

Utilities, tlc e meccanica i settori più «attraenti»

In coda alla classifica finiscono edilizia e commercio

PAGINA A CURA DI Chiara Bussi

La medaglia d'oro va alle utilities, seguite da tlc e meccanica. L'edilizia, invece, è all'ultimo posto, preceduta da commercio e alimentari. Si presenta così la classifica stilata dalla società di consulenza K Finance, partner equity markets di Borsa Italiana, sull'attrattività di 17 settori, passati ai raggi X per le loro performance nel 2012. Oltre 35mila bilanci (non consolidati) di società di capitali (quote e non) con sede legale in Italia e un fatturato superiore ai 5 milioni. Il risultato è un termometro virtuale frutto di un mix di tre componenti: la variazione del fatturato 2010-2012, la redditività e l'indebitamento. Più bassa è la temperatura, più alto è l'appeal per gli investitori. La rilevazione, giunta alla seconda edizione, mostra un podio totalmente rivisitato rispetto al 2010, su cui erano saliti turismo, salute, media ed editoria.

«Gli scossoni - sottolinea Filippo Guicciardi, amministratore delegato di K Finance - ci sono stati e la cura è stata per molte aziende dolorosa. Questa classifica fornisce però i primi indizi di un graduale ritorno alla normalità, una nuova normalità con cui dovremo fare i conti, perché sarà difficile ritrovare i livelli pre-crisi».

Lo dimostrano i tre indicatori utilizzati, tutti in miglioramento. Dal 2010 al 2012 il fattura-

to ha registrato una crescita media dell'8,6% rispetto alla contrazione dell'1,3% del 2008-2010, così come il valore mediano dell'Ebitda rispetto ai ricavi si è attestato all'8% rispetto al 5,5% della precedente indagine. In calo l'indebitamento, con l'indice mediano all'8,8% rispetto al 10,6% del 2010.

Le utilities tirano la volata con una temperatura di 3,3 gradi. Il settore è secondo per fatturato, primo per redditività e settimo per minor indebitamento. «Il risultato - dice il direttore generale di Federutility, Massimiliano Bianco - è lusinghiero: il nostro settore è un motore dell'economia del Paese e la sua solidità è un elemento di attrattività. Questa performance non deve però distogliere l'attenzione dalla necessità di investimenti a sostegno delle infrastrutture e per la riqualificazione della rete distributiva».

Tra i settori portanti del made in Italy solo meccanica, elettronica, energia e cantieristica, che nello studio fanno gioco di squadra con la denominazione di "industria", guadagnano una medaglia. «Segno che - puntualizza Sandro Bonomi, presidente di Anima (industria meccanica varia e affini) - la meccanica italiana non si è fermata. Gran parte del risultato è dovuto alla spinta dell'export, che pesa in media per quasi il 60% ed è cresciuto negli anni della crisi. Per reagire a una domanda interna

statica abbiamo puntato su Est Europa, Russia, Turchia, Usa e Brasile, che cercano una meccanica di qualità. Negli ultimi dieci anni il nostro settore ha investito fortemente nell'innovazione di processo e di prodotto con un forte impulso alla robotica e alla meccatronica e anche questo ha premiato». Anche nel 2013, spiega Bonomi, «il fatturato ha tenuto e guardiamo con ottimismo al 2014 grazie alla ripresa dei mercati mondiali».

La moda, altro fiore all'occhiello del made in Italy, nell'indagine fa parte di un macrosettore che comprende anche i prodotti per la casa e la cura della persona e deve accontentarsi della posizione mediana.

Secondo Stefano Manzocchi, direttore del Luiss Lab of European Economics, la meccanica, a differenza degli altri settori «ha maturato una tale capacità di innovazione e affidabilità che riesce a fare prezzo senza diventare vittima del mercato della distribuzione. Occorre agire su questa leva anche negli altri settori e l'esperienza di piattaforme del made in Italy già maturata in Cina potrebbe essere un buon esempio da imitare anche in altre aree».

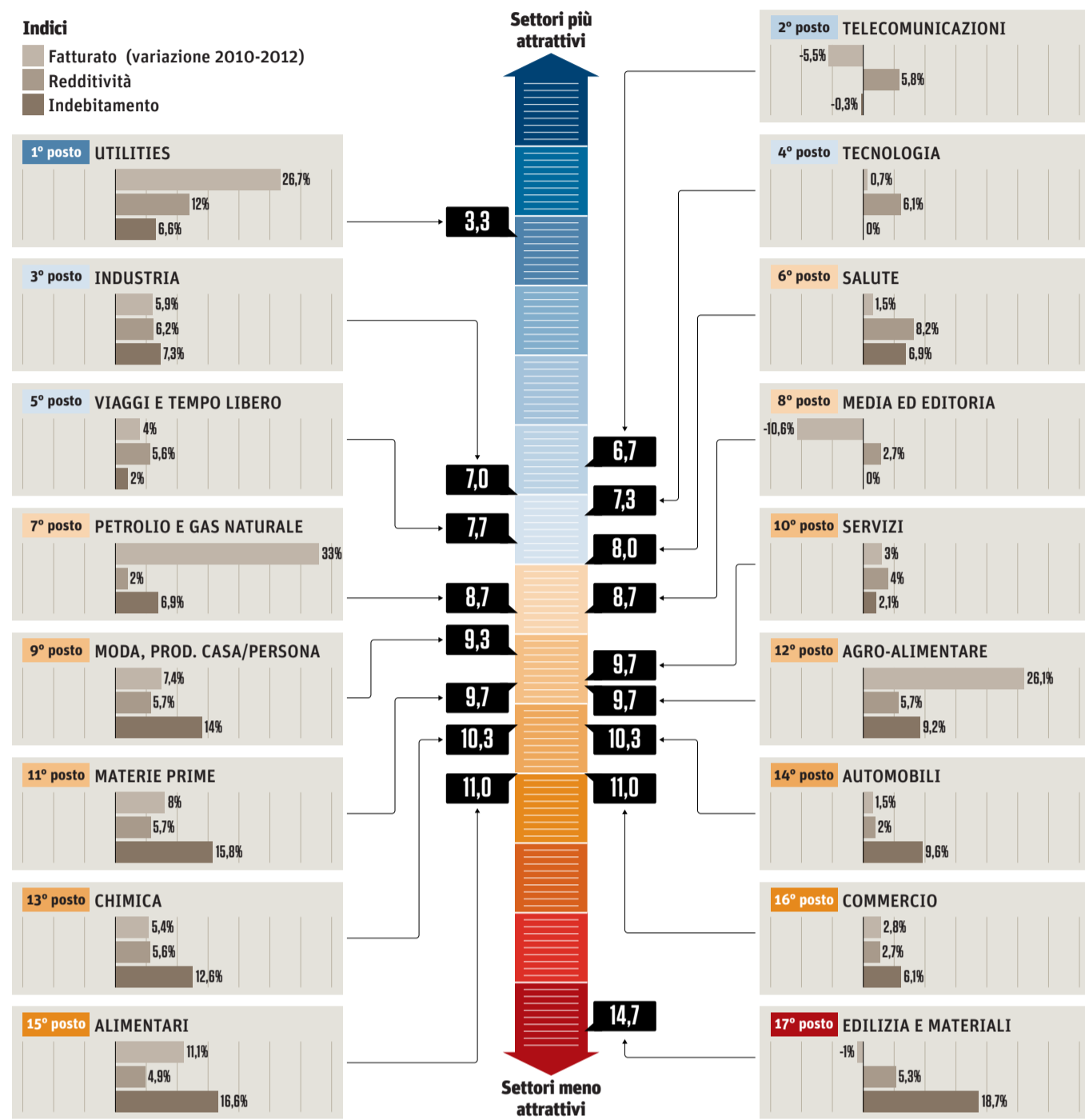
Scivola nella parte bassa della classifica il comparto alimentare, esposto al crollo dei consumi interni e caratterizzato da alto indebitamento e da una redditività sotto la media. Soffrono poi il commercio e soprattutto

l'edilizia, maglia nera dell'indebitamento e terz'ultima per fatturato. Paolo Buzzetti, presidente dell'Ance, non è sorpreso: «Siamo le prime vittime di tutti i mali che affliggono il nostro Paese, dal credit crunch al ritardo dei pagamenti alle grandi opere infrastrutturali ferme. Basti pensare che dal 2007 a oggi i finanziamenti alle nostre imprese si sono ridotti di 80 miliardi. Sul fronte dei pagamenti il decreto sblocca-crediti ha portato un po' di sollievo, ma nel secondo semestre si sono nuovamente accumulati ritardi».

Nel bel mezzo della tempesta sono rimaste a galla e hanno imboccato un percorso di crescita, spiega Guicciardi, «le aziende che hanno saputo pianificare un nuovo modello di internazionalizzazione, con una presenza fisica sui mercati esteri e la capacità di aggregazione con gli attori locali». A loro guarda con interesse Borsa Italiana, impegnata nell'attività di scouting per la prossima edizione di Elite, la piattaforma che aiuta le Pmi nel percorso di crescita, che partirà a metà 2014. «Finora - conclude Barbara Lunghi, responsabile mercati Pmi - sono 131 le imprese che hanno intrapreso questo percorso. Un bacino interessante da cui attingere quelle che hanno una visione strategica e una propensione al cambiamento e all'internazionalizzazione».

Il ranking dei comparti

Il termometro dell'attrattività dei settori calcolato attraverso un indice equiponderato che prende in esame la variazione del fatturato dal 2010 al 2012, il margine Ebitda rispetto ai ricavi e il rapporto tra posizione finanziaria netta e ricavi



Casi eccellenti/1. La J-Teck3 di Albese con Cassano (Como)

Inchiostri digitali impossibili da copiare

«La Cina? A noi non fa paura: è un grande cliente, non un concorrente. Abbiamo una tecnologia difficile da imitare e per averla i cinesi sono disposti anche a pagarci in anticipo». A parlare è Enrico Grasselli, che dieci anni fa insieme a Italo Mariani ha fondato J-Teck3, specializzata nella produzione di inchiostri digitali per l'industria tessile e la comunicazione visiva. Una "mini-multinazionale" ad Albese con Cassano, in provincia di Como, che coniuga la tradizione con l'innovazione e ha viaggiato controvento in tempo di crisi.

Le prime dieci candeline hanno portato una dote di tutto rispetto: l'azienda ha chiuso il 2012 con un fatturato di 17 mi-

lioni di euro, che quest'anno è cresciuto a 21 milioni e vanta un Ebitda da capogiro al 40 per cento. «Merito della ricerca, dell'innovazione e della nostra vocazione all'export, che rappresenta l'80% del nostro fatturato», precisa Mariani.

Il cuore pulsante è J-Lab, un laboratorio per sviluppare la nuova tecnologia e stare al passo con le esigenze del mercato. «In precedenza - prosegue Grasselli - questi tipi di inchiostri potevano essere utilizzati solo con il cotone, noi li abbiamo resi più versatili e adatti anche a materiali ecologici e riciclabili come il poliestere e alla lavorazione con stampanti dalle caratteristiche differenti». La spinta all'internazionalizzazione è arrivata subito e non è



Al timone. Enrico Grasselli (a sinistra) e Italo Mariani

stata una scelta di ripiego. L'azienda ha filiali commerciali in Gran Bretagna, Brasile, Usa, Cina e Australia, tutte con manager locali. È nata così la «famiglia globale», come il team di

J-Teck3, una sessantina di dipendenti a livello mondiale, ama definirsi. Un gruppo aperto anche agli stages di studenti delle università straniere che guarda con interesse alla Turchia, all'Indonesia e alle buone prospettive di crescita nel settore dell'abbigliamento sportivo negli Usa o delle divise dei college inglesi. La produzione, però, resta rigorosamente in Italia.

E che dire del credit crunch che turba il sonno di molti imprenditori italiani? «All'inizio - concludono i due soci - un investitore ha creduto nel nostro progetto e ci ha finanziato. Adesso abbiamo un buon flusso di cassa e possiamo fare a meno delle banche, che non ci sono state di grande aiuto».

Casi eccellenti/2. La Europe Energy di Verona

Il trader dell'energia che pensa alla Borsa

Ha solo sei anni e già pensa in grande. Europe Energy è nata nel 2007 a Verona sulla spinta delle liberalizzazioni e si è specializzata nel trading energetico in Italia ed Europa. Lo sviluppo è stato rapido come l'elettricità che corre in alta tensione. Nel 2012 il fatturato ha raggiunto quota 1,4 miliardi con 2,2 milioni di uti-

lizzatori. «Il 2013 - spiega il Ceo e fondatore Matteo Ballarin - è stato un anno record: i nostri ricavi sono saliti a 1,5 miliardi (l'esercizio chiude il 30 settembre) e abbiamo realizzato 3 milioni di uti-

Casi eccellenti/3. La Monsud di Avellino

Dall'eolico al nucleare «sognando» l'Algeria

Una società di costruzioni che resiste da 34 anni nonostante le intemperie che mettono a dura prova il settore, fanalino di coda nella classifica dell'attrattività. È il caso di Monsud, nata ad Avellino nel 1979 e attiva nell'ingegneria, manifattura e cantieri di costruzione. «All'inizio - racconta il fondatore e titolare Domenico Pierni - avevamo cinque-sei dipendenti e siamo subito riusciti a ricavarci un'importante quota di mercato. Oggi ne abbiamo 150, tra ingegneri e personale specializzato». La fase dello sviluppo è arrivata nel 1994, quando Monsud è stata selezionata per la costruzione dei primi parchi eolici in Italia. Nonostante la crisi, il fatturato è rimasto stabile intorno ai 20 milioni negli ultimi tre anni. «Il momento difficile - ammette Pierni - l'abbiamo sentito anche noi, ma abbiamo puntato sulla riduzione del superfluo,

cercando di fare il più possibile in casa. Nel ciclo di produzioni metalliche, per esempio, abbiamo deciso di allestire una cabina di verniciatura che ci consente di essere efficienti nei tempi di consegna e di creare marginalità». Un altro asso nella manica è stata la collaborazione con Sogin, la società dello Stato incaricata della bonifica dei siti nucleari. «Ci ha consentito - prosegue il titolare - di essere coinvolti nella costruzione di edifici per lo stoccaggio temporaneo di materiale contaminato da attività di manutenzione dei siti nucleari». Così come l'azienda è impegnata nel disinquinamento dell'area di Ravenna. «Abbiamo un grande interesse per l'Italia, ma il mercato non ci consente di coprire tutta la nostra capacità produttiva», conclude Pierni, che pensa già alla prossima tappa: una presenza in Algeria.