

# DIECI AZIENDE CHE HANNO BATTUTO LA CRISI

**INDUSTRIA** Dall'abbigliamento all'informatica, passando per il lusso e le energie rinnovabili. Ecco chi è riuscito a evitare la frenata dell'economia. E come ha fatto. Conti alla mano.

Dieci diversi settori dell'economia, dall'abbigliamento alla meccanica. E altrettante aziende – quotate e familiari, dal Nord al Sud – che non hanno risentito della crisi, oppure che dopo avere rallentato all'inizio del 2009 si sono già rimesse in carreggiata. E così, dopo avere chiuso il 2008 con indicatori positivi, sono arrivate alla fine del primo semestre di quest'anno con numeri in ulteriore miglioramento. Ecco i 10 casi selezionati da *Economy*.

## 1 Yamamay

**ABBIGLIAMENTO**  
FATTURATO 2008 **110 mln**  
INCREMENTO I SEM. '09 **+10%**

La varesina Yamamay, specializzata nel retail di intimo, pigiama e moda mare, dopo avere chiuso il 2008 in utile e archiviato il primo semestre 2009 con un +10%, ipotizza di terminare l'anno con una crescita vicina addirittura al 13%. «Buona parte della performance» dice a *Economy* l'amministratore delegato Gianluigi Cimmino «è dovuta alle nuove aperture in franchising. Ma anche a perimetro costante le vendite segnano un aumento del 6-7%». «Quella dell'intimo è una nicchia meno ciclica» spiega Cimmino «ma non saremmo riusciti a espanderci se non avessimo messo in atto tre mosse fondamentali». Quali? «Accorciare la filiera per mantenere un buon rapporto qualità/prezzo, sfornare continuamente nuove collezioni e aumentare gli investimenti in marketing e comunicazione».

## 2 Landi Renzo

**AUTOMOTIVE/ENERGIA VERDE**  
FATTURATO 2008 **216,2 mln**  
I SEM. '09 **+14% (stima)**

Stefano Landi è abituato a soffrire come presidente della Pallacanestro Reg-

giana che milita in serie A2. Ma come amministratore delegato dell'azienda di famiglia può dire di avere conquistato l'A1. La società emiliana, quotata in Borsa nel giugno del 2007, è una tipica multinazionale tascabile a controllo familiare che è riuscita a diventare leader mondiale con una quota del 33% del mercato internazionale nel settore dei componenti e dei sistemi alternativi di alimentazione a Gpl e a metano per autotrazione, il cosiddetto ecomobility. «È una storia unica nel nostro mercato perché, nonostante operi in un settore molto toccato dalla crisi come quello del trasporto e delle auto, continua a incrementare i ricavi» dice Antonella De Bartolomeo, analista di Centrobanca, che stima una crescita del fatturato nel primo semestre del 14% rispetto al 2008 (Landi Renzo presenta i conti del semestre il 27 agosto, quando *Economy* è già in edicola) anche grazie all'impatto positivo degli ecoincentivi europei. La forza dell'azienda è la diversificazione della produzione che l'ha portata ad acquisire diverse partecipazioni in aziende all'estero. Il 68% del fatturato arriva dall'export.

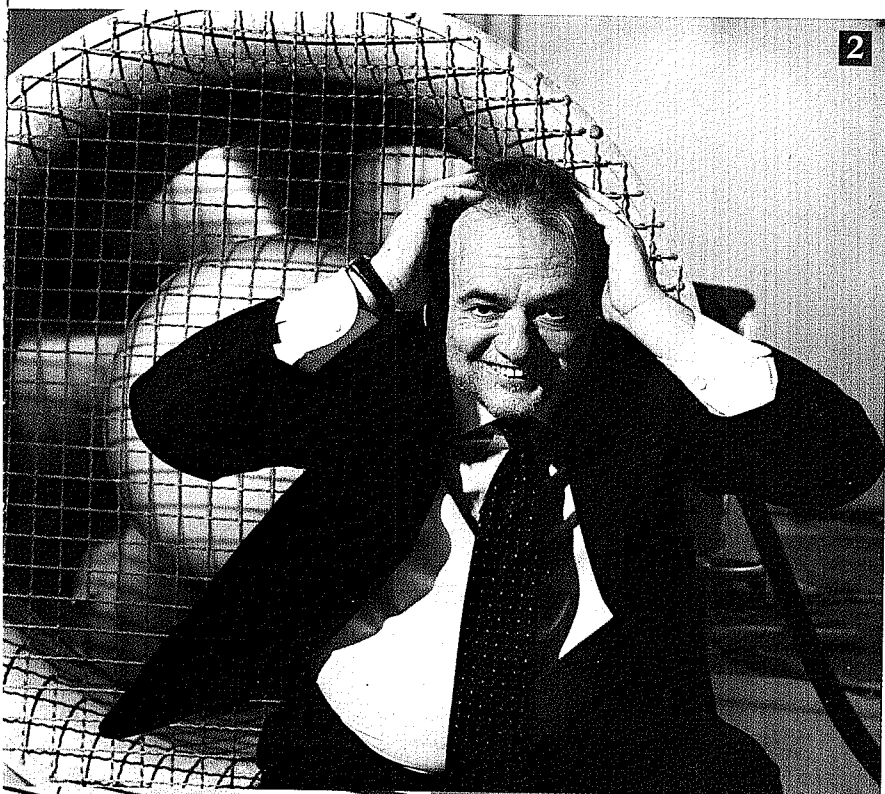
## 3 Maire Tecnimont

**IMPIANTISTICA**  
FATTURATO 2008 **2,46 mld**  
ORDINATIVI I SEM. '09 **5,2 mld**

Possibile parlare di crisi alle spalle per un'azienda che ha chiuso il primo semestre con ebitda e utili netti in calo del 20 e del 21%? Sì, se nel mese e mezzo successivo l'azienda in questione, Maire Tecnimont, riesce a portarsi a casa una commessa di peso come quella per la realizzazione di un nuovo impianto ad Abu Dhabi. Il contratto da 4,7 miliardi di dollari (aggiudicato assieme a una società giapponese) ha quasi fatto raddoppiare il por-



A3/CONTRASTO



GRAZIANERI



- 1 Gianluigi Cimmino, amministratore delegato di Yamamay, assieme a Jennifer Lopez, che è stata testimonial dell'azienda.
- 2 Stefano Landi, amministratore delegato di Landi Renzo.
- 3 Fabrizio Di Amato, a capo di Maire Tecnimont, uno dei leader mondiali nella progettazione di infrastrutture per impianti energetici.
- 4 Diego Della Valle, fondatore e presidente del gruppo marchigiano che controlla i marchi Hogan, Tod's, Fay e Roger Vivier.
- 5 Bob Kunze Concewitz, amministratore delegato di Campari.



IMAGOECONOMICA (2)

tafoglio ordini, portandolo a oltre 5,2 miliardi. «Che gli ordini rallentassero un po' in questa prima fase dell'anno era fisiologico» dice a *Economy* l'amministratore delegato Fabrizio Di Amato. «Ma essere attivi in aree di business anche molto diverse, come l'energia, dove i ricavi sono cresciuti dell'87%, ci consente di essere molto anticiclici». Secondo Di Amato, l'inversione di tendenza è destinata a consolidarsi.

4	<b>Tod's</b>	<b>LUSSO</b>
	FATTURATO 2008 <b>707 mln</b> I SEM.'09 <b>+3,4% (stima)</b>	

Il segreto di Diego Della Valle, fondatore e presidente del gruppo marchigiano delle calzature e dell'abbigliamento con i marchi Hogan, Tod's, Roger Vivier e Fay, è avere investito quando le altre aziende del settore sono rimaste ferme. Per questo secondo l'analisi di Unicredit Market & Investment banking, l'azienda ha stupito tutti approvando dati semestrali preliminari in crescita con ricavi di 359 milioni (i dati definitivi saranno approvati il 26 agosto quando questo numero di *Economy* è già in stampa), mentre le altre aziende del lusso hanno avuto in media una contrazione delle vendite di oltre il 5%. «Come le altre imprese del settore soffre per il calo delle vendite in America e Giappone, ma va molto meglio di tutti nel resto dell'Asia e in Cina» dicono dall'ufficio studi della banca milanese. La forza deriva dall'aver creato una forte rete distributiva investendo nella stagione 2002-2003, subito dopo l'attentato alle Torri gemelle, circa 45 milioni per incrementare il numero dei negozi, contro una media annua di investimento di 20 milioni. E ha fatto lo stesso in quest'ultima crisi: nel 2007-2008 ha investito 41 milioni di euro: sono serviti a migliorare la rete distributiva, che conta su 147 punti vendita a gestione diretta e 76 in franchising, e per il nuovo stabilimento produttivo in Toscana.

5	<b>Campari</b>	<b>BEVERAGE</b>
	FATTURATO 2008 <b>942 mln</b> INCREMENTO I SEM.'09 <b>+2,5%</b>	

Dopo un primo trimestre più debole, caratterizzato dalla riduzione delle scorte dei distributori, il secondo trimestre ha dato segni di ripresa, consentendo al grup- ▶

► po milanese che opera nel settore vini, spirit e soft drink di archiviare una semestrale positiva. Se le vendite sono risultate in progresso del 2,5% grazie alle acquisizioni, anche in termini omogenei c'è stato infatti un miglioramento del margine di contribuzione (+9% in assoluto e +2,2% per la crescita organica) e dell'ebitda prima di oneri e proventi non ricorrenti (+8,7% in valori assoluti e +1,5% per quanto riguarda la crescita organica). «Per il futuro» ha commentato Bob Kunze-Concewitz, chief executive officer, «grazie all'attenuazione del fenomeno di riduzione delle scorte, la performance del business potrà rispecchiare meglio il trend positivo dei consumi dei nostri principali brand». Per quanto riguarda i mercati sui quali opera la multinazionale milanese, nei primi sei mesi dell'anno l'Italia e l'Europa non hanno risentito della crisi, con vendite in aumento. Discorso opposto per gli Stati Uniti e soprattutto per il Brasile, dove il calo della domanda è stato pesante.

## 6 Moncada Energy

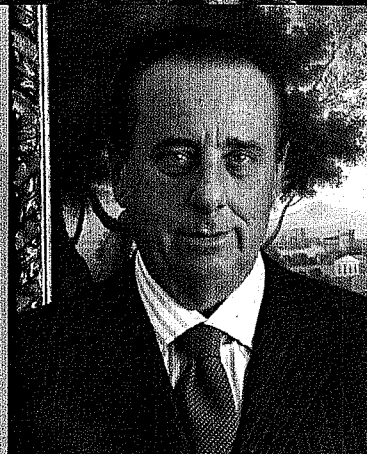
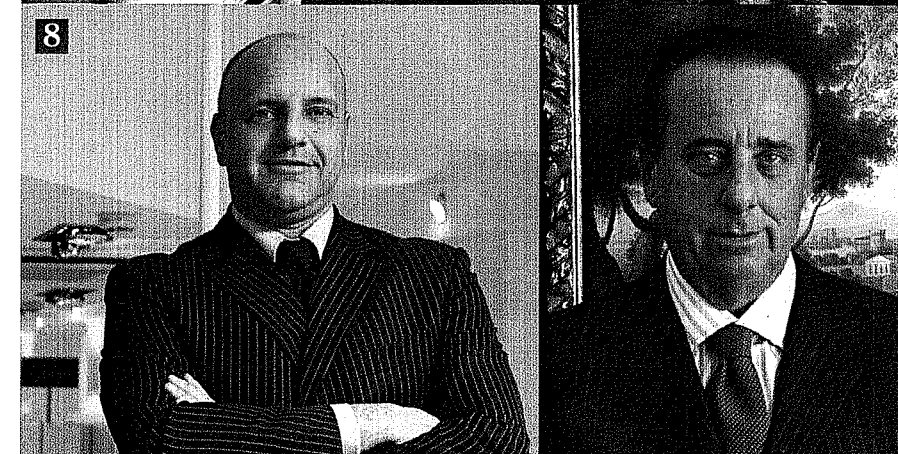
**ENERGIE RINNOVABILI**  
FATTURATO 2008 **70 mln**  
INCREMENTO I SEM. '09 **+45%**

Continua la crescita di Moncada Energy, la società siciliana che opera nelle energie rinnovabili. La progressione è a doppia cifra: il giro d'affari di 70 milioni del 2008 quest'anno dovrebbe arrivare a 100 milioni per raddoppiare l'anno prossimo. Oggi il 100% del fatturato arriva dall'energia eolica, spiega Salvatore Moncada, patron della società, ma nel 2010 la composizione vedrà l'eolico al 40%, le biomasse al 40% e il solare al 20%. «Continuiamo a lavorare per il consolidamento della filiera che abbiamo creato» spiega ancora Moncada a *Economy* «come l'avvio della fabbrica di pannelli a film sottile con la tecnologia di Applied Materials». Effetti molto positivi anche sull'occupazione: i dipendenti, che oggi sono 150, aumentano per la continua costruzione di impianti: saranno 250 a fine anno e oltre 400 alla fine del 2010.

## 7 Recordati

**FARMACEUTICO**  
FATTURATO 2008 **686,6 mln**  
INCREMENTO I SEM. '09 **+8,9%**

Il gruppo farmaceutico milanese avrà il suo banco di prova a gennaio 2010



LUCA PROSERPIO



7



9

**6** Salvatore Moncada, alla guida del gruppo Moncada Energy di Agrigento. Il 100% del suo fatturato deriva dall'energia eolica.

**7** Giovanni Recordati, amministratore delegato dell'omonima azienda farmaceutica.

**8** Fabio Corsini, direttore generale del mobilificio Chateau d'Ax. Con offerta ampia e prezzi bassi, ha battuto il mercato.

**9** Filippo De Cecco, presidente del pastificio abruzzese De Cecco. L'azienda ha annunciato l'intenzione di quotarsi in Piazza Affari.

**10** Cristina Zucchetti, amministratore delegato della società di software della famiglia assieme al fratello Alessandro. Zucchetti dà lavoro a 1.800 persone.

quando scadrà il brevetto del farmaco Zanidip che da solo vale circa il 30% del fatturato. Ma l'azienda guidata da Giovanni Recordati, secondo l'ufficio studi di Banca Finnat Euramerica, si è preparata per tempo e ha già nel cassetto un altro farmaco che potrà sopperire alla scadenza della licenza. Per questo gli analisti non sono preoccupati del futuro della società, che continua a incrementare i ricavi e corre più veloce rispetto alle concorrenti europee, anche quelle più blasonate, e ha chiuso il primo semestre con 379 milioni di ricavi e 57 milioni di utile.

La forza è avere diversificato il business nei principali Paesi europei, restando fuori dall'America dopo un tentativo fallito qualche anno fa. La società ha 2.900 dipendenti e una rete europea di oltre 1.400 informatori scientifici, promuove farmaci innovativi, sia originali che su licenza, appartenenti a diverse aree terapeutiche. Si è specializzata nella ricerca di farmaci innovativi per l'area cardiovascolare e genito-urinaria e nelle malattie rare.

**8** **Chateau d'Ax** **ARREDAMENTO**  
FATTURATO 2008 **246 mln**  
INCREMENTO I SEM. '09 **+7%**

«Se funziona, è vecchio». Fabio Corsini, 43 anni, direttore generale del mobilificio Chateau d'Ax di Lentate sul Seveso, in provincia di Milano, ricorre allo slogan-simbolo della new economy per delineare la propria strategia di innovazione continua. «I nostri salotti hanno una vita media di un anno. Dopo o si procede a una revisione, anche radicale, di forme e colori; o vengono cancellati dal catalogo». E i clienti apprezzano. La società ha archiviato il 2009 con un fatturato di 246 milioni, di cui 160 made in Italy, e nel primo semestre 2009 ha registrato una crescita del 7%. «Ma in Italia il balzo è stato doppio» dice Corsini. Per un duplice motivo: l'offerta è ampia e i prezzi sono allettanti. I negozi, tutti in franchising, sono 240, di cui 143 in Italia. «Ma entro fine ottobre saranno 150» promette Corsini.

**9** **De Cecco** **ALIMENTARI**  
FATTURATO 2008 **330 mln**  
INCREMENTO I SEM. '09 **+1,5%**

Non solo ha salvato i ricavi, ma il pastificio abruzzese è anche riuscito a regi-

strare un lieve incremento dell'1,5%, in linea con quello del mercato di riferimento. Una crescita contenuta, frutto in parte di una scelta strategica dell'azienda, che in questo anno di crisi dei consumi ha deciso di concentrarsi sull'aumento dei volumi (cresciuti del 7%), spingendo molto sulle offerte.

Al raggiungimento dei risultati ha contribuito da una parte la diversificazione dei mercati esteri, che ha compensato le perdite sul mercato Usa con un incremento sulla piazza giapponese e asiatica in generale. E dall'altra, la decisione di aggredire in modo massiccio il segmento salutistico. Obiettivo perseguito con l'accordo di esclusiva firmato con l'americana Kamut international, per la produzione e distribuzione in Italia della pasta realizzata con il suo grano duro. Sempre nel 2009 la società ha investito 18 milioni di euro per il rafforzamento di tre nuove linee produttive nei due stabilimenti e per l'assunzione di 50 nuove risorse.

**10** **Zucchetti** **SOFTWARE**  
FATTURATO 2008 **220 mln**  
INCREMENTO I SEM. '09 **+6%**

È la ricerca il punto di forza del gruppo lodigiano fondato da Nino Zucchetti e oggi guidato dai figli Alessandro e Cristina insieme con il general manager Antonio Grioli. L'azienda dà lavoro a 1.800 persone di cui oltre mille sono ricercatori, tutti in Italia con sedi in piccole città di provincia. «Non ci interessa andare a Bangalore per spendere meno, non è la nostra filosofia, non siamo una software house all'ingrosso» dice Grioli. E dopo aver chiuso il 2008 in crescita, anche nel primo semestre il gruppo, che è formato da 35 società, continua a macinare ricavi con circa 100 milioni di euro riconducibili solo alla capogruppo. E cresce alla velocità del 6% contro una media dell'industria del software del -6%. «C'è chi dice che siano bravi quelli che pensano di fare i prodotti che servono ai clienti» dice Grioli. «Noi non pensiamo, ma facciamo indagini di mercato e poi progettiamo». Per questo l'azienda cinque anni fa ha messo in lavorazione un software di gestione delle risorse umane (Hr Zucchetti) che si è rivelato vincente durante la crisi. E questo approccio ha fatto sì che l'azienda dopo 30 anni di attività abbia 65 mila clienti attivi.