

Macchine utensili

Nuovi massimi per fatturato e margini. Carboniero (Ucimu): «Crescere è necessario, senza però rinunciare al modello virtuoso delle aziende di media dimensione, che vede un ruolo forte e decisivo dell'imprenditore»

Ricerca EY Pienamente superati i valori del 2008
Patrimonio più solido e indebitamento in calo

Robot più forti dopo la crisi Ma l'M&A resta una merce rara

Luca Orlando

Pochi debiti, una buona patrimonializzazione, margini e fatturato ormai ben oltre il periodo pre-crisi. L'analisi realizzata da EY sul settore delle macchine utensili italiane propone un quadro mediamente positivo, non frequente, scandagliando i risultati dei diversi settori manifatturieri italiani. Dove le medie, magari favorevoli, sono comunque l'esito di un'ampia dispersione dei valori. Per i robot tricolore il quadro è invece diverso.

Da un lato, grazie alla consolidata competitività in ambito internazionale, che ha permesso al settore di salvarsi con l'export nel momento in cui il mercato interno crollava. Dall'altro, in tempi più recenti, per effetto della spinta interna del piano Industria 4.0, un mix potente di incentivi fiscali che nell'ultimo biennio ha stimolato gli investimenti portando il settore a nuovi record. Lo studio dei bilanci 2008-2017 effettuato da EY su 166 aziende del settore, analisi che l'11 febbraio sarà presentata agli associati Ucimu-Sistemi per produrre, con la forza dei numeri getta luce esattamente su questo percorso.

L'Eldorado del 2008, con 5,2 miliardi di ricavi, un'Ebitda a ridosso del 9% e 221 milioni di utili netti, è stato infatti ampiamente recuperato, con valori che in modo sistematico, anno dopo anno, presentano un trend favorevole. Dal 2009 in poi il tasso medio annuo di crescita dei ricavi è stato pari al 7,8% mentre l'Ebitda in rapporto ai ricavi è lievitato fino al 9,4% del 2017. Miglioramenti analoghi vi sono in termini patrimoniali, con una posizione finanziaria netta in deciso progresso sia in termini assoluti che in rapporto all'Ebitda, che si posiziona ora su livelli più che tripli. «Si tratta di un'area di eccellenza assoluta - spiega il Med Transaction Advisory Services Industrial Product Leader di EY Gianni Panconi - con aziende brave a identificare prodotti ad alto valore aggiunto in grado di competere con concorrenti esteri molto più strutturati. Realtà

con debiti sotto controllo e una buona patrimonializzazione, che proprio per questo possono cominciare ad impostare nuove strategie per crescere». Le medie rispecchiano una buona omogeneità delle performance, con qualche distinguo dal lato dimensionale. Per le aziende di stazza superiore, oltre i 100 milioni di ricavi, il margine lordo del periodo (crisi inclusa) è il più elevato, anche se il cluster 10-50 milioni si comporta meglio per crescita dei ricavi. La relativa solidità del settore non ha fornito una spinta rilevante al cambiamento strutturale, come testimonia la scarsità delle operazioni di M&A. In 10 anni EY ne registra appena 33, in quasi la metà dei casi peraltro con aziende italiane nel ruolo di "preda". Chi ha lavorato sull'M&A, tuttavia, mediamente ha realizzato performance superiori, sia reddituale che patrimoniale.

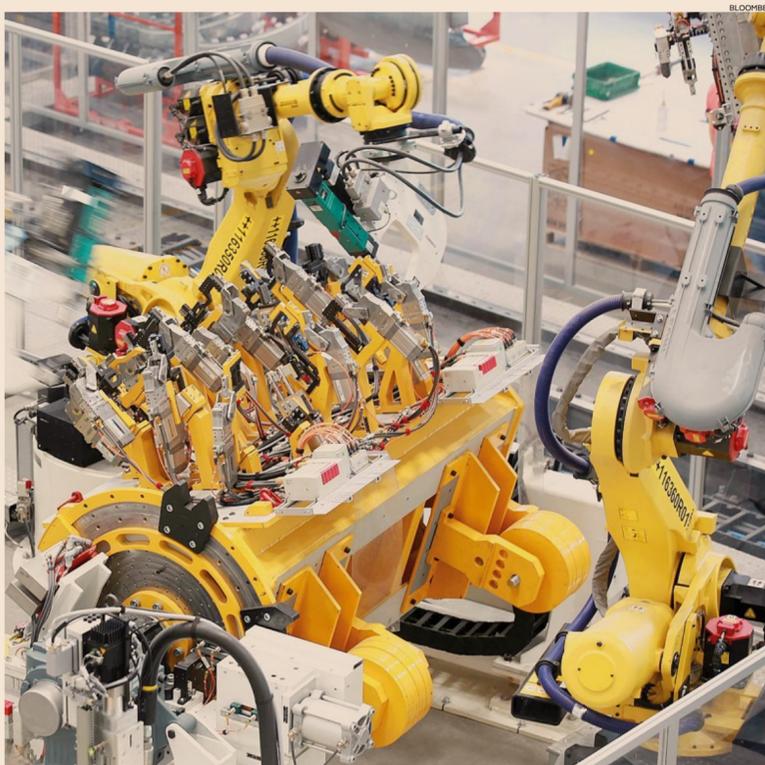
«Guardando i bilanci - aggiunge Panconi - credo siano tutte le condizioni perché le nostre aziende possano interpretare il ruolo di soggetti attivi di un processo di consolidamento, interno o internazionale. Il tema delle governance e del passaggio generazionale deve essere affrontato e anche aprire in parte il capitale a terzi potrebbe essere un modo per trovare alleati nel percorso di crescita esterna. Diversamente, vista la "caccia" al know-how avviata dalla Cina, le nostre aziende rischiano d'essere predate». «Gli ottimi risultati delle nostre aziende medie - spiega il presidente di Ucimu-Sistemi per produrre Massimo Carboniero - testimoniano la validità di un modello che vede un mix di manager ed imprenditori illuminati, determinanti per il successo del settore. È vero, forse esiste una sorta di "comfort zone", oltre il quale non ci si vuole spingere nella crescita. E questi limiti andrebbero superati aprendosi ad accordi, alleanze e acquisizioni. Senza però puntare a dimensioni eccessive diventando "tedeschi" al 100%, perché la nostra forza è nella flessibilità e rapidità decisionale, che solo una presenza forte dell'imprenditore può garantire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

33

LE OPERAZIONI EFFETTUATE

Secondo i dati EY è il numero delle operazioni di M&A che, in 10 anni, hanno coinvolto aziende aderenti a Ucimu. Nella metà dei casi, le aziende italiane sono state «prede»



BLOOMBERG

L'analisi finanziaria

LA CRESCITA

Sviluppo generale dopo la crisi del 2009

■ VENDITE ■ EBITDA ■ REDDITO NETTO ■ EBITDA %
Profit and Loss key financials 2008-2017 (mln €)



L'ANDAMENTO

Il trend mostra un significativo miglioramento nelle strutture finanziarie

■ CAPITALE CIRCOLANTE NETTO ■ PATRIMONIO NETTO ■ POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (PFN) ■ PFN/EBITDA
Balance Sheet key financials 2008-2017 (mln €)



Fonte: EY Analysis

Il caso

Con 26 prede dal 2000 è Marposs il re dello shopping

«**M**i faccia pensare. Oggi in realtà abbiamo comunicato un'altra operazione». Prendere tempo per Giuseppe Scusi è naturale, la lista in effetti è davvero lunga, avviata nel lontano 2000. Con 26 acquisizioni realizzate da Marposs in meno di 20 anni, tra i costruttori di macchine utensili in termini di "campioni" dell'M&A non c'è davvero partita. Ma anche allargando lo sguardo all'intera manifattura italiana la multinazionale di Bologna si troverebbe ai primi posti in termini di "campioni" dell'M&A non c'è davvero partita. Ma anche allargando lo sguardo all'intera manifattura italiana la multinazionale di Bologna si troverebbe ai primi posti in termini di "campioni" dell'M&A non c'è davvero partita. Ma anche allargando lo sguardo all'intera manifattura italiana la multinazionale di Bologna si troverebbe ai primi posti in termini di "campioni" dell'M&A non c'è davvero partita.

Per il gruppo fondato a Bologna nel 1952, divenuto nel tempo leader mondiale nei sistemi di misurazione e controllo di precisione, la proiezione internazionale è del resto strategia consolidata: il primo varo di una filiale estera (Germania) risale al 1962, un anno dopo lo sbarco negli Stati Uniti, nel 1970 in Giappone. Le acquisizioni non servono tuttavia solo a presidiare in modo più efficace i mercati oltreconfine, ma soprattutto ad allargare la gamma di offerta sfruttando ogni possibile sinergia.

«I tempi della ricerca sono lunghi - chiarisce Scusi - e per accelerare la crescita puntiamo a rilevare aziende già consolidate con prodotti vicini al nostro mondo. Non essendo risanatori cerchiamo realtà sane, preferibilmente leader di mercato. A cui mettere a disposizione la nostra rete di vendita e assistenza mondiale in modo da far decollare il business». Strategia perseguita con metodo

Giuseppe Scusi: «Tempi lunghi per fare ricerca, questo è un modo per accelerare la nostra crescita»

nel tempo e che negli ultimi mesi ha addirittura visto una forte accelerazione, con quattro operazioni realizzate dallo scorso maggio, l'ultima comunicata pochi giorni fa. «Abbiamo sempre sul tavolo nuovi dossier - aggiunge Scusi - e in teoria ogni anno cerchiamo di fare qualcosa, mentre in parallelo consolidiamo e integriamo le aziende acquisite. Entro dicembre direi che sono possibili un altro paio di operazioni, staremo a vedere». L'export del gruppo vale il 94% dei ricavi, realizzati nei settori più diversi: dall'automotive all'aerospazio, dalle stesse macchine utensili agli elettrodomestici, dal biomedicale all'elettronica di consumo. Compatti e distanti, che vedono tuttavia come elemento unificante la necessità di misurare al millesimo di millimetro prodotti, componenti e semilavorati.

La crescita per linee esterne, che richiede comunque tempo, risorse dedicate, riorientamento dei percorsi

IN SINTESI

La storia

Fondato nel 1952, il gruppo già 10 anni dopo apre la prima filiale estera. Oggi è presente in modo diretto in 25 paesi. Ha 3500 addetti e oltre 500 milioni di ricavi

Il business

Marposs realizza apparati di misura di precisione e controllo per le industrie di tutto il mondo, da singole componenti ad intere linee chiavi in mano.

M&A

Dal 2000 ha realizzato 26 operazioni, dallo scorso maggio sono già quattro. L'ultima, annunciata lunedì scorso, riguarda l'acquisizione della francese Stil, attiva negli strumenti ottici di misura.

di carriera, è resa possibile anche dalle dimensioni raggiunte dal gruppo, che nel 2018 per la prima volta sfonda la soglia del mezzo miliardo di ricavi, oltre il 7% dell'intero giro d'affari stimato per il comparto delle macchine utensili italiane.

«In effetti non sono molte le aziende del settore a seguire questa strada - aggiunge Scusi - ma credo che questo dipenda anche dagli obiettivi posti nel lungo termine: non per tutto lo sviluppo dimensionale è una priorità assoluta come per noi. Il nostro settore, come si vede dai numeri, sta davvero molto bene e a rappresentarlo al meglio, vincendo gare in tutto il mondo, ci sono fior di aziende. Che tuttavia forse potrebbero fare di più. Il mondo diventa sempre più piccolo, i grandi gruppi vanno ormai dappertutto. Per restare competitivi non c'è che una strada: continuare ad investire».

—L.Or

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La strategia

«Spalle larghe per affrontare le nuove sfide»



MARCO MIGNANI
Med Industrial
Products Leader
di EY

«**P**er l'Italia si tratta di un settore strategico, in grado di sostenere la

competitività di numerosi altri comparti. Ecco perché il fatto che si mantenga su posizioni di eccellenza è nell'interesse di tutti». Per Marco Mignani, Med Industrial Products Leader di EY, sono due in particolare le aree di sviluppo auspicabile per il comparto delle macchine utensili: da un lato un'evoluzione in termini dimensionali, in modo da poter affrontare con spalle più robuste la competizione internazionale; dall'altro il salto di qualità tecnologico, possibile solo se il know-how aziendale progredisce in modo coerente rispetto alle novità introdotte dalla digitalizzazione. «Nei workshop organizzati con le aziende all'interno del percorso EY Manufacturing Lab in partnership con Ibm - spiega - ci siamo resi conto di avere a che fare con realtà molto diverse, sia in termini dimensionali che culturali. Ora siamo in una fase in cui è determinante saper gestire la digitalizzazione della fabbrica, attività che le Pmi affrontano solo se c'è una grande determinazione da parte dell'imprenditore». Le dimensioni, che si accompagnano ad una struttura manageriale più robusta, sono da questo punto di vista un elemento abilitante, così come fattore di accelerazione è l'inserimento in catene di fornitura presidiate a valle da aziende medio-grandi, che in un certo senso "costringono" le realtà a monte ad adeguarsi per poter continuare a rimanere della partita. «A regime potremo avere contributi importanti dai competence center, così come dai digital innovation hub. Ma in questa fase è determinante l'azione diretta dell'impresa, dove il cambiamento richiesto è soprattutto culturale: credo che l'investimento più produttivo in questo momento sia quello nella conoscenza. Avendo ben presente che l'industria 4.0 è la strada maestra per valorizzare la nostra unicità e creatività, rendendo di fatto conveniente anche il lotto "uno" e fornendo così nuovi strumenti alla flessibilità aziendale, una delle armi principali delle Pmi». All'interno del campione di imprese monitorato da EY solo una su 10 ha già avviato in modo deciso un percorso digitale a tutto tondo mentre

altrove il quadro è a macchia di leopardo, con singole iniziative e limitate sperimentazioni che non implicano tuttavia una sterzata strategica complessiva. «Cambiamento tuttavia necessario per mantenere la grande competitività che caratterizza il settore e che si può agevolare con interventi su più variabili. Servono anzitutto dimensioni maggiori, il che porta ad una presenza più robusta di manager, condizione importante per lo sviluppo e il mantenimento di una solida cultura digitale. E poi un'apertura al mondo esterno per innescare processi innovativi. Uno dei nostri prossimi workshop sarà proprio ospitato da un parco scientifico e tecnologico, per rimarcare la vitalità dell'open innovation. Persino i "grandi" non ce la fanno da soli e collaborano con incubatori, start-up e centri di ricerca. Su quest'ultimo aspetto, in particolare, credo che le nostre Pmi siano ancora acerbe e possano decisamente fare di più e meglio».

—L.Or

© RIPRODUZIONE RISERVATA