche riorganizzazione aziendale o completamento di commesse.

Viceversa, le aziende di minori dimensioni hanno fatto registrare un aumento dell'attivo, probabilmente per nuovi investimenti ovvero per commesse in corso da terminare nei prossimi esercizi. Le quattro aziende per cui l'attivo è aumentato in maniera più sensibile sono: Passante di Mestre S.c.p.a. (+52%); Agribeton S.p.a. (+29%); Dottor Group S.p.a. (+27%) e Ivecos S.p.a. (+25%).

» Spiccano Rusalen (+66%) e Carron con un +52% Ma sono i piccoli a guadagnare di più

» Altre tre migliorano il risultato: sono Agribeton, Dottor Group e Ivecos

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
			2013	2012	2013	2012				
Top 25%	253.893	3,7%	9,0%	11,5%	69,0%	73,1%	80,0%	80,0%	60,0%	60,0%
Bottom 25%	14.562	-8,0%	2,1%	1,0%	74,0%	65,0%	40,0%	80,0%	20,0%	20,0%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi	Δ Ricavi	Δ Ricavi	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
	2013	2013-12	2013-11	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
FASSA S.R.L.	303.333	-2,9%	-8,3%	8.627	3.573	19,5%	16,8%	54,0%	58,1%	2,3%	0,5%	10,9%	15,5%
SUPERBETON S.P.A.	294.248	-5,2%	-4,6%	300	1.719	14,8%	11,5%	59,2%	66,4%	-1,4%	-0,7%	29,9%	33,4%
IMPRESA TONON S.P.A.	253.893	3,8%	-27,5%	742	1.352	8,0%	8,8%	72,4%	75,1%	0,0%	0,3%	28,1%	27,1%
CARRON CAV. ANGELO S.P.A.	176.536	52,2%	74,0%	7.319	5.500	9,0%	12,6%	69,0%	74,5%	7,5%	6,2%	8,6%	11,8%
SANGALLI VETRO MANFREDONIA S.P.A.	107.716	3,7%	10,8%	-13.439	-17.047	0,6%	0,9%	76,1%	73,1%	-10,3%	-10,8%	1229,6%	776,1%
ELFRA S.R.L.	67.077	-6,6%	-20,3%	5.824	5.533	10,2%	11,8%	33,6%	32,7%	6,1%	8,8%	1,5%	1,6%
MAEG FIN S.R.L.	64.418	-18,5%	-17,2%	3.410	5.750	11,5%	16,0%	73,5%	76,9%	2,7%	6,0%	11,1%	8,7%
SOGEDIN FINANZIARIA SPA	55.237	1,4%	-1,1%	1.123	-77	11,9%	6,1%	57,0%	56,3%	-1,6%	2,0%	11,8%	19,4%
SETTEN GENESIO S.P.A.	51.430	23,6%	40,3%	99	-251	12,0%	9,7%	87,4%	86,5%	1,3%	-0,6%	44,2%	72,7%
DOTTOR GROUP S.P.A.	24.651	23,2%	19,4%	109	198	3,0%	5,3%	90,4%	87,8%	1,3%	-1,1%	67,6%	42,2%

Carron: appalti addio, meglio l'Ikea

Il gruppo edile di San Zenone cresce grazie a clienti privati: «Una scelta precisa, evitiamo burocrazia e ricorsi»

di FABIO POLONI

Veneto, appalti pubblici, edilizia residenziale. Per il gruppo Carron questo è il passato: la bussola della crescita ora punta l'area lombarda e grandi clienti privati come Ikea, Gucci, Dior, ma anche Diesel, Generali, Gardaland. «Solo così continuiamo a crescere», dice Diego Carron, presidente del colosso dell'edilizia fondato nel 1963 da suo padre Angelo.

In cinquant'anni il gruppo ha cambiato pelle più volte, come il territorio che ne ha nutrito la crescita. «Una necessità», spiega Diego Carron, «che ci ha permesso di crescere con costanza dal 2009 a oggi, dopo un 2008 che ha rappresentato una battuta d'arresto». Quello che non era più redditizio è stato ridimensionato, se non del tutto abbandonato. L'edilizia residenziale, in primis: «Mercato saturo, che senza crescita demografica non si muove». Il territorio locale, poi: non una scelta di abbandono, anzi, ma gli affari (dopo aver realizzato l'area Appiani, appalto da 170 milioni di euro, il nuovo Quartiere Latino e l'aeroporto Canova) ora portano altrove. Il comparto pubblico, infine: qui, più che di un problema di redditività, si tratta di modo di lavorare che al gruppo di San Zenone non va a genio. «Su dieci appalti pubblici, vent'anni fa uno veniva rallentato dai ricorsi. Oggi sono nove su dieci: il comparto pubblico è malato, tra ricorsi e controricorsi. Un bando devi vincerlo tre volte: con i concorrenti, al Tar, al Consiglio

In Lombardia il cuore degli affari. Tra i committenti ci sono anche **Gucci, Dior e Gardaland** che costruirà un nuovo albergo nel parco giochi

«Chiedono velocità e noi la garantiamo»
Diventa marginale il **settore residenziale** ormai fermo in tutta Italia

di Stato». Ogni riferimento alla nuova cittadella della salute di Treviso è puramente voluto ed esplicito. «Per scelta ora quasi quasi diciamo basta definitivamente alle gare pubbliche». Ma se una strada si complica, altre si spalancano. «In questi ultimi tre anni abbiamo privilegiato i clienti privati istituzionali», dice Diego Carron, «e i risultati si vedono. Il committente vuole tempi di consegna rapidi,



La famiglia Carron avanti a un ritratto giovanile del padre Angelo

ma noi ci facciamo trovare pronti. Per le Generali, per esempio, a Bologna abbiamo realizzato una struttura in meno di cinque mesi». Altro cliente di spicco: Ikea. Il colosso svedese ora mira ad aprire centri commerciali a fianco dei propri classici *megastore*: il prossimo è a Brescia, e lo costruirà l'azienda di San Zenone. È proprio la Lombardia ad attirare i cantieri della Carron, con un va-

lore delle commesse che sfiora gli 80 milioni di euro. Ma l'Expo non c'entra: «Abbiamo partecipato a un paio di gare, ma niente». A Milano la Carron sta realizzando "Una comunità per crescere", avveniristico complesso residenziale interamente realizzato in legno massiccio.

Il 2012 ha segnato il debutto internazionale di Carron con il restauro di Fort Sant'Elmo sull'isola di Malta. L'este-

ro, però, rimane marginale nel volume d'affari che per le costruzioni ha toccato i 142,5 milioni di euro nel 2013, in crescita rispetto i 136 del 2012. Le prospettive per l'esercizio in corso sono decisamente positive: il fatturato arriverà a sfiorare i 180 milioni di euro. Al fianco di Diego al timone dell'azienda ci sono le sorelle Arianna, Paola, Marta e Barbara con incarichi di direzione nei settori

chiave. L'azienda ha aperto una sede secondaria a Trento e una legale a Bolzano, «perché abbiamo un legame affettivo con quei territori», dice Carron. La ristrutturazione della scuola elementare "Noè Bordignon" a San Zenone degli Ezzelini: questo è stato il primo appalto consistente per il gruppo, cinquant'anni fa. Ora l'azienda dà lavoro a quasi 250 dipendenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FABBRICAZIONI IN METALLO

Permasteelisa sale, si rafforza Finmet

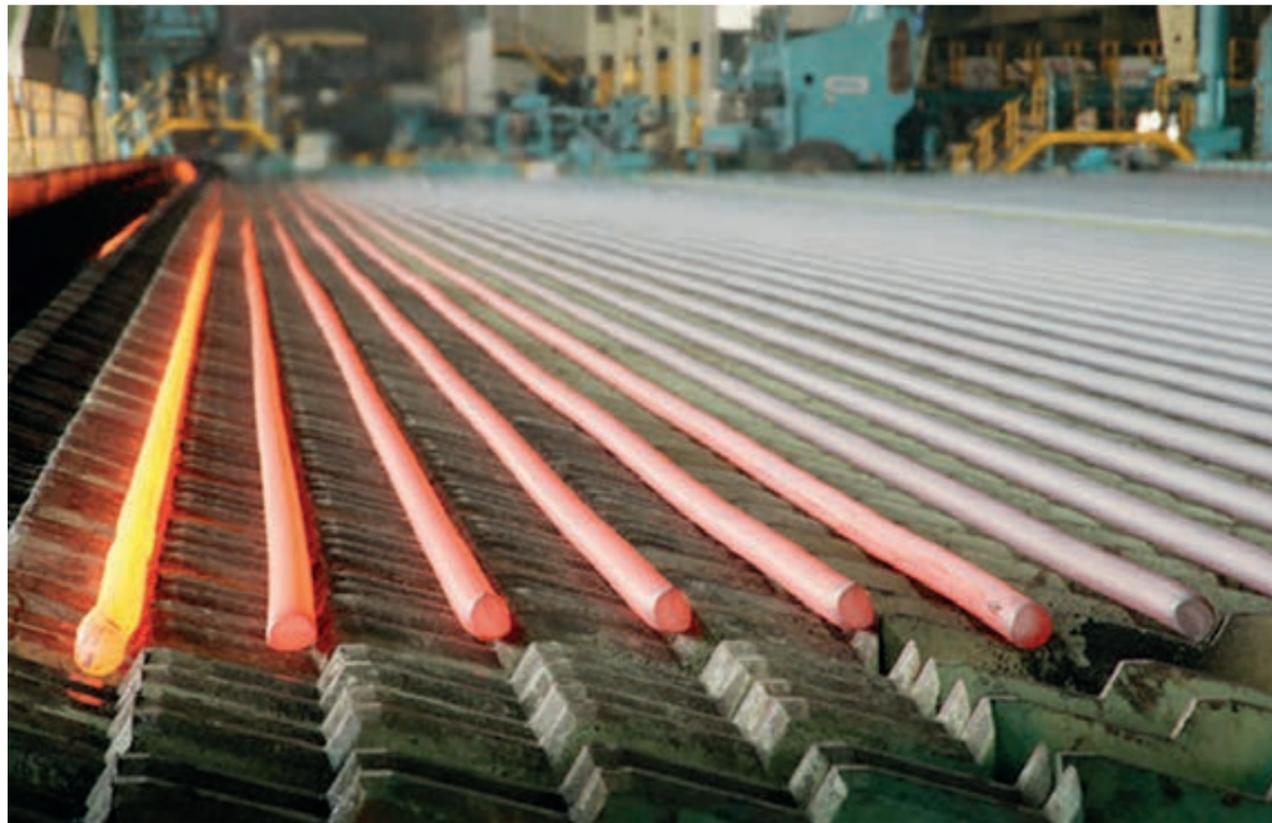
Il gigante secondo assoluto. L'azienda di Cordignano, terza realtà del settore, ha visto aumentare i propri ricavi del 48,5%

di MARCO FASAN

Sono riconducibili al settore delle Fabbricazioni in metallo 28 delle 500 maggiori aziende della provincia di Treviso, fra le quali spicca Permasteelisa S.p.a. Il gruppo di Vittorio Veneto sale nel 2013 al secondo gradino del podio Top 500, realizzando da solo il 60% del fatturato aggregato del settore.

Se letti alla luce dei risultati conseguiti da tutte le 500 maggiori aziende della Marca, i dati ritraggono un settore che gode di una salute relativamente buona. La redditività delle aziende delle Fabbricazioni in metallo è migliore rispetto a quella alle altre Top 500, in termini sia di ROA sia di ROE. Inoltre, anche il rapporto di indebitamento è migliore (72% a livello di Top 500 e 68,54% a livello di settore). L'analisi dei dati rispetto all'esercizio precedente, invece, racconta una storia più complessa. I ricavi aggregati, dopo il grande balzo in avanti compiuto fra il 2011 ed il 2012 (+29%) sono sostanzialmente rimasti stabili fra 2012 e 2013. A fronte di questa stabilità, la marginalità operativa (misurata in termini di rapporto fra ebitda e ricavi) ha subito una contrazione, passando dal 7,2% al 5,9%. Questo significa che, a livello aggregato, il settore fattura sostanzialmente come l'anno precedente ma ha maggiori difficoltà a tenere sotto controllo i costi operativi. Nell'analisi di redditività, tale decremento di efficienza viene mitigato dalla riduzione dell'attivo investito, che consente al ROA di migliorare (passando dal 3,99% del 2012 al 4,64% del 2013).

Sempre a livello patrimonial-



Processo di fusione e lavorazione di metallo. Sono 28 le aziende del settore nella classifica delle Top 500: in testa Permasteelisa

le, il rapporto di indebitamento cala da un valore mediano di 73,28% nel 2012 a 68,54% nel 2013 e questa situazione si accompagna ad un minor costo del debito, espresso in termini di Oneri Finanziari/Mezzi di terzi, che scende dall'1,76% all'1,20%. Una volta depurato dai valori anomali (ovvero in caso di ebitda negativo), anche il rapporto fra oneri finanziari ed ebitda scende dall'11,46% al 9,86%. Complessivamente, il ROE mediano passa dall'8,27% nel 2012 al 5,62% nel 2013.

Questi dati aggregati forniscono tuttavia solo una panoramica d'insieme dell'andamento del settore, appiattendone necessariamente le differenze fra differenti casistiche. Può essere utile, al fine di una più completa analisi, prendere in considerazione i dati per le aziende top 25% e bottom 25%. Il calo dei ricavi è stato più pronunciato per le aziende di grandi dimensioni, anche se tale dato è estremamente eterogeneo. La riduzione della marginalità operativa a livello

di settore deve essere contestualizzata, dal momento che le aziende bottom 25% presentano, in controtendenza, un miglioramento della stessa (che passa da 8,2% a 10,9%). Un'altra interessante differenza fra aziende top 25% e bottom 25% è che, sebbene entrambe riducano nel corso dell'anno il loro indebitamento, le aziende bottom 25% risultano essere relativamente meno indebitate. Meritano infine un particolare commento alcune aziende che hanno fatto re-

gistrate significativi aumenti rispetto all'anno precedente. In termini di ricavi, merita senza dubbio una menzione Finmet S.p.a. L'azienda, che rappresenta la terza realtà del settore, ha visto i propri ricavi aumentare del 48,5%, passando da 36 milioni del 2012 a 53 milioni del 2013. Se prendiamo in esame il rapporto fra ebitda e ricavi, notiamo che, pur se a livello di settore tale indicatore ha registrato un peggioramento, vi sono alcune realtà che sono riuscite, in controtendenza, a

LE CIFRE

60%

LA QUOTA DI FATTURATO DI PERMASTEELISA NEL COMPLESSO DEL SETTORE

68,5%

IL RAPPORTO DI INDEBITAMENTO DEL COMPARTO. NEL COMPLESSO DELLE TOP 500 È DEL 72%

53

I MILIONI DI RICAVI DELLA FINMET, TERZA REALTÀ DEL SETTORE: NEL 2012 ERANO PARI A 36 MILIONI

+5,8

LA MARGINALITÀ OPERATIVA DI OSMAP SPA NEL 2013: L'ANNO PRECEDENTE ERA DEL -4,76

28

LE AZIENDE TREVIGIANE DEL SETTORE NELL'AMBITO DELLE TOP 500

migliorare tale rapporto. Si tratta di Osmap S.p.a., che ribalta la propria marginalità operativa da -4,67% nel 2012 a +5,86% nel 2013; Cerantola S.p.a., da 5,54% (2012) a 14,33% (2013); Metalco S.r.l., da 5,55% (2012) a 11,46% (2013). In termini di attivo, gli aumenti più sensibili, probabilmente per lo più riconducibili a nuovi investimenti, sono stati effettuati da Permasteelisa S.p.a. (+10%), Cerantola S.p.a. (+16%), Inox Piave S.r.l. (+10%) e Masiero S.r.l. (+19%).

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
			2013	2012	2013	2012				
Top 25%	46.145	-6,4%	8,4%	8,8%	71,8%	74,1%	85,7%	71,4%	42,9%	42,9%
Bottom 25%	14.501	-1,5%	10,9%	8,2%	66,2%	68,0%	85,7%	85,7%	42,9%	28,6%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi	Δ Ricavi	Δ Ricavi	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
	2013	2013-12	2013-11	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
PERMASTEELISA S.P.A.	1.384.871	2,4%	19,7%	9552,00	33321,00	3,5%	6,1%	80,7%	78,8%	-1,5%	0,5%	78,5%	48,7%
SILCA SPA	65.644	1,5%	n.d.	3265,91	2068,89	11,2%	11,3%	67,3%	71,4%	8,5%	6,3%	1,7%	4,0%
FINMET S.P.A.	53.412	48,5%	-24,2%	236,86	392,57	4,3%	4,5%	83,8%	85,2%	1,8%	1,0%	9,7%	16,2%
VISOTTICA INDUSTRIE S.P.A.	46.145	3,1%	14,1%	585,65	316,58	9,4%	10,1%	71,8%	73,7%	1,7%	1,5%	17,3%	19,4%
I.M.G. - S.P.A.	39.897	-23,6%	-30,5%	2676,67	2708,55	19,3%	16,3%	68,9%	74,1%	7,6%	8,6%	9,9%	8,9%
OSMAP S.P.A.	32.436	-20,7%	-34,4%	7387,44	-8534,24	5,9%	-4,7%	87,4%	108,5%	-1,4%	-18,9%	11,1%	-53,9%
COMACCHIO S.R.L.	32.174	-14,7%	-8,6%	1496,98	2420,87	8,8%	11,0%	54,3%	56,9%	7,7%	11,6%	2,8%	3,1%
IRINOX S.P.A.	32.149	0,6%	10,7%	513,15	2594,53	6,2%	14,7%	43,1%	38,7%	4,9%	17,6%	0,1%	0,2%
OMP S.R.L.	28.996	3,3%	4,9%	15,11	13,08	8,5%	8,6%	86,2%	86,6%	5,1%	3,8%	13,9%	20,5%
CIMM S.P.A.	25.933	1,3%	-3,1%	4857,74	4888,13	26,0%	25,6%	10,1%	10,7%	8,3%	8,3%	0,0%	0,0%
OTLAV - S.P.A.	18.859	-5,3%	-11,2%	90,98	390,12	12,1%	14,9%	26,2%	28,9%	0,5%	0,7%	1,1%	2,4%
KEYLINE S.P.A.	18.417	10,4%	15,1%	241,21	139,38	8,0%	7,1%	77,2%	79,5%	4,4%	2,6%	13,8%	18,6%
FOREL SPA	18.193	6,0%	-1,3%	346,48	974,64	11,3%	15,8%	82,4%	82,8%	3,7%	7,7%	18,7%	14,1%
FERROBETON S.R.L.	18.063	-17,3%	-34,0%	-141,60	19,71	1,9%	2,5%	94,2%	93,5%	-0,7%	0,4%	48,7%	37,0%
NUOVA MENON S.R.L.	17.272	3,7%	-9,6%	14,55	12,43	5,1%	6,6%	80,0%	80,0%	1,3%	1,1%	9,8%	8,1%
ROSSI E DUSO S.R.L.	16.990	n.d.	n.d.	209,84	n.d.	12,7%	n.d.	98,3%	n.d.	3,8%	n.d.	1,5%	n.d.
AM TEKNOSTAMPI S.P.A.	16.720	-28,1%	-27,0%	4,17	271,16	-7,3%	-1,4%	62,0%	67,6%	-11,4%	-7,4%	-57,0%	-223,2%
GRIGLIATI BALDASSAR S.R.L.	16.394	-11,8%	-4,2%	1139,71	857,66	14,8%	11,5%	68,1%	77,4%	9,8%	7,3%	1,9%	4,5%
NOVATION S.P.A IN LIQUIDAZIONE	16.358	-32,3%	-45,9%	-2050,53	-18179,98	-1,8%	-21,1%	187,4%	158,6%	-13,6%	-61,3%	-72,7%	-23,0%
CINEL OFFICINE MECCANICHE S.P.A.	15.610	13,9%	4,9%	4262,48	3123,50	47,7%	39,1%	43,0%	23,4%	39,1%	25,8%	0,2%	0,4%

Silca e Keyline, le chiavi del successo

Due aziende di Marca protagoniste nel settore della duplicazione: una celebra i Simpson, l'altra chiude Scotland Yard

È partita da Vittorio Veneto ed è arrivata fino a Springfield. Per festeggiare i 25 anni di tivù, i Simpson hanno affidato alla trevigiana Silca una nicchia molto particolare del loro *merchandising*: le chiavi personalizzate con tutti i personaggi del cartoon di fama planetaria.

Hanno trovato le chiavi del successo, e per una volta non è un modo di dire. È il caso di Silca, ma anche della Keyline di Conegliano: due big di Marca che operano nel settore della produzione di chiavi e di macchinari per la duplicazione. Silca Spa fa parte della multinazionale Kaba Group, che fattura oltre un miliardo di franchi svizzeri (circa 830 milioni di euro al cambio attuale), con una crescita di cinque punti percentuali. «Un risultato significativo, specie se si considera l'attuale congiuntura», dice Stefano Zocca, amministratore delegato di Silca Spa. «Destiniamo il 5% del fatturato a investimenti in innovazione. La "Divisione sistemi chiavi", di cui Silca è la rappresentante in area Emea, Asia Pacifico, Sam, ha registrato una crescita del 5,2% e ha aumentato la profittabilità».

Silca occupa 400 dipendenti nella sede di Vittorio Veneto. L'export (in 130 Paesi, con sedi commerciali in Francia,



Lavoro all'interno della Silca. A destra Stefano Zocca, a.d. di Silca Spa

Spagna, Germania, Inghilterra, Benelux, Olanda) vale oltre il 76% del volume d'affari, che nel 2013 ha sfiorato quota 67 milioni di euro. Obiettivi, ora: «Continuare a presidiare i mercati maturi e cercare una maggiore espansione in quelli emergenti», conclude Zoc-

ca, «Abbiamo puntato sulla riorganizzazione produttiva in uno scenario economico non facile, ma ritengo strategico spingere i processi produttivi a livelli di eccellenza per competere a livello internazionale». Silca produce oltre 60 mila tipi di chiavi diverse:

da quelle tradizionali alle chiavi elettroniche, passando per il settore dell'auto in cui il gruppo è il primo al mondo.

«Noi alla Keyline siamo rapidi nel prendere delle decisioni, ma ponderiamo bene le scelte. Non facciamo passi azzardati: non vogliamo esserci



L'azienda di Vittorio Veneto realizza la **collezione speciale** per il cartone animato della Fox che festeggia i 25 anni di vita

oggi e non domani. Vogliamo esserci dopodomani». È la strategia dell'azienda di Conegliano che produce chiavi e duplicatrici vendute in 50 Paesi, passata nel giro di pochi anni da una dimensione poco più che artigianale a industria con un *brand* conosciuto in

tutto il mondo e filiali in Germania, Stati Uniti e Cina. Mariacristina Gribaudo, amministratrice unica di Keyline, non ha dubbi: «Bisogna entrare nella logica dei Paesi in cui vai, capire come fanno business e cercare un'alleanza con loro, facendo in modo che la cultura del posto venga contaminata dalla cultura italiana». Keyline ha sviluppato un codice etico valido per tutte le filiali sparse nel mondo, «condiviso e adattato a ciascun paese». L'etica oggi è un valore fondante per la Keyline. «Forniamo una chiave realizzata in sicurezza, in sedi in cui i nostri dipendenti vengono trattati con rispetto. Siamo tra le prime aziende ad aver ottenuto la certificazione Audit, che riguarda la conciliazione famiglia-lavoro riconosciuta anche dalla Regione Veneto». Rispetto del lavoratore e qualità del prodotto, che non teme di essere sorpassato dagli ultimissimi ritrovati tecnologici, come le tessere magnetiche. «Noi al mercato offriamo un sistema di sicurezza. Forniamo chiavi a Scotland Yard e alla polizia cinese. Offriamo un prodotto made in Italy certificato e il mercato ci sta dando ragione».

Serena Gasparoni
Fabio Poloni

MOBILI E ARREDAMENTO

Legno e plastica, cambio di strategia

Arredo Plast, Veneta Cucine e Alf Invest migliorano tutti gli indicatori. Salto a doppia cifre di G.T. e Top Linea

di CARLO MARCON

Il settore della Fabbricazione di Mobili e Arredamento si colloca al sesto posto nella classifica dei settori per ricavi di vendita. Delle cinquecento maggiori aziende della provincia di Treviso 38 fanno parte di questo settore e nel 2013 hanno generato un fatturato complessivo di oltre 1,7 miliardi di euro. Le aziende che hanno superato i 100 milioni di euro di ricavi sono quattro, ossia Compago (che consolida Media Profili e Arko), Arredo Plast, 3 B e Veneta Cucine. Rispetto allo scorso anno non ci sono stati particolari cambiamenti nella classifica del settore, basti pensare che le prime dieci posizioni sono rimaste immutate.

Dall'analisi dei dati aggregati risulta che il fatturato totale del settore non si è modificato, mentre l'ebitda è cresciuto del 5,1% trascinando la sua incidenza sui ricavi dall'8,5% al 9%, che è un valore superiore alla media delle prime 500 aziende trevigiane pari a 7,6%. Rispetto al biennio 2012-11 in cui il settore ha registrato una diminuzione dei ricavi e della marginalità operativa, l'andamento economico nel periodo 2013-12 risulta dunque in miglioramento facendo intravedere dei segnali confortanti. Le aziende del settore sembrano essersi concentrate su di una strategia volta a incrementare la redditività delle vendite piuttosto che i volumi delle stesse, attraverso politiche di razionalizzazione dei costi oppure un differente mix delle vendite. A conferma di questo il 47% delle imprese ha aumentato i ricavi, ma il 55% è riuscito a innalzare il reddito netto.

LE CIFRE

1,7

IL FATTURATO COMPLESSIVO IN MILIARDI DI EURO

+ 20,3%

L'INCREMENTO DEL FATTURATO DI G.T. DAVANTI A TOP LINEA CHE HA REGISTRATO UN +12,2%

4

LE AZIENDE SOPRA I 100 MILIONI DI RICAVI: COMPAGO, ARREDO PLAST, 3 B E VENETA CUCINE

71,1%

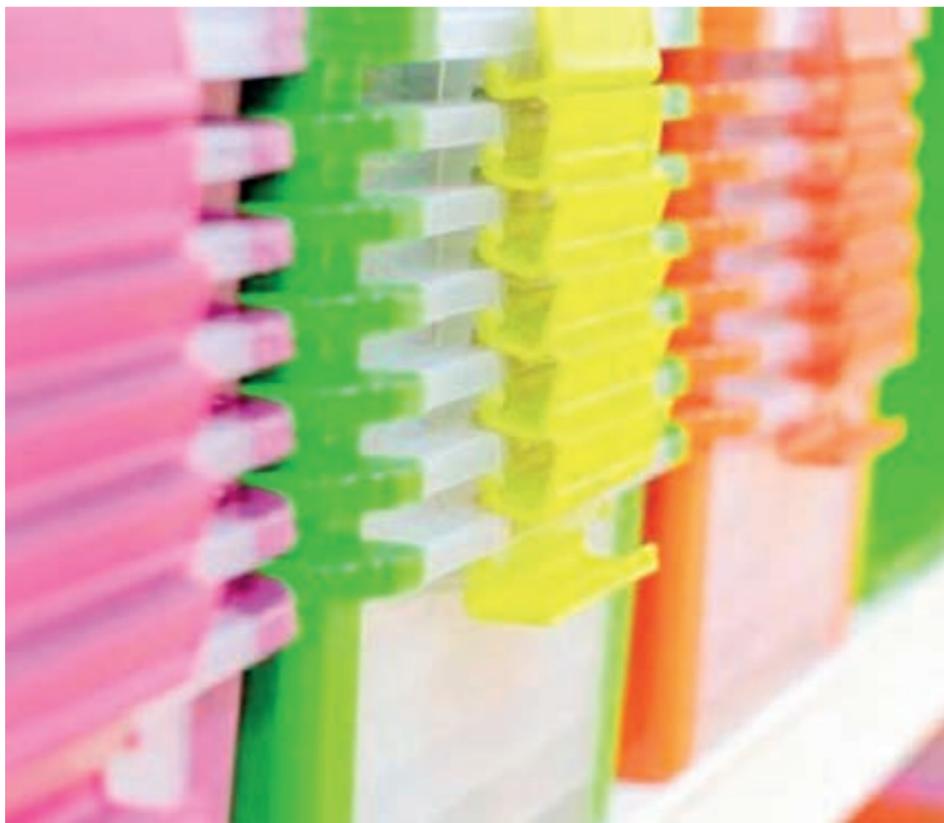
LE IMPRESE IN UTILE. NEL 2012 ERANO IL 73,7: UNA DELLE PERCENTUALI PIÙ BASSE A LIVELLO DI TOP 500

- 3,1%

LA CONTRAZIONE DEI RICAVI DELLE IMPRESE PIÙ PICCOLE. LEGGERO INCREMENTO DELLE PIÙ GRANDI

Tuttavia, le imprese in utile sono diminuite dal 73,7% al 71,1% che è una delle percentuali più basse tra i vari settori e ben al di sotto del 79,4% a livello di top 500.

Osservando le mediane dei principali indicatori economici si nota che le imprese del settore hanno migliorato la redditività del patrimonio netto (Roe), dell'attivo (Roa) e delle vendite (Ros), nonché il differenziale di leva. Ciò nondimeno i principali indici di redditività non appaiono ancora



Il Bi-Box prodotto da Arredo Plast, una delle poche aziende capaci di migliorare tutti gli indicatori

soddisfacenti in quanto si collocano al di sotto del valore mediano delle prime 500 aziende della provincia di Treviso. In particolare, metà delle aziende del settore non raggiunge un Roe dell'1,6% a fronte di metà delle aziende top 500 che superano il 5% di redditività del patrimonio netto. Insomma, nonostante i progressi sotto il profilo reddituale, l'equilibrio economico appare ancora fragile.

Per quanto riguarda il livello di indebitamento, il suo valore

mediano diminuisce dal 66,2% al 64,9%, attestandosi su livelli tra l'altro inferiori rispetto a quelli della generalità delle imprese top 500 (73%). Come conseguenza, la quota di margine operativo lordo assorbita dagli oneri finanziari (calcolata sui dati aggregati) si è ridotta dal 10,6% al 9,1%. Se la riduzione del rapporto di indebitamento e della sua onerosità sono elementi positivi, la nota negativa è rappresentata dal fatto che ancora un terzo delle aziende presenta un dif-

ferenziale di leva negativo, ossia non riesce a utilizzare proficuamente l'indebitamento distruggendo ricchezza anziché crearla.

Analizzando il 25% delle imprese con i ricavi più elevati (top 25%) e il 25% delle imprese con i ricavi minori (bottom 25%) si notano delle differenze, che permangono per quanto concerne l'andamento delle vendite, mentre si attenuano sotto il profilo reddituale. Infatti, le imprese più piccole hanno subito una contrazione

delle vendite nell'ordine del 3,1% a fronte di un leggero incremento del fatturato (+1%) conseguito da quelle più grandi e analogamente tra le prime solo il 40% ha aumentato i ricavi, mentre il 60% delle seconde ha accresciuto le vendite. Di contro, il divario in termini di incidenza dell'ebitda sui ricavi e di imprese in utile, pur rimanendo favorevole per le imprese più grandi, si è ridotto nel biennio 2013-12. Invece, le differenze relative al rapporto di indebitamento si sono allargate con le top 25% che presentano un valore mediano del 56,2% e le bottom 25% aventi un valore del 67,2%.

Tra le top 20 del settore solo 2 aziende hanno avuto un incremento del fatturato in doppia cifra (G.T. srl con +20,3% e Top Linea spa con +12,2%) a fronte di 4 aziende che hanno subito un decremento dei ricavi della stessa ampiezza. Per quanto riguarda la marginalità operativa delle vendite Frezza spa e Pianca spa ritornano ad avere un segno positivo passando rispettivamente da -7,4% a +7% e da -2,3% a +6,8%. Tra le imprese del settore con la più alta incidenza dell'ebitda sui ricavi si trovano nell'ordine Marco's (Arper) (20,8%), Arredo Plast (16,1%) e Compago (12%). Quest'ultima è una delle aziende meno indebitate del comparto e in grado di generare un elevato differenziale di leva. Arredo Plast è stata una delle poche imprese, assieme a Veneta Cucine e Alf Invest, capace di migliorare tutti gli indicatori economico-finanziari monitorati, mentre Marco's rimane una delle aziende con i migliori indici di bilancio, sebbene l'incremento dei ricavi sia stato minimo.

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
			2013	2012	2013	2012				
Top 25%	68.312	1,0%	8,1%	10,1%	56,2%	61,7%	80,0%	100,0%	60,0%	50,0%
Bottom 25%	14.538	-3,1%	6,3%	4,6%	67,2%	63,2%	60,0%	50,0%	40,0%	60,0%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi	Δ Ricavi	Δ Ricavi	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
	2013	2013-12	2013-11	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
COMPAGO S.R.L. (MEDIA PROFILI - ARKO)	269.394	2,3%	1,5%	16.394	20.989	12,0%	14,0%	31,0%	27,0%	10,4%	14,4%	1,6%	1,7%
ARREDO PLAST S.P.A.	223.532	3,5%	2,7%	18.073	10.769	16,1%	15,3%	61,0%	64,3%	9,3%	7,7%	5,1%	7,0%
3 B - S.P.A.	176.174	-4,6%	-15,7%	4.929	3.944	6,2%	5,1%	48,4%	52,7%	8,9%	6,0%	0,4%	2,2%
VENETA CUCINE S.P.A.	132.398	3,0%	-2,8%	1.838	1.391	8,4%	6,9%	64,4%	66,1%	3,0%	1,2%	6,9%	9,8%
BATTISTELLA FINANZIARIA S.R.L.	78.892	-4,6%	-2,5%	-116	605	11,8%	11,8%	79,0%	79,3%	0,1%	0,6%	19,1%	19,2%
ALF INVEST - S.P.A. (A.L.F. UNO)	57.732	5,3%	10,6%	1.298	1.024	7,8%	6,7%	53,5%	56,2%	4,5%	2,9%	8,3%	10,0%
MARCO'S S.P.A.	53.835	1,5%	20,4%	5.896	5.825	20,8%	20,8%	51,5%	59,1%	13,6%	15,9%	2,2%	3,5%
MOBILCLAN - S.P.A.	49.385	0,5%	2,3%	-608	80	4,3%	6,0%	65,3%	65,3%	-1,1%	-0,5%	37,0%	34,2%
HOMES HOLDING SRL	44.632	-7,0%	-8,8%	169	181	7,8%	8,4%	56,6%	53,7%	-1,2%	-0,8%	39,4%	31,2%
MOBIL PROJECT S.P.A.	40.249	-10,6%	-35,2%	2.062	3.369	7,4%	12,2%	55,7%	69,2%	10,6%	13,1%	0,1%	0,7%
FREZZA SPA	35.844	2,8%	-17,2%	-176	-6.739	7,0%	-7,4%	88,4%	91,9%	-1,7%	-10,8%	41,2%	-49,3%
PIANCA S.P.A.	34.867	-2,2%	-15,0%	8	-2.079	6,8%	-2,3%	46,2%	52,4%	0,2%	-7,5%	10,1%	-28,3%
G.T. S.R.L.	34.582	20,3%	47,2%	470	279	4,1%	4,0%	89,0%	92,3%	5,7%	4,3%	20,1%	23,3%
GIRASOLE - S.P.A.	29.322	-11,3%	-15,4%	8	89	7,4%	6,9%	82,0%	83,1%	0,2%	0,4%	34,9%	33,4%
CONTRACT S.R.L.	27.509	-13,3%	-20,5%	367	1.340	4,1%	9,5%	74,5%	73,0%	3,5%	12,9%	12,0%	3,9%
CESAR ARREDAMENTI S.P.A.	26.093	-3,1%	-15,6%	-843	81	1,0%	4,8%	74,3%	72,7%	-4,0%	-0,2%	93,7%	19,6%
ARREX - 1 S.P.A.	25.438	-1,4%	-2,3%	-186	1	4,7%	5,1%	57,0%	56,0%	-0,7%	-0,6%	13,1%	13,6%
ARMONY S.P.A.	25.096	-2,9%	6,5%	159	245	2,7%	3,6%	57,5%	58,6%	1,5%	3,0%	13,8%	11,6%
QUADRIFOGLIO SISTEMI D'ARREDO S.P.A.	23.142	-14,2%	-17,7%	182	957	7,3%	9,2%	64,3%	66,2%	1,7%	3,2%	13,2%	8,6%
TOP LINEA S.P.A.	21.584	12,2%	19,1%	34	5	7,6%	8,8%	70,0%	67,6%	-1,0%	-0,6%	27,4%	20,2%

La crescita? Sta seduta comoda

Sedie per ufficio, divani modulari e imbottiti, letti: il made in Italy vincente di Kastel e Samoa

di FABIO POLONI

Come vorreste la sedia del vostro ufficio? Comoda e bella. A volte non servono tanti voli pindarici, basta fare bene le cose giuste. È la filosofia della Kastel di San Vendemiano: 17,9 milioni di euro di fatturato, 31 dipendenti, produzione interamente made in Italy, con una filiera quasi tutta trevigiana. «Solo qualche tessuto viene dall'Inghilterra: legno, metalli, design, progettazione sono per intero made in Italy». Dove l'Italy non è vincente, purtroppo, è sul fronte delle vendite: «I nostri settori di riferimento soffrono, da quello bancario a quello assicurativo passando per Stato e parastato», spiega Mario Santin, titolare dell'azienda assieme ad Antonio Ricci, «All'estero invece ci sono potenzialità notevoli: vendiamo in Europa, Medio Oriente, Australia, Sudafrica».

L'export pesa per circa il 65% dei volumi d'affari. Kastel è nata nel 1983, oggi il segmento delle sedute genera circa il 40% dei ricavi, il resto è dato dai divani, sempre per uffici, showroom, comunità. Il punto di partenza nella realizzazione di un prodotto (sono una sessantina a ca-



Un divano della collezione Samoa

talogo) è l'ergonomia, che si abbina poi a design e gusto del bello. «Investiamo sulla qualità e cerchiamo di difendere le nostre quote di mercato», dice ancora Santin, «anche in questo periodo

particolarmente difficile. Dopo un 2013 da record, con una crescita superiore al 20%, nel 2014 c'è una leggera flessione, ma la redditività resta positiva», conclude Santin.

Un'altra realtà in crescita in un comparto decisamente «maturo» è la Samoa, che produce divani imbottiti e letti ed entra nella top-20 del settore, sfiorando i 17,5 milioni di euro di ricavi. A sor-



Un "angolo" firmato Kastel

Filiera produttiva tutta nella Marca con una rete di **fornitori artigianali** Si parte dall'ergonomia per poi puntare al design

prendere però è soprattutto il «delta»: la crescita rispetto l'esercizio precedente è del 21,7%.

In azienda dicono di non aver molta voglia di raccontarsi: «Preferiamo lavorare,

senza stare sotto i riflettori», spiegano da Colle Umberto. Un approccio molto trevigiano, pienamente nordestino. Se chiediamo quali siano i «segreti» del successo dell'azienda, anche la risposta è in linea: «Non ci sono segreti, se non la qualità e la serietà. Vogliamo essere seri, costanti, affidabili. Paghiamo fino all'ultimo centesimo i fornitori e tagliamo con chi non fa lo stesso, anche se sono nomi grossi della distribuzione del settore. Il tempo è galantuomo, e i risultati alla fine si vedono».

Oggi Samoa, nata nel 1989, lavora in uno stabilimento di 17.000 metri quadrati all'interno del quale sono impiegati più di un centinaio di dipendenti, oltre ad altrettanti collaboratori esterni. Dopo i primi anni di esperienza nella subfornitura, durante i quali si sono affinate le conoscenze delle lavorazioni, delle applicazioni tecnologiche e dei materiali, «è seguito l'approccio con la grande distribuzione, che ha dato impulso agli investimenti con attenzione alle economie di scala. Senza perdere di vista la qualità», come spiega la scheda dell'azienda. Il passo successivo è stato la creazione di una selezionata rete commerciale che copre buona parte della penisola italiana. Obiettivo: portare i propri prodotti su tutto il mercato nazionale, senza «sconfinare» in una fascia di prezzo troppo alta, che diventi inaccessibile per troppe tasche.

UTILITIES E GESTIONE RIFIUTI

di PAOLO VEZZARO

La lettura dei dati a livello settoriale delinea per il comparto Utilities e gestione dei rifiuti un quadro poco confortante: nonostante si confermi all'ottavo posto in termini di volume dei ricavi di vendita a livello provinciale, i segnali di debolezza che emergono risultano piuttosto marcati e lo individuano come il settore che presenta indubbiamente le maggiori criticità.

Se, infatti, il volume d'affari è tale da porre il settore molto a ridosso del settimo posto in classifica (lo scarto con il comparto Edilizia, costruzioni e attività immobiliari è di soli 54 milioni), il dato più preoccupante si registra sotto il profilo dell'andamento dei ricavi. Mentre per l'economia trevigiana il fatturato si mantiene sostanzialmente in linea con il 2012, attestandosi intorno ai 30 miliardi, il comparto utilities e gestione dei rifiuti subisce una forte contrazione del volume dei ricavi generato (-13,5%), nettamente il dato peggiore tra i principali settori della provincia. La debolezza registrata in termini di volume d'affari si ripercuote evidentemente anche su altri due indicatori, ovvero il numero di imprese con ricavi in crescita (45,5%) e con reddito in crescita (solo 18,2% a dispetto di un dato mediano a livello provinciale del 54,7%) rispetto al 2012.

Accanto a questi segnali di evidente debolezza, tuttavia, si conferma la capacità delle imprese del settore di mantenere un buon livello di marginalità operativa (9,9%) superiore a quello riscontrato a livello provinciale (7,3%) e addirittura in crescita rispetto al 2012 (8,2%), a testimonianza dell'efficace azione intrapresa sotto il profilo della struttura dei costi, mediante una rivisitazione dei modelli di business e una razionalizzazione dei processi produttivi.

Ponendo invece attenzione sull'andamento delle imprese maggiori e minori del compar-



Servizi, momento critico avanti Priula e Bacino 3

Asco Holding domina con un volume otto volte superiore alla seconda
Ma l'intero ambito presenta i segnali di debolezza più marcati

to (Top e Bottom 25%) si assiste ad un quadro che assume sfumature molto differenziate. Nel caso delle imprese Top 25%, infatti, la riduzione del fatturato appare ben più marcata rispetto al dato settoriale (-20,4%), l'indicatore Ebitda/ricavi, seppur in leggera crescita, si presenta piuttosto debole (1,79%), ma permette a tutte le imprese di mantenere la propria performance economica complessiva in terreno positivo. Al contrario, le imprese di minori dimensioni soffrono una diminuzione dei ricavi molto meno accentuata (-2,89%), la marginalità operativa si conferma su buoni risultati (8%), anche se solo nel 66,7% dei casi si traduce in utile e in nessun caso in un aumento di quest'ultimo rispetto al 2012. Passando a considerare più nel

dettaglio l'andamento delle imprese che compongono il comparto, si può facilmente evidenziare come il trend registrato a livello settoriale trovi manifestazione anche nelle aziende che si collocano ai primi tre posti della graduatoria.

La prima posizione è occupata stabilmente da Ascotrade (rappresentata da Asco Holding, società finanziaria che ne detiene il controllo) che presenta un volume di ricavi di circa otto volte superiore a quello della seconda classificata, Servizi Unindustria Multiutilities S.p.A. Ne deriva pertanto che non solo la distribuzione di forze all'interno del settore risulta essere fortemente sbilanciata a favore di Ascotrade (il cui volume dei ricavi è pari a circa il 58,5% dell'intero settore), ma

che l'andamento del comparto nel suo complesso risulta inevitabilmente condizionato dalle performance registrate dal gruppo di Pieve di Soligo.

Alla luce dei dati settoriali esposti, non stupisce, quindi, rilevare che nel corso del 2013 Ascotrade ha registrato una contrazione rilevante dei ricavi di vendita, pari al 20,4%, alla quale, tuttavia, ha risposto con una efficace rivisitazione della struttura del proprio attivo (che si è ridotto nell'esercizio passando dai 962 milioni del 2012 agli 874 del 2013), dalla quale si è originato un miglioramento della marginalità operativa e anche del risultato economico di periodo, aumentato del 53,21% da 27,5 a 42 milioni.

La seconda classificata, Servizi Unindustria Multiutilities,

mostra una riduzione del volume d'affari in linea con l'andamento del settore (-12,3%, dovuto - precisa l'azienda - al calo del prezzo dell'energia), ma al contrario di Ascotrade presenta un indebolimento sia a livello di marginalità operativa che di risultato economico dell'esercizio (-34,21%); nel caso di Co. Met.Fer., terza classificata, nonostante la contrazione del fatturato sia la più consistente fra le imprese del comparto, si assiste ad un leggero rafforzamento del rapporto Ebitda/ricavi (seppur ad un livello ancora piuttosto modesto), il quale tuttavia non trova adeguata trasposizione nell'utile dell'esercizio che anzi subisce un crollo pari all'80% portando l'impresa ad una situazione di sostanziale pareggio di bilancio.

LE CIFRE

30

MILIARDI DI FATTURATO A LIVELLO AGGREGATO, IN LINEA CON IL 2012

-13,5%

LA CONTRAZIONE SUBITA DALLE UTILITIES E GESTIONE DEI RIFIUTI

25%

LA CRESCITA REGISTRATA DA PRIULA E BACINO TREVISO 3

All'interno di un contesto che presenta gli elementi di debolezza descritti in precedenza meritano attenzione le performance di imprese che si muovono in controtendenza rispetto all'andamento del settore: si distinguono in questo senso i gruppi facenti capo al Consorzio Intercomunale Priula ed al Consorzio - Azienda Intercomunale di Bacino Treviso 3, rispettivamente la sesta e la settima impresa in classifica, il cui volume di ricavi registra una crescita intorno al 25% e si accompagna ad un incremento dell'attivo dell'8-9%, mentre la marginalità operativa rimane pressoché inalterata, mantenendosi comunque su livelli particolarmente soddisfacenti (14%). Il risultato economico che emerge dalla lettura dei bilanci di tali imprese è tuttavia ancora debole ed anzi in diminuzione rispetto al 2012, attestandosi su un -8% per il Consorzio Intercomunale Priula ed addirittura su un -40% nel caso del Consorzio - Azienda Intercomunale di Bacino Treviso 3.

In sintesi, quindi, la consistente contrazione nel volume dei ricavi rappresenta indubbiamente il tratto di maggiore criticità per le imprese del settore, le quali, nonostante la difficoltà, riescono comunque a difendere efficacemente la propria marginalità operativa.

	Ricavi		EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile	Imprese in utile	Imprese con ricavi	Imprese con
	2013	Δ Ricavi 2013-12	2013	2012	2013	2012	2013	2012	in crescita 2013-12	reddito in crescita 2013-12
Top 25%	112.665	-20,4%	1,8%	1,6%	76,7%	79,6%	100,0%	100,0%	0,0%	33,3%
Bottom 25%	21.825	-2,9%	8,0%	8,8%	71,0%	69,8%	66,7%	100,0%	33,3%	0,0%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi	Δ Ricavi	Δ Ricavi	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
	2013	2013-12	2013-11	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
ASCO HOLDING S.P.A.	863.960	-20,4%	-22,3%	42.136	27.503	11,8%	9,0%	52,0%	58,4%	7,4%	5,7%	7,3%	9,6%
UNINDUSTRIA MULTIUTILITIES S.P.A.	112.665	-12,3%	6,1%	253	385	0,7%	1,6%	86,2%	86,6%	0,7%	5,7%	52,2%	16,5%
CO.MET.FER. S.P.A.	99.769	-21,1%	-31,2%	9	47	1,8%	1,2%	76,7%	79,6%	1,8%	0,2%	24,6%	39,6%
ALIGROUP S.R.L.	96.917	4,4%	-1,7%	363	1.160	5,3%	5,6%	79,7%	80,6%	2,3%	1,8%	12,5%	13,7%
CONSORZIO PRIULA	82.177	25,8%	27,0%	690	749	14,2%	14,3%	75,9%	78,3%	4,2%	2,7%	4,3%	4,7%
CONSORZIO - BACINO TREVISO 3	80.745	24,0%	24,8%	452	857	14,3%	14,7%	75,7%	78,1%	4,3%	3,3%	4,5%	4,9%
A.T.S. S.R.L.	40.737	6,0%	12,3%	228	172	11,7%	13,3%	97,0%	96,9%	0,7%	0,0%	22,2%	18,9%
SAV.NO. SRL	33.303	-1,2%	4,0%	954	1.384	12,2%	13,4%	80,1%	82,0%	5,8%	8,2%	2,2%	2,4%
BREFER - S.R.L.	26.582	-2,9%	-19,3%	-7	267	2,8%	3,4%	72,7%	69,8%	-0,3%	2,3%	54,4%	28,2%
CENTRO RISORSE S.R.L.	21.825	-20,9%	-29,1%	184	269	8,0%	8,8%	71,0%	74,4%	0,9%	2,9%	16,1%	14,6%

L'industria: l'energia ce la facciamo noi

Il consorzio Sum punta alla gestione diretta di impianti produttivi da fonti rinnovabili. Obiettivo: costi giù oltre il 10%

di FABIO POLONI

Gli imprenditori si fanno l'energia da soli. È il progetto di Servizi Unindustria Multiutilities (Sum): nata come gruppo d'acquisto per l'energia elettrica, oggi la società controllata dalle associazioni industriali di Treviso e Venezia punta alla gestione diretta di impianti di produzione. Ne sono già stati individuati alcuni: energia idroelettrica in Piemonte, da fonti eoliche e solari nel Sud Italia. Uno step di crescita naturale, in un certo senso. «È così», spiegano il presidente di Sum, Luciano Miotto, e l'amministratore delegato Stefano Malizia, «andremo a gestire direttamente una produzione da fonti rinnovabili pari a cento milioni di kilowatt/ora».

L'obiettivo è chiaro, ed è il filo conduttore di tutta l'attività di Sum: fornire alle imprese associate energia a costi più bassi rispetto ai canali tradizionali. Nel settore delle utilities, la "creatura" degli industriali è seconda per fatturato solo al colosso Ascopiave. I numeri non sono rose e fiori: riduzione del volume d'affari del 12,3% (dovuta, precisano, a un calo del costo dell'energia) e indebolimento sia a livello di marginalità operativa che di risultato economico dell'esercizio (-34,2%). Fare utili, però, non è la *mission* dell'azienda: «Il vero obiettivo è fornire prezzi più favorevoli possibile alle nostre imprese associate», dicono Miotto e Malizia.

Dal 2000, anno in cui si è attuata la liberalizzazione voluta dall'allora ministro Pierluigi Bersani, il mercato elettrico «si è notevolmente evoluto, maturando verso forme di contrat-



Il presidente di Sum, Luciano Miotto

Già individuato un sito idroelettrico in Piemonte e alcuni eolici e fotovoltaici nel Sud Italia
«Ma la vera svolta sta nell'efficienza è nel risparmio»

tazione più complesse e avvicinandosi ai mercati più maturi delle altre *commodities*. Per questo motivo, il mercato elettrico premia chi sa gestire il rischio delle oscillazioni, approvvigionandosi attraverso molteplici operazioni, distribuite in momenti differenti. Noi ci poniamo sul mercato sfruttando tutte le opportunità che presenta, superando la logica in cui si "subisce" la fornitura». Mediamente una pic-



Il cielo si specchia sui pannelli fotovoltaici. Servizi Unindustria Multiutilities è controllata da Unindustria Treviso e Confindustria Venezia

cola-media impresa riesce a ottenere risparmi fino al dieci per cento grazie all'intermediazione di Sum, ma in circostanze particolari si può anche riuscire a fare di meglio.

Oggi le aziende clienti di Sum sono quasi 700, ma uno dei punti di forza è che la distinzione tra cliente e socio è sfumata: il controllo societario è totalmente delle associazioni di categoria, con due quote del 37,5% rispettivamente in

mano a Unindustria Treviso e Confindustria Venezia, e il rimanente 25% di proprietà del Consorzio Unindustria Multiutilities, nucleo originario di Sum.

Il consorzio ci tiene a sottolineare il concetto di «trasparenza», ovvero «dare in ogni momento un valore al portafoglio in gestione e consentire alle aziende di verificarlo costantemente attraverso il software Epo, "electricity performance

optimizer", che mette a disposizione i dati dei consumi in tempo reale, li eleva a valore e ne prepara le previsioni per i mesi a venire, consentendo all'azienda di modificare tali previsioni o di simulare l'impatto di scelte produttive sui costi dell'energia elettrica». «Facciamo i grossisti per le imprese», dice Miotto, «ma al tempo stesso cerchiamo di lavorare sul concetto di risparmio ed efficienza energetica:

da lì arriva il vero risparmio economico, anche del 15-20% per le imprese».

Forse sul fronte dell'"educazione" energetica nascerà un'azienda dedicata, un vero e proprio *energy advisor*: «Vediamo: per il momento l'obiettivo di puntare al risparmio energetico è chiaro, ora cerchiamo la strada migliore per raggiungerlo», conclude Miotto.

AUTOVEICOLI

L'auto riparte lentamente i piccoli svoltano meglio

Dopo la grande frenata, il 2013 propone alcuni numeri più confortanti
Soffre Carraro, guidano la crescita Sotreva, Autostore e Mattarollo

di PAOLO VEZZARO

L'ultima posizione fra i principali settori dell'economia trevigiana è ricoperta, analogamente a quanto registrato nel 2012, dal comparto Commercio e riparazione autoveicoli, che conferma le difficoltà già riscontrate nella precedente edizione sotto il profilo del volume dei ricavi, in calo del 2,3% rispetto al 2012 e del 12,3% sul 2011. A dispetto di una situazione che, sulla base dei dati riferiti all'esercizio 2012, vedeva il settore del commercio e riparazione di autoveicoli come uno dei comparti della provincia su cui la crisi ha prodotto effetti più dirimenti, alcuni segnali più confortanti trovano spazio nella lettura dei dati riferiti al 2013.

A livello aggregato, a fronte del segno negativo nella variazione dei ricavi, si assiste ad un lieve miglioramento della marginalità operativa (+0,5%), che pur mantenendosi su livelli ancora modesti (2,3%) offre comunque indicazioni interessanti in ordine alla capacità delle imprese di riconsiderare i propri processi e la propria struttura alla luce della difficile congiuntura economica e dell'impatto che questa ha prodotto sull'intero settore. Accanto a questo dato si segnala altresì che il numero di imprese capaci di chiudere in utile è cresciuto rispetto all'anno precedente e si attesta intorno

al 74%, anche se solo nel 47% dei casi la performance economica complessiva risulta migliore rispetto al 2012.

Passando ad indagare la realtà delle imprese di maggiori e minori dimensioni si osserva innanzitutto come il dato relativo all'andamento del volume d'affari risulti in controtendenza rispetto a quanto rilevato con riferimento al settore considerato nel suo complesso.

Nel caso delle imprese Top 25%, infatti, il fatturato risulta in aumento del 3,79% e questo nonostante la prima e più rappresentativa azienda in classifica, Carraro S.p.a. - l'unica a superare la soglia dei 100 milioni di ricavi e con più del doppio del fatturato della seconda azienda in graduatoria subisca una contrazione delle vendite nell'ordine dell'1,2%. A fare da contraltare al dato di Carraro S.p.a. e a guidare la crescita delle principali aziende del comparto sono le performance di Sotreva S.p.a. (+5,6% sul dato 2012), Autostore S.r.l. (+3,8%) e Mattarollo Motori S.p.a. (+8,3%), per le quali si registrano anche leggeri miglioramenti nella redditività operativa e nel risultato economi-

co di periodo.

Nel confronto con le imprese Top 25%, quelle di minori dimensioni (Bottom 25%) manifestano uno stato di salute migliore, con un incremento di fatturato che può definirsi soddisfacente (+7,28%) e che si associa ad un rafforzamento

» Alla Bianco spetta il primato in termini di crescita del fatturato: più 25% sull'anno precedente
Ricavi giù del 2,3%: risultati negativi per le imprese più grandi

della marginalità operativa e ad una struttura finanziaria che si mantiene su buoni livelli (64,23%), decisamente migliori rispetto al dato rilevato per le imprese di maggiori di-

mensioni (87,82%) anche se in leggero peggioramento rispetto sul 2012. Il peso di una struttura finanziaria fortemente sbilanciata a favore del capitale di debito per le big del settore si ripercuote sulla misura degli oneri finanziari e sul peso che questi assumono sull'ebitda, indicatore della capacità di far fronte agli impegni finanziari con i margini generati dall'attività caratteristica: fra le Top 25% solo Autostore consegue un risultato inferiore alla soglia del 25-30%, al contrario fra le imprese più piccole solo Trevisauto supera questo valore. Di conseguenza il differenziale di leva, che misura la capacità di ottenere dall'impiego del capitale di de-

bito nell'attività d'impresa un rendimento superiore al costo della raccolta, mostra risultati negativi per le imprese più grandi e positivi per quelle più piccole, con le sole eccezioni di Autostore e Trevisauto.

Un'ultima analisi è dedicata alle imprese che più si sono distinte per le loro performance nel corso del 2013, misurate in termini di rafforzamento dell'attivo patrimoniale, aumento del volume d'affari e capacità di tradurre quest'ultimo in un altrettanto adeguato miglioramento della marginalità operativa: si distingue in questo senso la Bianco Dr. Bruno S.r.l., cui spetta il primato in termini di crescita del fatturato (circa il 25% in più sul 2012), mentre Sotreva S.p.a., il cui Ebitda viene più che quadruplicato rispetto al precedente esercizio, e Trio S.r.l. abbinano al rafforzamento dei ricavi di vendita un incremento a due cifre della redditività operativa e del volume degli impieghi.

In definitiva, nonostante nel settore stenti ancora la ripartenza sotto il profilo dei volumi di vendita, i segnali che emergono soprattutto dalla performance di alcune imprese lasciano intravedere prospettive sicuramente migliori rispetto a quelle dell'anno precedente e confermano la maggiore abilità delle imprese medio-piccole di riconsiderare se stesse in funzione dell'andamento del mercato.



	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi		Rapporto di indebitamento		Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
			2013	2012	2013	2012				
Top 25%	48.390	3,8%	1,6%	0,7%	87,8%	88,9%	60,0%	20,0%	60,0%	60,0%
Bottom 25%	16.449	7,3%	3,3%	2,2%	64,2%	61,9%	80,0%	80,0%	60,0%	40,0%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	Δ Ricavi 2013-11	Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
				2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
CARRARO S.P.A.	103.212	-1,2%	-7,1%	-1.341	-1.315	1,8%	1,2%	87,1%	85,0%	-3,0%	-3,9%	49,5%	66,4%
SOTREVA S.P.A.	48.909	5,6%	-12,9%	9	-496	1,5%	0,4%	87,8%	91,8%	-0,2%	-2,9%	63,3%	265,2%
AUTOSTORE SRL	48.390	3,8%	15,2%	970	943	5,1%	4,8%	76,5%	74,2%	4,9%	6,0%	18,5%	18,5%
MATTAROLLO MOTORI S.P.A.	44.929	8,3%	8,2%	22	-264	1,6%	0,7%	88,7%	90,6%	-0,2%	-2,8%	61,1%	165,3%
NEGRO AUTOMOBILI S.R.L.	43.367	-10,9%	-29,8%	-873	-659	0,0%	0,6%	92,7%	88,9%	-5,1%	-4,2%	4752,9%	194,4%
BORSOI SPA	28.798	-2,2%	-23,2%	-38	-57	0,6%	1,0%	88,6%	87,3%	-2,3%	-0,9%	117,4%	45,0%
DE PIERI S.R.L.	27.655	0,6%	-9,1%	399	497	3,9%	4,1%	52,2%	51,8%	3,4%	4,3%	8,6%	6,0%
AUTOMARCA S.P.A.	27.343	-7,4%	-26,0%	-61	-116	1,5%	1,0%	86,8%	88,7%	-0,4%	-1,7%	46,5%	86,1%
AUTOPOLAR S.P.A.	26.148	10,1%	19,6%	40	146	1,6%	2,7%	86,8%	82,8%	-0,6%	1,4%	30,7%	24,1%
TRIO S.R.L.	24.831	7,2%	4,7%	270	233	6,1%	5,5%	86,6%	81,2%	3,9%	4,9%	0,1%	0,1%

Oggi il modello si prova su Facebook

Mercato del nuovo in difficoltà, le concessionarie si specializzano nei servizi a un cliente sempre più preparato

di SERENA GASPARONI

Oggi vendere auto è una questione tutt'altro che semplice. Sono lontani i tempi in cui una vettura nuova era considerata uno *status symbol*. Oggi il budget del potenziale acquirente è risicato, l'auto si cambia il meno possibile. Per rimanere sul mercato bisogna ingegnarsi. Lo sanno bene alcune delle più importanti (e storiche) concessionarie della Marca, che sono state costrette a mettere in campo nuove strategie che vanno dal controllo puntualissimo degli sprechi a un'assidua presenza sui social, fino a dare sempre più spazio a un business che sta diventando "core": l'assistenza post vendita. «Può sembrare strano ma, quasi come una buona casalinga che cerca di far quadrare i conti in famiglia, abbiamo limato tutto quello che potevamo limare: ricontrattato i costi di affitto delle nostre sedi, cercato i contratti telefonici più convenienti, ci siamo affidati a un servizio di pulizie più economico, abbiamo controllato tutti i contratti di fornitura, fino a quelli di carta e penne». A parlare Michela Mattarollo, che con il fratello Gian Paolo da qualche anno ha preso in mano lo storico business di famiglia.

Un passaggio generazionale che sta dando i suoi frutti: nel 2013 Mattarollo Motori Spa ha conosciuto una crescita dei ricavi rispetto l'anno precedente dell'8,3%. «Naturalmente non ci siamo fermati qui: oltre a concentrarci sul servizio di assistenza, abbiamo deciso di compatarci nel territorio, rinunciando alle sedi di Portogruaro e San Donà. Nessuno è rimasto a casa: i dipendenti sono confluiti nella nuova azienda». Dal 2013 Mattarollo è concessionario ufficiale

Mattarollo in crescita dell'8,3%
«Meno sedi, abbiamo limato il possibile. Finanziamenti legati alla casa produttrice»

«Il web è diventato irrinunciabile»
Sotreva: presenti sui social, blog e siti di settore
Calano le vendite ma aumenta l'assistenza

di Peugeot (che si aggiunge a Volkswagen e Mitsubishi Motors). «Ormai in circa sei casi su dieci l'auto che vendiamo viene acquistata dal cliente grazie ai finanziamenti delle "finanziarie captive" legate alla casa produttrice. Offrono condizioni molto più convenienti di quelle presenti sul mercato».

C'è anche chi ha capito che il mondo dei social network oggi è divenuto irrinunciabile anche per la vendita delle auto. «Il 12%



Michela e Gian Paolo Mattarollo

delle vendite effettuate nel 2013 è avvenuto attraverso il web. Il cliente ci contatta attraverso la pagina Facebook o simili e viene in concessionaria solo per concludere l'affare». A parlare è Andrea Alexandre, responsabile vendite e marketing di Sotreva, concessionaria Fiat dal 1954 per Treviso. In un anno sicuramente difficile per tutto il comparto, Alexandre spiega come le modalità di acquisto oggi siano radicalmente cambiate: il cliente (ta-

le o potenziale) non si reca più nella concessionaria per visionare l'auto, ma s'informa su internet e si reca in loco solo per concludere l'affare. «Abbiamo sempre più a che fare con un cliente preparato, non viene per essere convinto ma viene per trovare la certezza su idee che si è già fatto. È cambiato il rapporto con il venditore: oggi dobbiamo essere presenti sui canali che lui utilizza, su social, blog, siti di settore. Per questo ci avvaliamo di



Paolo Alexandre: con il fratello Andrea segue l'azienda di famiglia Sotreva

consulenti esterni. Senza dimenticare l'attività fieristica: spesso una delle poche occasioni per un confronto *one to one*».

Budget sempre più ridotti spingono l'automobilista a investire in manutenzione, sperando che le sue quattro ruote lo conducano a destinazione il più a lungo possibile. Un trend che Sotreva ha compreso da tempo. Se ne occupa il fratello Paolo Alexandre. «Calano le vendite ma aumenta tutto quello che de-

riva dall'assistenza. Un'altra delle armi da noi sfruttate è stata l'apertura per 12 ore filate, dalle 7 del mattino alle 7 di sera, del centro di assistenza della sede di viale Montegrappa a Treviso. In questo modo diamo la possibilità ai nostri clienti di portarci la macchina a qualsiasi ora del giorno, anche in pausa pranzo. Mettiamo anche a disposizione un servizio di biciclette, per chi nell'attesa dovesse scegliere una forma di mobilità alternativa».

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Si vende, sacrificando i guadagni

Criticità strutturali e contingenti, ma qualcuno incassa un lieve miglioramento. I casi Pellizzari, Cuzziol e Visotto

di MARCO FASAN

Il settore del Commercio al dettaglio vanta solamente 11 aziende fra le Top 500. Rispetto agli altri settori, la redditività del capitale investito da parte degli azionisti è nettamente inferiore: il ROE, infatti, si attesta nel 2013 all'1,35%, mentre la mediana per le 500 aziende è 4,88%. Anche gli indici ebitda/Ricavi (3,8%) e ROS (0,99%) sono relativamente bassi, ma questi dati devono essere letti alla luce delle particolari caratteristiche del settore, che punta sui volumi piuttosto che sulla marginalità. Il rapporto d'indebitamento (78%) è maggiore rispetto alla mediana delle Top 500 (72%), così come il costo del debito relativamente all'ebitda (11,48% per le Top 500 e 18,07% per le aziende del settore). Anche in questo caso, è necessario ricordare che la scarsa presenza di immobilizzazioni nell'attivo delle imprese del settore non rende necessaria la copertura tramite patrimonio netto, ma consente piuttosto l'utilizzo di capitale di debito. Alla luce di ciò, i dati sulla struttura finanziaria sono parzialmente giustificati.

Venendo all'analisi dell'evoluzione della performance nell'ultimo esercizio, si registra una sostanziale stabilità del fatturato, in aumento dello 0,3%, che risulta da una contrazione del 2,5% per le top 25% e da un incremento dell'1,6% per le bottom 25%. La marginalità operativa migliora, passando dal 3,2% al 3,8% ed il trend è confermato sia per le aziende top 25% sia per le bottom 25%. Le imprese che riescono a chiudere il bilancio in utile sono il 72,7%, e



La spesa in un supermercato

questo dato è significativamente migliore rispetto al 2012 (54,5%). Le aziende bottom 25% presentano una crescita maggiore in termini di fatturato, ma sono le top 25% che riescono ad ottenere una crescita più consistente in termini di reddito. Date le specificità del settore, è opportuno soffermarsi su alcuni indici. Il ROS, che esprime la redditività delle vendite, migliora fra il 2012 ed il 2013, passando da 0,36% a 0,99%. Tale miglioramento contribuisce a spiegare almeno in parte l'andamento positivo della marginalità operativa commentato in precedenza. Per quanto riguarda il ricorso ai mezzi di terzi, si rappresenta che l'indebitamento è sostanzialmente costante (79% nel 2012 e 78% nel 2013). Anche se un indebitamento relativamente elevato è fisiologi-

co nel settore, oltre determinate soglie esso può diventare problematico in termini di redditività e aumento del rischio, soprattutto se il "peso" degli oneri finanziari è elevato (l'indicatore OF/ebitda è pari al 24,05% nel 2012 e 18,07% nel 2013) e se il differenziale di leva è prossimo allo zero (0,03% nel 2012 e 0,92% nel 2013).

In ultima analisi, il settore Commercio al dettaglio, pur presentando degli aspetti di criticità, in parte strutturali in parte contingenti, registra un lieve miglioramento nella maggior parte degli indicatori più rilevanti. Le aziende che sono riuscite ad incrementare maggiormente i ricavi rispetto al 2012 sono: Fingroupe S.p.a. (Negozi Pellizzari), da 50,73 a 56,14 milioni di Euro (+10,66%); Cuzziol S.p.a., da 12,86 a 14,11 milioni di Euro

(+9,76%); Supermercati Visotto S.r.l., da 113,96 a 123,82 milioni di Euro (+8,65%). Alcune aziende hanno poi migliorato sensibilmente la loro marginalità operativa: Fingroupe S.p.a. (Negozi Pellizzari), da 5,08% a 6,71% e Cuzziol S.p.a., da 4,70% a 6,16%. Vi sono anche altre due aziende che, pur avendo migliorato sensibilmente la marginalità, hanno ancora possibilità di miglioramento, dal momento che i valori sono inferiori alla media del settore: S.C.G. Toniolo Conscio passa da 2,01% a 3,38% e La Termopieve S.r.l. da 1,79% a 2,77%. Da ultimo, è interessante notare come quasi la totalità delle aziende del settore abbia registrato una riduzione degli attivi, forse causata da processi di efficientamento e ottimizzazione di gestione delle scorte.

ROBERTO VISOTTO

«Teniamo i prezzi bassi il cliente è diventato attento»

Il tutto è partito più di quarant'anni fa, da un piccolo negozio di alimentari. Oggi, quel negozio è diventato una catena di circa venti supermercati tra Veneto e Friuli. Con fatturati in costante crescita nonostante la crisi. Il segreto? "Prezzi competitivi, a discapito di margini più alti. Unico strumento per fidelizzare la clientela" dice il vicepresidente dei Supermercati Visotto Srl, Roberto Visotto. In numeri parlano chiaro: Supermercati Visotto, contrariamente ad altre realtà del commercio al dettaglio da due anni registra numeri in crescita e nuove aperture. Un aumento dei ricavi rispetto al 2012 dell'+8,7%, se si considera il biennio del +18,8%. Risultati da record per questo business che si tramanda da generazioni. Tutto inizia da un bar alimentare a Brische, frazione di Meduna di Livenza. Circa quarant'anni fa la famiglia Visotto cerca di fare il salto, aprendo il primo supermercato in paese. Poi il secondo in provincia di Pordenone, infine il terzo a Portogruaro. Adesso sono 19 distribuiti nelle province di Treviso, Venezia, Pordenone e Udine, con metrature variabili fino ai 4 mila metri quadri. "Abbiamo circa 400 dipendenti - spiega Visotto - se aggiungiamo quelli del magazzino e centro di distribuzione, rinnovato da poco arriviamo quasi a quota cinquecento". Un business in continua asce-

sa, non scontata di fronte ad una crisi prolungata che da qualche tempo ha iniziato ad infierire anche sull'acquisto di beni primari. "Più che strategia la nostra è una politica aziendale che perseguiamo fin dagli inizi e che riguarda il prezzo. Cerchiamo di lavorare con un ricarico il più basso possibile. Riduciamo i margini per fidelizzare il cliente. Anche per questo non abbiamo mai fatto le classiche promozioni "tre per due" ad esempio. Non riusciamo a farlo con i prezzi che praticiamo" continua Visotto. Ogni tre settimane poi, l'azienda distribuisce il classico volantino con le offerte dove i prodotti segnalati vengono venduti al prezzo di costo. "Oggi il consumatore è radicalmente cambiato - spiega - è molto più attento. Se un tempo spendeva anche per cose che non servivano, o almeno, non erano necessarie nell'immediato, ora fa una spesa studiata. Sceglie anticipatamente che prodotti acquistare e cerca di non sprecare nemmeno un centesimo." Crisi o non crisi, il business dei Supermercati Visotto continua a crescere. Nuove aperture sono infatti in programma. "L'anno prossimo apriremo un altro supermercato in provincia di Udine - conclude - una nuova apertura è in programma per il 2016 sempre in zona. Si tratta di strutture importanti tra i 3 e i 4 mila metri quadri." (s.g.)

	Ricavi 2013	Δ Ricavi 2013-12	EBITDA/Ricavi 2013	EBITDA/Ricavi 2012	Rapporto di indebitamento 2013	Rapporto di indebitamento 2012	Imprese in utile 2013	Imprese in utile 2012	Imprese con ricavi in crescita 2013-12	Imprese con reddito in crescita 2013-12
Top 25%	56.142	-2,5%	2,8%	1,8%	83,2%	85,4%	71,4%	57,1%	42,9%	71,4%
Bottom 25%	13.207	1,6%	2,4%	2,0%	77,6%	78,8%	66,7%	33,3%	66,7%	33,3%

Note metodologiche

Top 25% = Insieme del primo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sopra il terzo quartile)

Bottom 25% = insieme dell'ultimo 25% delle aziende del settore per volume di ricavi generato (aziende sotto il primo quartile)

Per i Ricavi, Δ Ricavi, Ebitda/Ricavi e Rapporto di indebitamento si è preso il dato mediano della propria fascia di riferimento (top 25% e bottom 25%)

	Ricavi		Δ Ricavi		Utile/Perdita		EBITDA/Ricavi		indebitamento		Differenziale di leva		OF/Ebitda	
	2013	2013-12	2013-11	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	
SME S.P.A.	232.748	-2,5%	-9,7%	-826	-1.782	4,5%	3,8%	86,0%	86,1%	0,1%	-1,2%	17,1%	24,7%	
SUPERMERCATI VISOTTO S.R.L.	123.825	8,7%	18,8%	191	678	4,3%	4,9%	73,8%	74,5%	0,6%	0,6%	13,9%	18,6%	
LA TERMOPIAVE S.R.L.	66.464	-4,1%	17,5%	294	57	2,8%	1,8%	95,5%	97,3%	3,0%	0,5%	25,2%	25,3%	
FINGROUPE S.P.A. (PELLIZZARI)	56.142	10,7%	22,8%	467	208	6,7%	5,1%	83,2%	92,6%	1,9%	0,8%	29,7%	37,8%	
CARLO ALIPRANDI CARBURANTI S.R.L.	41.935	3,5%	8,2%	-66	-226	1,0%	1,2%	84,1%	83,6%	-0,9%	-3,8%	19,3%	28,7%	
ASCO PETROLI S.R.L.	29.418	-10,2%	0,4%	38	63	0,4%	0,5%	82,8%	85,4%	1,2%	1,5%	19,0%	22,2%	
GALOIL S.R.L.	24.763	-12,4%	-11,9%	42	-718	1,5%	1,2%	45,4%	50,0%	0,9%	0,0%	0,1%	0,0%	
CUZZIOL S.P.A.	14.118	9,8%	19,3%	35	44	6,2%	4,7%	77,0%	78,0%	1,4%	-0,8%	20,4%	30,2%	
ALIMENTARI CAZORZI SOCIETA' S.R.L.	13.636	3,0%	10,5%	120	148	2,4%	2,7%	76,8%	78,8%	2,0%	2,5%	11,3%	12,9%	
F.LLI GANASSIN S.P.A.	13.207	-4,7%	-12,7%	-849	-521	-1,2%	-3,5%	77,6%	76,6%	-6,6%	-8,2%	-235,4%	-66,4%	

«Inventiva, e un po' di fortuna»

Il presidente di Confcommercio, Salvadori: il riposizionamento non è indolore, ma bisogna provarci

di ANDREA PASSERINI

Segnali di ripresa che arrivano, ma ancora non si consolidano e non si diffondono. Un 2014 durissimo che si chiude all'insegna della moria delle botteghe, del turnover che aumenta in maniera esponenziale, mentre gli esercizi commerciali dei centri storici non trovano ancora una loro stabilità nell'epoca della crisi, a fonte del settore alimentare e della distribuzione che ha migliori performance, anche rispetto alla grande distribuzione. Sono tempi di chiaroscuro, questi, non di tinte forti. E di congiunture ancora poco decifrabili.

Per la prima volta, il commercio al dettaglio entra nel dossier Top 5500, sulla scia delle 11 aziende che hanno conquistato un posto nella speciale graduatoria economica che fotografa le migliori realtà della Marca. Un segno importante, con tutte le specificità di un settore che viaggia su binari con altri scartamenti, con altri assetti finanziari e altre lunghezze ed'onda. Ne parliamo con Renato Salvadori, da pochi mesi tornato al timone di Ascom Confcommercio provinciale, dopo una parentesi in politica. L'Ascom di Treviso e della provincia è una realtà con quasi 10 mila associati e una rete capillare di delegati e fiduciari che copre il territorio della Marca, con 4 centri di formazione, un centro studi, una scuola di sociopolitica attiva da 10 anni e un osservatorio sui consumi con rilevazioni trimestrali e il periodico online marcaterziario.it

Salvadori, il commercio al dettaglio fa i conti con una crisi pesante. In molti dicono che il settore smentisca lo slogan

«Ci sono due tipi di commercio: quello che si reinventa e progetta il suo futuro, e chi si accontenta di continuare come ha fatto sin qui»

«Con il web certo devo ridimensionare il personale, ma creo nuove opportunità in altre voci, penso alla logistica, allo stoccaggio»

piccolo è bello.

«Non farei questioni di dimensioni, e allo stesso modo non distinguerei per tipologia. Credo ci siano due tipi di commercio: quello che si reinventa e progetta il suo futuro, e chi si accontenta di continuare come ha fatto sin qui. Tutti e due soffrono, ma il primo potrà vedere qualche barlume, il secondo non ha speranze».

Innovazione decisiva anche per il commercio?



Renato Salvadori, presidente di Ascom Confcommercio della provincia di Treviso

«Senza dubbio. Ma non nascondiamoci: tecnologia, riposizionamento sul mercato non sono indolori, passano per una riduzione del personale»

Allora vedremo l'uscita dalla crisi con aumento della disoccupazione?

«E lo scenario che bisogna evitare. Con le idee, con la flessibilità, e con un nuovo modo di pensare. Radicarsi sul territorio e internazionalizzarsi, per dirne una, non sono affatto in

contraddizione, anzi. Faccio un esempio: con il web certo devo ridimensionare il personale, ma creo nuove opportunità in altre voci, penso alla logistica, allo stoccaggio, al customer care, alle costruzioni di listini virtuali».

Sta delineando il negozio o l'attività «glocal» del mondo 2.0?

«In un certo senso sì. E aggringo un'altra provocazione: il punto vendita può trovare un

senso anche nell'economia web, se diventa l'appoggio reale all'acquisto del prodotto in rete».

Sta parlando in questo caso del tessile e dell'abbigliamento?

«Non solo, sono possibilità per salvaguardare anche i negozi di prossimità e realtà più piccole, nel momento in cui trovano un loro spazio».

È stato un 2014 molto duro per il vostro settore. Le previ-

sioni per il 2015?

«Il dato di fondo è che finché c'è questa tenaglia fra un potere di acquisto ancora basso del consumatore e la perdita di fiducia dell'imprenditore, non se ne esce a breve e il quadro resta fosco. Nemmeno l'imprenditore può accendere la scommessa, anche non da solo, diciamo mettendosi in due, senza una riduzione vera di tasse e di burocrazia»

Non rischia di diventare una sorta di giaculatoria, questa?

«Posso anche ammetterlo. Ma detto questo, una soluzione va trovata, la competitività non un optional, per la ripresa è indispensabile. Carico fiscale e adempimenti senza fine sono una spada di Damocle oggettiva, non credo siamo i soli a lamentarlo»

Altro tasto dolente che il commercio lamenta è l'aumento dei costi. E soprattutto quello degli affitti, per chi opera nei centri storici.

«Confido molto nel ritorno dei bandi del commercio approvati dalla Regione. In primis perché coinvolgono tutte le parti interessate. E sono previsti i manager di distretto, i piani finanziari».

Intanto c'è chi registra segnali di controtendenza. Anche in settori chiave come l'automobile: stanno aumentando le immatricolazioni, in questi ultimi mesi dell'anno.

«Vero, ma non sono consolidati, e ancora non diffusi al punto tale da autorizzare a essere ottimisti. Certo non vanno nemmeno sottovalutati».

Salvadori, lei ha una sua ricetta, dalla base della sua lunga esperienza associativa?

«No, ma sono sempre stato schietto. Il 2015 sarà all'insegna dell' "ognuno per sé e Duo per tutti", sperando in qualche modo di intercettare la ripresa».

Viva la sincerità. Ma dia almeno tre consigli.

«Inventiva, intelligenza, e un pizzico di fortuna»

LA COMUNICAZIONE

AURO PALOMBA, COMMUNITY

Promuovere il brand «La prima regola sarà la trasparenza»

«Se Albert Einstein fosse stato intervistato tutti i giorni, alla fine anche lui avrebbe detto una stupidaggine». Auro Palomba, fondatore di Community Group, realtà trevigiana con sedi a Milano e Bruxelles, specialista in strategie di comunicazione che recentemente ha affiancato il "ceo" di Etihad Airways, durante la complessa trattativa per l'acquisizione del 49% di Alitalia, non ha dubbi: comunicare non vuol dire apparire a tutti i costi, meglio esserci poco ma al momento giusto, antepoendo i fatti alle parole. Community nasce nel 2001: si occupa di strategie di comunicazione finanziaria, corporate e di crisi e nelle media relation. Affianca grandi gruppi industriali e finanziari, imprenditori e manager nella costruzione, gestione e difesa della loro reputazione.

«Ma oggi ricopriamo sempre più il ruolo di advisor e mediatori culturali, al fianco di consulenti aziendali, avvocati e banchieri. Aiutiamo a in-

tessere relazione, comprendere un contesto, cogliere le opportunità». Più che comunicatori, mediatori con l'onere di decodificare un contesto come il nostro a eventuali investitori stranieri, o a proporre le nostre aziende nel mondo. «Ahimè, spesso cercando di farle apparire come poco italiane, o come delle vere e proprie eccellenze del territorio. Le uniche due carte per lanciarle nei mercati internazionali».

La crisi oggi ha dirottato le risorse: prima si faceva pubblicità al prodotto, ora con budget sempre più risicati la regola diviene promuovere un'immagine, un brand, un modo di vivere. «Ma in un mondo come quello di oggi, eternamente connesso, non ci sono più segreti: la regola aurea diventa la trasparenza. Perché non dimentichiamo che la visibilità ha dei lati negativi». L'avvento dei social ha peggiorato la situazione. «Sono strumenti importantissimi per la reputazione ma sono anche difficili da



utilizzare. Io generalmente ai miei clienti sconsiglio di utilizzare Facebook o Twitter: sono un'arma a doppio taglio. La comunicazione è gestione delle informazioni: per questo la velocità è nulla senza controllo. Deve durare nel tempo: bisogna apparire solo al momento giusto. Cosa quasi impossibile per chi fa politica, molto di più per chi fa impresa». La trasparenza è la regola aurea anche nel modo di operare di Community. «Chi è in alto», continua Palomba, «solitamente è circondato da persone che gli danno sempre ragione. Noi invece cerchiamo di dire la verità, in questo modo il cliente capisce che stiamo dalla sua parte. Forse anche per questo, molti dei clienti con cui tutt'ora lavoriamo, li affianchiamo fin dagli esordi». (s.g.)

MASSIMILIANO VENTIMIGLIA, H-ART

«Tecnologia e idee per un legame emotivo con il consumatore»

L'obiettivo di H-ART è proporre progetti che siano capaci di creare relazioni di valore tra prodotti e consumatori, coinvolgenti dal punto di vista emotivo. Non a caso il nome di questa realtà imprenditoriale che punta alla comunicazione digitale, nata nell'incubatore di H-Farm, cresciuta a ritmi sostenuti del 20% ogni anno, nasce proprio dalla parola heart, che sta per cuore. Si parte da un assunto, forse non semplice, ma di sicuro evidente: di innovazione digitale se ne parla tutti i giorni, spesso in riferimento ai pochi investimenti dell'Italia nel settore, ma non solo. Le aziende hanno compreso che non possono più nascondere, devono scovare utilizzi interessanti ed efficaci delle tecnologie digitali per sviluppare una relazione più proficua con i consumatori. Questo è il core business di H-ART: nata nell'aprile del 2005, in breve tempo è passata da start-up ad azienda vera e propria con fatturato e utili già dal primo anno. Nel 2009 entra

nel gruppo internazionale WPP, colosso mondiale nei servizi di pubblicità e marketing. Oggi, H-ART ha circa 200 dipendenti (tra i migliori creativi, ingegneri del software e strateghi della comunicazione, ma costantemente alla ricerca di nuovi talenti) suddivisi in 4 sedi in Italia (Treviso, Milano, Roma e Firenze) e una all'estero, a Londra. Cura progetti per marchi italiani e internazionali come Telecom Italia, Intesa Sanpaolo, Heineken, Nike, Diesel, Geox, Intimissimi. Nonostante il mercato della comunicazione in generale abbia assistito negli ultimi anni a un continuo calo nei budget destinati alla comunicazione, l'azienda di Ca' Tron ha messo a segno una crescita continua superiore al 20% annuo. Secondo le previsioni il suo fatturato nel 2014 arriverà a sfiorare i 20 milioni di euro. È attesa una crescita sostenuta anche per il prossimo anno, sia in termini di giro d'affari che per quanto riguarda il numero di collaboratori. «Viviamo nell'era del con-



sumatore, dove la comprensione profonda del suo comportamento, le relazioni, sono determinanti per la competitività delle aziende» sottolinea Massimiliano Ventimiglia, amministratore delegato e fondatore di H-ART. L'azienda ha sviluppato un approccio olistico: i suoi progetti sono frutto di un mix di tecnologie, idee creative e innovazione. Uno dei più recenti risultati di questo approccio è il progetto per l'Orto Botanico di Padova, dove l'applicazione delle conoscenze tecnologiche alla cultura offre possibilità di coinvolgimento ed emozioni, dando vita a un viaggio nel mondo della botanica che fa in modo che tutti i visitatori del Giardino si possano "connettere con le piante". Nell'aprile di quest'anno, H-ART è stata ammessa al programma Elite di Borsa Italiana. (s.g.)

INDICE ALFABETICO TOP 500

RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale
447	438	2 M DECORI SPA
30	30	3 B - S.P.A.
192	196	A.C. - S.R.L.
292	287	ABACO INTERNATIONAL S.R.L.
124	-	ADL AMERICAN DATALINE S.R.L.
300	281	AEROPORTO DI TREVISO S.P.A.
330	312	AGENZIA ITALIA S.P.A.
283	323	AGRIBETON S.P.A.
389	314	AGRIPLANT S.R.L.
453	455	AGROPIAVE S.R.L.
376	390	AKU ITALIA S.R.L.
61	62	ALCHIMIA S.P.A. (ALTANA)
96	97	ALF INVEST - S.P.A.
336	341	ALIBERT S.R.L.
58	58	ALIGROUP S.R.L.
458	430	ALIMENTARI CAZORZI S.R.L.
235	225	ALISEO S.P.A.
48	49	ALPINESTARS RESEARCH S.R.L.
469	458	ALPIPRESS - S.R.L.
242	233	ALTINIA DISTRIBUZIONE S.P.A.
141	145	ALTO TREVIGIANO SERVIZI SRL
359	255	AM TEKNOSTAMPI S.P.A.
22	18	AMA - CRAI EST SOCIETA' COOPERATIVA
115	112	AMER SPORTS ITALIA S.P.A.
177	175	AMORIM CORK ITALIA S.P.A.
416	328	ANTONIO BASSO S.P.A.
193	212	APE & PARTNERS SPA
460	491	APPIA S.R.L.
208	73	APPLIED MATERIALS ITALIA S.R.L.
23	27	ARIELE HOLDING S.P.A.
248	234	ARMONY S.P.A.
24	25	ARREDO PLAST S.P.A.
246	235	ARREX - 1 S.P.A.
5	5	ASCO HOLDING S.P.A.
206	173	ASCO PETROLI S.R.L.
54	61	ASOLO GOLD S.P.A.
120	130	ASOLO HOSPITAL SERVICE S.P.A.
466	-	ASSIST S.R.L.
162	206	ASSOCIAZIONE PRODUTTORI ORTOFRUTTICOLI VENETO
204	188	AUSSACHEM S.R.L.
421	486	AUTODEMOLIZIONI DE ROSSI - S.R.L.
341	359	AUTOGIADA S.R.L.
224	194	AUTOMARCA S.P.A.
236	252	AUTOPOLAR S.P.A.
302	269	AUTOSILE S.R.L.
117	116	AUTOSTORE SRL
134	230	AZOVE CARNI - S.R.L.
383	361	B.M. - S.R.L.
146	128	B2BIRES S.R.L.
307	460	BACIO DELLA LUNA SPUMANTI S.R.L.

RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale
394	386	BAREA S.R.L.
464	420	BAREL GIUSEPPE E FIGLI - S.R.L.
74	59	BASF CONSTRUCTION CHEMICALS ITALIA SPA
318	313	BASSO SEBASTIANO - S.R.L.
72	66	BATTISTELLA FINANZIARIA S.R.L.
265	248	BECHER SPA
57	-	BELLBRU S.R.L.
273	289	BELLIO FRATELLI - S.R.L.
3	2	BENCOM S.R.L.
159	150	BENETTON GROUP S.P.A.
289	268	BENETTON RETAIL ITALIA S.R.L.
4	4	BENIND S.P.A.
450	294	BFR MECCANICA S.R.L.
439	473	BIANCO DR. BRUNO S.R.L.
324	303	BIASUZZI CAVE S.P.A.
411	434	BIEMMERETI S.P.A.
197	210	BONIS - S.P.A.
178	198	BONLEX EUROPE S.R.L.
370	352	BORGO MOLINO VIGNE & VINI S.R.L.
213	195	BORSOI SPA
222	288	BOSCO VITICOLTORI-BALBIA - S.R.L.
161	164	BOTTEGA SPA
221	229	BRADO S.P.A.
230	216	BREFER - S.R.L.
483	472	BRESOLIN - S.R.L.
479	391	CADEL SRL
210	223	CALZATURIFICIO DAL BELLO S.R.L.
322	379	CALZATURIFICIO PLAY SPORT S.R.L.
71	89	CALZATURIFICIO S.C.A.R.P.A. - S.P.A.
186	185	CALZATURIFICIO SKANDIA S.P.A.
26	28	CAME GROUP S.P.A.
154	109	CAMI S.R.L.
249	264	CANTINA COLLI DEL SOLIGO
194	-	CANTINA PRODUTTORI DI VALDOBBIADENE
182	221	CANTINA SOCIALE COOPERATIVA AGRICOLA DI VITTORIO VENETO
488	487	CANTINA SOCIALE MONTELLIANA E DEI COLLI ASOLANI
131	-	CANTINA VITICOLTORI PONTE DI PIAVE
95	125	CANTINE VITICOLTORI VENETO ORIENTALE
176	168	CAPPELLOTTO - S.P.A.
474	428	CARDIN ELETTRONICA S.P.A.
136	140	CARLO ALIPRANDI CARBURANTI S.R.L.
428	298	CARNIELLO S.R.L.
299	295	CARPENE' MALVOLTI SPUMANTI - S.P.A.
52	52	CARRARO S.P.A.
29	46	CARRON CAV. ANGELO S.P.A.
103	100	CARTIERA GIORGIONE S.P.A.
129	154	CARTONAL ITALIA S.P.A.
323	309	CARTOPLASTICA S.R.L.
241	207	CASTEL MAC S.P.A.
396	383	CE.VI.V. S.R.L.

INDICE ALFABETICO TOP 500

RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale	RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale	RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale	RANK 2013	RANK 2012	Ragione Sociale
233	242	CENTRO DI MEDICINA S.P.A.	164	115	FRACARRO RADIOINDUSTRIE S.P.A.	105	101	MARCO'S S.P.A.	51	53	SANGALLI VETRO MANFREDONIA S.P.A.
275	213	CENTRO RISORSE S.R.L.	476	443	FRASSON S.R.L.	25	22	MARFIN S.P.A.	112	108	SATOR S.R.L.
227	245	CENTRODET S.R.L.	472	462	FRATELLI PEDOL S.P.A.	449	459	MASIERO SRL	140	144	SCATOLIFICIO ONDULKART S.P.A.
214	484	CENTROEDILE MILANO S.R.L.	167	163	FREZZA SPA	343	355	MASOTTINA S.P.A.	407	409	SCOTTON S.P.A.
399	376	CERANTOLA S.P.A.	462	395	G.D. DORIGO - S.P.A.	7	6	MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP S.P.A.	101	94	SEA INGROSS S.R.L.
237	220	CESAR ARREDAMENTI S.P.A.	484	474	G.S. - GESTIONE SINISTRI SRL	434	446	MASTER PROFILI S.R.L.	296	257	SELLE ITALIA S.R.L.
199	127	CHELAB SRL	173	201	G.T. S.R.L.	127	136	MATTAROLLO MOTORI S.P.A.	259	488	SENNA GROUP SRL
147	238	CIEFFE FORNI INDUSTRIALI S.R.L.	475	436	GAERNE S.P.A.	216	192	MEETING GROUP S.P.A.	93	87	SENOBLE ITALIA S.P.A.
240	237	CIMM S.P.A.	340	282	GALDI S.R.L.	169	162	MEPOL S.R.L.	492	439	SERICA DELLA MARCA S.R.L.
393	421	CINEL OFFICINE MECCANICHE S.P.A.	338	340	GALLETTI AURELIO - S.R.L.	413	381	MEROTTO FIORI S.R.L.	181	167	SERVIZI AMBIENTALI VENETO NORD ORIENTALE SRL
205	211	CLAN S.R.L.	253	204	GALOIL S.R.L.	422	342	METALCO S.R.L.	301	311	SERVIZI IDRICI SINISTRA PIAVE S.R.L.
139	423	CMA MACCHINE PER CAFFE' S.R.L.	209	186	GAME SPA CONSORTILE	459	407	METRO PARTNERS S.R.L.	49	39	SERVIZI UNINDUSTRIA MULTIUTILITIES S.P.A.
56	43	CO.MET.FER. S.P.A.	70	68	GARBUIO S.P.A.	415	375	MILANESE PETROLI SRL	110	134	SETTEN GENESIO S.P.A.
287	402	COCCOVO SRL	113	113	GAVINOX S.R.L.	89	86	MINULAMP SRL	157	147	SETTENTRIONALE TRASPORTI - S.P.A.
40	44	CODOGNOTTO ITALIA S.P.A.	152	156	GELPIAVE S.R.L.	99	95	MIONTEL S.P.A.	326	337	SGAMBARO SPA
121	135	COL ROSA' S.P.A.	443	406	GENERALFILTER ITALIA - S.P.A.	431	481	MITI S.R.L.	328	426	SITA.PAN. S.R.L.
354	353	COLFERT S.P.A.	429	380	GENERALI INFRASTRUCTURE SERVICES	203	244	MITO POLIMERI S.R.L.	377	344	SIDERMARCA S.R.L.
35	37	COLORI S.P.A. (COLOMBEROTTO)	403	363	GENERALVETRI S.P.A.	143	124	MOBIL PROJECT S.P.A.	440	389	SIDERURGICA TOCCHET SRL
190	148	COMACCHIO S.R.L.	297	305	GEO HOLDING S.R.L.	437	310	MOBIL S.P.A.	166	181	SIDI SPORT S.R.L.
64	47	COMAS - COSTRUZIONI MACCHINE SPECIALI - S.P.A.	380	371	GIACOMINI & GAMBAROVA S.R.L.	114	107	MOBILCLAN - S.P.A.	37	40	SIGEP - S.P.A.
454	465	COMIT EUROPA S.R.L.	272	272	GIDAUTO - S.R.L.	130	129	MOBILITA' DI MARCA S.P.A.	83	84	SILCA SPA
268	231	COMMERCIALE VENETA BELTRAME S.P.A.	420	413	GIOBATTÀ E PIERO GARBELLOTO S.P.A.	461	457	MODEL SYSTEM ITALIA S.P.A.	293	280	SILCART SPA
17	17	COMPAGO S.R.L. (MEDIA PROFILI - ARKO)	207	170	GIRASOLE - S.P.A.	473	435	MODULAR PROFESSIONAL S.R.L.	172	266	SIMEC S.P.A.
444	452	COMPLAST S.R.L.	298	279	GLASS 1989 S.R.L.	333	335	MOLINO DI FERRO S.P.A.	392	364	SINETICA INDUSTRIES S.R.L.
347	410	CONDIFESA TREVISO	10	10	GLOBAL GARDEN PRODUCTS ITALY S.P.A.	385	360	MONDEOX S.P.A.	75	82	SIRETESSILE S.R.L.
69	83	CONSORZIO - AZIENDA INTERCOMUNALE DI BACINO TREVISO 3	163	153	GLOBAL SHIPPING - S.P.A.	357	378	MONTELVINI S.P.A. ASSOCIAZIONE FRA PRODUTTORI AGRICOLI	107	106	SISAVENETA S.R.L.
55	51	CONSORZIO AGRARIO DI TREVISO E BELLUNO	168	157	GRAFICHE ANTIGA S.P.A.	256	193	MOSOLE S.P.A.	463	431	SKEMA S.R.L.
184	171	CONSORZIO FUNGHI DI TREVISO	218	120	GREEN GROUP S.R.L.	180	215	MTS S.P.A.	294	290	SKYMAX S.P.A.
68	81	CONSORZIO INTERCOMUNALE PRIULA	452	400	GRIDIRON S.P.A.	342	357	NASTROFLEX S.P.A.	21	20	SME S.P.A.
489	476	CONSORZIO STABILE CENTO ORIZZONTI S.C.R.L.	372	307	GRIGLIATI BALDASSAR S.R.L.	133	110	NEGRO AUTOMOBILI S.R.L.	339	394	SOCIETA' AGRICOLA BARCON S.R.L.
317	105	CONTARINI VINI E SPUMANTI SPA	46	50	GRISPORT S.P.A.	286	330	NEUVENDIS S.P.A.	258	270	SOCIETA' AGRICOLA DELLA ROCCA SPA
223	180	CONTRACT S.R.L.	42	42	GRUPPO DISTRIBUZIONE PETROLI S.R.L.	308	358	NEW MILLS S.P.A.	494	449	SOCIETA' COOPERATIVA GIUSEPPE TONIOLO CONSCIO
62	64	CONVERSE ITALIA SRL	350	299	GRUPPO INDUSTRIALE TEGOLAIA S.R.L.	15	13	NICE GROUP S.P.A.	102	99	SOGEDIN FINANZIARIA SPA
366	444	COOPERATIVA AGRICOLA PRODUTTORI CASTELLANA	59	54	GRUPPO MONTI S.P.A.	457	432	NICOS INTERNATIONAL S.P.A.	41	102	SOLE ODERZO SRL
254	253	COOPERATIVA AGRICOLA SPAZIO	79	92	GRUPPO PIAZZETTA S.P.A.	150	191	NICROS S.R.L.	32	33	SOLE S.P.A.
295	466	COSTRUZIONI RUSALEN S.R.L.	495	469	GUGEL SRL	369	367	NORDAUTO S.P.A.	78	60	SOLIGON S.P.A.
470	489	COSTRUZIONI TIZIANO GEOM.CORRADO S.R.L.	228	236	HAIER A/C (ITALY) TRADING S.P.A.	247	241	NORTHWAVE S.R.L.	314	177	SOMEC SRL
47	41	COVERCO S.R.L.	384	427	H-ART S.R.L.	179	202	NOVAGLASS S.P.A.	116	118	SOTREVA S.P.A.
360	343	CRAVEDI - S.P.A.	94	93	HAUSBRANDT TRIESTE 1892 S.P.A. IN SIGLA H.TS. 1892 S.P.A.	374	250	NOVATION S.P.A. IN LIQUIDAZIONE	315	246	SPIC PARTECIPAZIONI S.R.L.
108	122	CREMONESE HOLDING S.P.A.	408	369	HOME S.R.L.	303	275	NOVATION TECH S.P.A.	137	151	SPUMANTI VALDO S.R.L.
491	480	CRISPI SPORT S.R.L.	128	111	HOMES HOLDING SRL	445	437	NUOVA GENOVESE S.R.L.	234	174	STAM S.P.A.
231	251	CSM TUBE S.R.L.	257	277	HT S.P.A.	53	74	NUOVA INDUSTRIA BISCOTTI CRICH - SPA	497	451	STARMATIK S.R.L.
417	471	CUNIAL - COMPONENTS S.R.L.	145	103	I.M.G. - S.P.A.	348	349	NUOVA MENON S.R.L.	144	165	STEELEC S.P.A.
442	440	CUZZIOL S.P.A.	220	240	I.M.P.A. - INDUSTRIA MATERIE PLASTICHE ED AFFINI - S.P.A.	456	372	O.M.C. - S.P.A. IN LIQUIDAZIONE	31	29	STEFANEL - S.P.A.
43	45	D.B. GROUP S.P.A.	262	271	I.M.S. - INDUSTRIE MECCANICHE SCARDELLATO - S.P.A.	73	75	OCSA - OFFICINE DI CROCETTA S.P.A.	278	325	STILCURVI S.R.L.
477	422	DA RE - S.P.A.	86	88	I.P.G. S.R.L.	363	366	OLANG S.P.A.	381	338	STIVAL INDUSTRY S.R.L.
264	232	DALLAN S.P.A.	270	260	ICA SYSTEM S.R.L.	27	23	OLEIFICIO MEDIO PIAVE S.P.A. IN LIQUIDAZIONE	158	131	STONEFLY SPA
1	1	DE' LONGHI S.P.A.	125	117	ICEBERG - S.R.L.	50	34	OLIMPIAS S.P.A.	16	15	SUPERBETON S.P.A.
219	214	DE PIERI S.R.L.	358	368	IDEA S.R.L. - DIVISIONE BAGNI	304	286	OLIVI AGRICOLTURA S.R.L.	44	48	SUPERMERCATI VISOTTO S.R.L.
63	65	DEIMOS S.R.L.	238	254	IL FORNAIO DEL CASALE S.P.A.	467	429	OMER S.P.A.	414	374	SURMONT SRL
11	11	DELCLIMA S.P.A.	282	283	IL GUFO S.P.A.	211	208	OMP S.R.L.	243	224	TAFFARELLO S.P.A.
126	132	DELLA TOFFOLA S.P.A.	500	442	ILSA S.P.A.	65	67	ONGETTA S.R.L.	217	217	TATA S.P.A.
482	445	DELSUT CAFFE' S.P.A.	250	239	IMBALLI S.P.A.	493	468	OPITERGIUM VINI SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA	405	300	TECHFIL S.R.L.
409	475	DIANA GROUP S.R.L.	400	424	IMESA S.P.A.	200	176	ORGANIZZAZIONE PRODUTTORI ORTOFRUTTICOLI VENETO -	12	12	TECNICA GROUP S.P.A.
201	228	DIANNE HOLDING S.R.L.	344	318	IMPA S.P.A.	395	448	ORMET S.P.A.	98	138	TECNIGOLD S.P.A.
355	333	DISTILLERIA BONAVENTURA MASCHIO S.R.L.	18	19	IMPRESA TONON S.P.A.	188	139	OSMAP S.P.A.	432	356	TECNOSYSTEMI S.P.A.
232	243	DITRE HOLDING S.P.A.	187	184	INDUSTRIE COTTO POSSAGNO S.P.A.	226	226	OSPEDALE RIABILITATIVO DI ALTA SPECIALIZZAZIONE S.P.A.	320	365	TEMA - TECHNOLOGIES AND MATERIALS - SRL
481	464	DOCET S.R.L.	305	351	INIPRESS - S.P.A.	311	285	OTLAV - S.P.A.	418	454	TEMPI MODERNI S.P.A.
401	354	DOIMO CITYLINE S.R.L.	438	404	INOX PIAVE S.R.L.	387	346	P.A.T.I. S.P.A.	151	200	TENUTA BELCORVO S.R.L.
430	399	DOIMO CUCINE S.P.A.	419	387	INOXVENETA S.P.A.	45	56	PADANA ROTTAMI - S.R.L.	321	347	TERMOPLAST NORD S.R.L.
38	36	DOPLA S.P.A.	170	169	INSIEME SI PUO' - SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE	160	152	PAGLIANTI TUBI S.R.L.	212	222	TERMOVENETA S.R.L.
255	284	DOTTOR GROUP S.P.A.	345	411	INSOFA' S.R.L.	375	262	PAGO ITALIA S.R.L.	269	267	TIESSE S.P.A.
91	77	DRESSING S.P.A. IN LIQUIDAZIONE	111	119	INTERNATIONAL TOBACCO AGENCY - S.R.L.	174	161	PAL S.R.L.	153	160	TINCI PADOVAN - S.P.A.
84	91	DT INVEST S.R.L.	465	433	INVEST GAMING - S.R.L.	155	90	PALAZZOLO METALLI PREZIOSI S.P.A.	426	-	TMP SRL
468	419	DUREGON M.G.S. - S.R.L.	34	32	IRES - S.P.A.	362	306	PASCOLI NORD-EST SOCIETA' COOPERATIVA	441	408	TOGNANA INDUSTRIE E FORNACI S.P.A.
260	477	E.MA.PRI.CE. S.P.A.	191	178	IRINOX S.P.A.	349	321	PASSANTE DI MESTRE SOCIETA' CONSORTILE PER AZIONI	198	179	TOGNANA PORCELLANE S.P.A.
142	142	ECLISSE S.R.L.	368	377	ISOSYSTEM SRL	20	26	PASTA ZARA S.P.A.	373	331	TONIOLO CASEARIA SPA
410	403	EDIZIONE ALBERGHI S.R.L.	92	98	ITAFIN S.R.L. (INTERNATIONAL TOBACCO)	397	463	PERIN S.R.L.	455	415	TONON FORTY S.P.A.
351	456	ELETRONICA VENETA S.P.A.	119	123	ITALBOVINI S.R.L.	2	3	PERMASTEELISA S.P.A.	277	291	TOP LINEA S.P.A.
81	76	ELFRA S.R.L.	244	218	ITALCAB S.P.A.	195	209	PESPOW CONFEZIONI S.P.A.	132	143	TRAFILERIE INDUSTRIALI S.P.A.
325	316	ELMANN SRL	485	478	ITAL-M COMMERCIALE S.R.L.	215	265	PETROL SERVICE SRL	239	199	TREGI S.R.L.
28	24	EQUIBOX HOLDING S.P.A. (FASHION BOX - REPLAY)	424	417	ITLAS S.P.A.	171	159	PIANCA S.P.A.	378	382	TREVI S.P.A.
123	146	ETHICA CONSULTING S.R.L.	427	327	IVECOS - S.P.A.	263	259	PIEFIE UNION S.P.A.	306	278	TREVIMETAL S.R.L.
337	319	EUREKA S.R.L.	80	72	IWIS INSULATION WATERPROOFING INDUSTRIAL SYSTEMS S.R.L.	329	322	PIER S.P.A.	109	-	TREVISANALAT S.P.A.
490	490	EURMODA GROUP S.P.A.	281	197	JESSE SPA	412	373	PILATO S.P.A.	365	166	TREVISAUTO - S.P.A.
361	301	EUROGROUP SPA	334	398	KASTEL - S.R.L.	138	114	PINARELLO HOLDING SPA	251	256	TRIO S.R.L.
446	370	EUROMOBIL - S.P.A.	319	348	KEYLINE S.P.A.	313	302	PLAST - S.R.L.	312	324	TRIVENETA VETRO SPA
364	396	EVER S.R.L.	436	412	LA DONATELLA - S.R.L.	185	189	PLASTOPIAVE - S.R.L.	498	172	V.E.COM. S.R.L. IN LIQUIDAZIONE
471	450	EVERRIS ITALIA S.R.L.	97	96	LA GIOIOSA - SPA IN SIGLA M.G. SPA	496	453	POLLO PIAVE S.R.L.	156	155	VALLEVERDE SOCIETA' AGRICOLA S.R.L.
290	297	F.LLI CANIL S.P.A.	104	133	LA MARCA VINI E SPUMANTI SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	196	187	PREVINET - SERVIZI PER LA PREVIDENZA S.P.A.	487	461	VALSANA S.R.L.
478	416	F.LLI GANASSIN S.P.A.	82	78	LA TERMOPIAVE S.R.L.	391	296	PRIMA S.R.L.	19	21	VEGA - SOCIETA' COOPERATIVA
77	80	F2ATTIVA S.P.A.	245	247	LA TI ESSE - S.R.L.	13	16	PRO-GEST S.P.A.	274	276	VENEGAZZU' S.P.A.
332	332	FABRIZIO OVIDIO FERRAMENTA S.P.A.	316	292	LA TORNIVENETA - S.R.L.	280	326	PROGRESS PROFILES SPA	402	393	VENEST S.P.A.
14	14	FASSA S.R.L.	310	293	LABOMAR S.R.L.	276	249	PROMED S.R.L.	39	38	VENETA CUCINE S.P.A.
406	362	FAVALESSA S.P.A.	499	447	LABOR-LEGNO S.P.A.	451	479	PROXIMA S.R.L.	36	31	VENETA NASTRI S.P.A.
288	304	FAVARO SERVIZI S.R.L.	85	85	LATTERIA DI SOLIGO SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA	267	219	QUADRIFOGLIO SISTEMI D'ARREDO S.P.A.	225	227	VIGNAIOLI VENETO FRIULANI SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA
356	320	FAVERO HEALTH PROJECTS S.P.A.	189	203	LATTERIA E CASEIFICIO MORO - S.R.L.	486	385	RCH GROUP S.P.A.	448	414	VILLA SANDI S.R.L.
90	69	FEDIM S.R.L.	67	70	LATTERIA MONTELO S.P.A.	390	392	RECUS S.P.A.	118	137	VINICOLA SERENA S.R.L.
331	273	FERROBETON S.R.L.	175	205	LATTERIE VENETE S.P.A.	379	334	REGINATO F.LLI S.R.L.	202	485	VIROSAC S.R.L.
66	57	FIL MAN MADE GROUP - S.R.L.	183	182	LCI - LAVORAZIONE CARTA RICICLATA ITALIANA S.R.L.	435	397	RISP S.R.L.	122	126	VISOTTICA INDUSTRIE S.P.A.
165	141	FINDAL S.P.A.	371	425	LE CONTESSA - S.R.L.	335	329	RISTORAZIONE OTTAVIAN S.P.A.	291	261	VOLPATO NELLO E LUIGINO S.R.L.
100	104	FINGROUPE S.P.A. (NEGOZI PELLIZZARI)	284	258	LEIBALLI & CUZZUOL - S.P.A.	135	149	ROBERTO INDUSTRIA ALIMENTARE S.R.L.	386	315	VOLTECO S.P.A.
106	158	FINMET S.P.A.	398	384	L'INCONTRO COOPERATIVA SOCIALE	285	482	ROBOR SRL	271	483	WEGA MACCHINE PER CAFFE' S.R.L.
388	-	FISCHER FOOTWEAR S.R.L. UNIPERSONALE	6	7	LIR S.R.L. (GEOX)	149	183	ROSSIGNOL LANGE S.R.L.	382	336	ZALF INDUSTRIA MOBILI COMPONIBILI S.P.A.
88	63	FISHER & PAYKEL APPLIANCES ITALY S.P.A.	60	55	LOTTO SPORT ITALIA S.P.A.	353	-	ROSSI E DUSO S.R.L.	367	350	ZANARDO S.P.A.
480	388	FLEXTRONICS S.R.L.	433	470	M & G SRL	423	405	RUDY PROJECT - S.P.A.	261	467	ZAR S.R.L.
266	190	FM METAL TRADING SRL	309	274	M.A.C. SRL DEI F.LLI BIGOLIN	252	263	S.A.M.A.C. - SRL	425	418	ZECCHINON CUCINE S.R.L.
279	308	FORATO - S.P.A.	352	317	M.G.M. S.P.A.	229	441	S.I.A. ENGINEERING CONSTRUCTION S.R.L.	148	121	ZETAESSE S.P.A.
327	339	FOREL SPA	87	71	MAEG FIN S.R.L.	346	401	SAMOA S.R.L.	8	8	ZOPPAS FINANZIARIA S.P.A.
76	79	FORNO D'ASOLO S.P.A.	33	35	MAIA AGROINDUSTRIALE S.R.L.	404	345	SANDRI S.P.A.	9	9	ZOPPAS INDUSTRIES - S.P.A.