

IMPRESE Tra le pmi italiane ce ne sono 488 che negli ultimi cinque anni hanno registrato una crescita dell'ebitda del 32,9% contro il 3,8% della media delle colleghe. Lo calcola l'Osservatorio di Global Strategy

C'è chi cresce del 33%

di Stefania Peveraro

Una crescita del fatturato del 13,4% all'anno e soprattutto una crescita della marginalità operativa del 32,9% all'anno, contro una media delle aziende con fatturato tra 20 e 250 milioni di euro che è stata, rispettivamente, del 2,2% e del 3,8%. C'è un abisso di differenza tra 448 aziende eccellenti d'Italia selezionate dall'ultimo Osservatorio pmi di Global Strategy e le altre pmi parte del campione di 7.100 aziende in quel range di fatturato, individuate su oltre 40 mila imprese italiane manifatturiere e di servizi.

I dati derivano dai bilanci 2014, ma sono stati poi arricchiti e aggiornati con interviste agli imprenditori per avere il polso dell'ultimo anno e soprattutto delle prospettive. Le aziende eccellenti di Global Strategy, sono quelle che negli ultimi cinque anni hanno superato la media del loro specifico settore in oltre 10 parametri economico-finanziari e patrimoniali. In particolare sono aziende che sono cresciute a ritmo sostenuto e contemporaneamente sono state in grado di abbassare il proprio indebitamento. Per mantenere tali tassi di crescita negli anni futuri, gli imprenditori si dicono propensi a operazioni straordinarie. L'84% ritiene le operazioni di acquisizione un'opzione interessante come strategia per il rafforzamento competitivo, tanto che il 51% ha dichiarato di essere intenzionato ad effettuare una nei prossimi tre anni. E come finanziare questa crescita? Il 47% degli intervistati ha dichiarato di essere disposto a valutare progetti di apertura del capitale proprio a questo fine. Di seguito alcune delle aziende eccellenti dell'Osservatorio.

All System. All System ha chiuso il 2015 con ricavi per 145 milioni di euro, un ebitda di quasi 17 milioni e una posizione finanziaria netta inferiore ai 50 milioni. «Si tratta del primo bilancio con i principi contabili internazionali Ias/Ifrs, una scelta propedeutica all'eventuale quotazione in borsa», dice a *MF Milano Finanza* Massimo Donato, amministratore delegato di All System, che è controllata al 59% dalla famiglia Serrani e al 40% dal fondo di Private Equity Partners sgr. «Stiamo trattando per un'acquisizione con l'obiettivo di realizzare il primo gruppo del settore sistemi impianti di sicurezza e servizi di vigilanza italiano», precisa ancora Donato. La crescita prevede anche un'espansione in Polonia, Spagna, Nord Europa, Marocco, Emirati Arabi.

Stone Island. «Produciamo tutto in Italia, ma il nostro mercato è soprattutto all'estero», esordisce Carlo Rivetti, presidente del no-



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

to marchio di casual wear Stone Island, sottolineando che «degli 87 milioni di euro di fatturato del 2015 ben il 75% è fatto fuori Italia». L'azienda è molto attenta a nuovi materiali e a nuove tecnologie da applicare ai prodotti. «In Italia tutti vogliono diventare stilisti, ma nessuno si vuole preoccupare di come tradurre in realtà i sogni. Noi andiamo all'estero, in particolare in Asia, non per produrre a costi più bassi, ma perché è all'estero che troviamo tecnologie e soluzioni da applicare ai nostri prodotti che in Italia non ci sono ed è un vero peccato».

Fratelli Damiano. «Stiamo

trattando con un fondo di private equity che ci possa supportare in un'ulteriore crescita, ma sinceramente non sono convinto. Il denaro che ci può dare un fondo oggi ci costerebbe molto caro rispetto a quello che ci fanno pagare le banche. Quello che ci interessa da un investitore è la capacità di portarci uomini che lavorino in azienda e con i quali ci possiamo confrontare». Parola di Pasquale Damiano, al controllo di Fratelli Damiano, leader mondiale delle mandorle biologiche, con un fatturato 2015 di 45 milioni di euro, di cui circa 40 milioni all'estero. La società è dotata di uno stabilimento produttivo in Sicilia da

11 mila metri quadri, che presto sarà ampliato per arrivare a 18 mila. Per garantire prodotti biologici al 100% Fratelli Damiano ha sviluppato un modello di approvvigionamento diretto: l'azienda possiede infatti tre grandi aree di coltivazione.

Abiogen. «Quello che funziona non si cambia», sostiene Massimo Di Martino, amministratore delegato di Abiogen Pharma, società specializzata nel trattamento del dolore, delle malattie respiratorie, metaboliche e dermatologiche. «Al momento non vedo motivi per aprire il capitale a fondi o per quotarci in borsa.

Stiamo lavorando molto bene così. Produciamo tutto nel nostro unico stabilimento di Pisa e veniamo da sei anni di crescita continua», aggiunge Di Martino. Il 2015 si è chiuso infatti con ricavi consolidati per 135 milioni di euro, in aumento del 13,76% dal 2014, con un ebitda di ben 57,5 milioni, a sua volta in crescita del 24,3% dall'anno prima.

Foscarini. Fondata a Murano (Venezia) nel 1981, Foscarini è un nome noto dell'illuminazione di design e ha chiuso il 2015 con 45 milioni di fatturato, di cui ben l'84% all'estero, e con un ebitda del 17%. «Produciamo tutto in Italia, ma abbiamo aperto nel mondo sette magazzini. L'ultimo è in Giappone, dove sinora avevamo una presenza soltanto attraverso un distributore, ma ci siamo resi conto che per avere risultati importanti a livello internazionale bisogna essere presenti fisicamente in loco e abbiamo aperto quindi un ufficio commerciale», commenta Carlo A. Urbinati-Ricci, presidente e coproprietario di Foscarini insieme a Alessandro Vecchiato.

Lameplast COC. Con un fatturato consolidato di oltre 45 milioni nel 2015, in crescita dai 42,7 milioni del 2014, il gruppo Lameplast poche settimane fa è stato comprato dal fondo di Aksia Group sgr: «La società è un leader di mercato in grado di integrare il business del packaging con le attività di contract manufacturing e altri imballaggi in plastica per i più grandi nomi dell'industria cosmetica e farmaceutica e ha una filiale commerciale negli Usa. (riproduzione riservata)

IL PUNTO di MAURO MASI*

Brevetti, serve una protezione variabile

La notizia di questi giorni è che nell'ambito di quella che sembra essere la (s)vendita dell'ex colosso della Rete Yahoo (travolto dalla concorrenza di Google) sarà posto in asta anche un pacchetto di circa 3.000 brevetti risalenti agli anni 90-2000. L'azienda punta a ricavarne fino a 1 miliardo di dollari, ma non sarà facile perché, mentre alcuni brevetti riguardano le tecnologie di base del business Yahoo (come la ricerca web), altri sono tuttora in fase di valutazione all'ufficio brevetti Usa e altri ancora sono brevetti acquistati solo «per difendersi da altri brevetti» e dalle sempre più numerose cause che vengono avviate da società create ad hoc per andare in giudizio. Questo aspetto evidenzia un tema più generale: la crescente tendenza ad andare in giudizio sui temi più disparati connessi ai vari brevetti. Constatato altresì il costo di tali cause, ci si deve chiedere se i brevetti rappresentino ancora uno stimolo all'innovazione e non ne siano piuttosto un ostacolo. L'idea di base del brevetto è quella di concedere un diritto esclusivo al titolare per un periodo di tempo limitato (di solito 20 anni) e in questo modo proteggere le ragioni del titolare (che spesso ha sostenuto ingenti investimenti) assieme a quelle dell'innovazione, visto che dopo il periodo di esclusiva le invenzioni divengono di pubblico dominio. Questo



sistema sembra essere entrato in crisi proprio nel settore dell'Ict, dal momento che questo è caratterizzato dalla possibilità di ottenere brevetti su progetti diversi solo per dettagli tecnici non sempre di immediata evidenza e vista, come si è detto, la presenza di aziende che acquistano brevetti non tanto per realizzarli ma per utilizzarli per andare in causa contro altre aziende (di solito quelle di maggior successo) sperando di ottenerne un vantaggio economico. Da ciò la nascita di un contenzioso giudiziario sempre crescente. Negli Usa è stata da poco varata una riforma del sistema brevettuale che però non sembra essere in grado di superare tutte le problematiche emerse. Alcuni ambienti accademici hanno avanzato di nuovo una proposta già emersa qualche tempo fa: perché non pensare a una durata della protezione variabile in relazione ai diversi prodotti, ossia più breve per i settori caratterizzati da più veloce innovazione, come quello dei computer, e più lunga per i settori dove l'innovazione è più lenta e dispendiosa, come il farmaceutico. È una idea che va approfondita con molta attenzione, soprattutto perché porterebbe anche il vantaggio di adeguare l'orologio della protezione brevettuale alla tempistica della Rete. (riproduzione riservata)

*delegato italiano alla Proprietà Intellettuale

Quotazioni, altre news e analisi su www.milanofinanza.it/pmi