

La classifica

I campioni nascosti, ecco l'Italia che cresce a ritmi da Silicon Valley

LUCA PIANA, MILANO

Infocamere fotografa per A&F gli 86 gruppi operanti nel Belpaese che negli ultimi 5 anni hanno aumentato di almeno il 20% i ricavi e/o i dipendenti

+ segue dalla prima

Hanno cioè messo a segno ogni anno un progresso di più del 20% in fatturato e/o numero di dipendenti. La classifica è stata elaborata per Affari&Finanza da Infocamere, società delle Camere di Commercio. I criteri utilizzati per selezionare le aziende più performanti d'Italia sono quelli utilizzati dall'Ocse per l'identikit delle imprese che possono fregiarsi del titolo di *scale-up*, ovvero che sono state capaci di fare in un tempo relativamente breve il salto dalla piccola dimensione allo status di impresa di successo. Infocamere aveva realizzato la prima versione della ricerca due anni fa, analizzando i bilanci del triennio 2013-15 (il periodo minimo di osservazione dettato dall'Ocse); ora l'analisi è stata estesa ai due esercizi successivi, il 2016 e il '17. E delle

I numeri

360

MILIONI DI EURO

Il fatturato in Italia di Pandora, gruppo che vende gioielli online ed è il primo nella graduatoria di Infocamere

200

MILIONI DI EURO

Il fatturato di Amazon nel nostro Paese: nel 2012 erano 17

895 imprese che avevano rispettato i criteri di selezione nel triennio originale, ne sono sopravvissute 86.

Se si ordina l'elenco in base al valore dei ricavi a fine periodo, e cioè nel 2017, emergono alcune tendenze. La prima è il successo delle catene commerciali internazionali che hanno saputo identificare un settore particolare. Al vertice della classifica c'è Pandora Italia, filiale del gruppo nato nel 1982 come semplice negozio di gioielleria a Copenaghen. Diventata ormai un gigante mondiale, Pandora ha creato la filiale italiana nel 2011: questa nell'anno zero dei calcoli di Infocamere aveva un fatturato di 31 milioni, che nel 2017 era cresciuto di 11 volte fino a 360. Un'espansione ottenuta grazie a una rete che nel solo 2017 aveva registrato l'apertura di 44 negozi monomarca a gestione diretta in tutta Italia (per un totale di 66), ai quali si aggiungono



Renato Ancorotti
ceo Ancorotti



Emilio Zorzella
presidente di Antares Vision



Nadir Spezzapria
presidente di Fly

quelli in franchising e i corner nei centri commerciali.

Nella classifica per fatturato, anche il secondo posto riflette la trasformazione in atto nell'economia globale, il successo dell'e-commerce. La piazza è occupata infatti da Amazon Italia Logistica, che nel 2017 aveva ricavi per 200 milioni a fronte dei 18 del 2012. Al terzo posto la griffe americana Michael Kors, la cui filiale italiana vantava nel 2017 un fatturato di 187 milioni, rispetto ai soli 4 milioni del 2012. Un bel salto in avanti per un gruppo che, nel 2018, ha annunciato l'acquisto per 1,83 miliardi di euro di Versace.

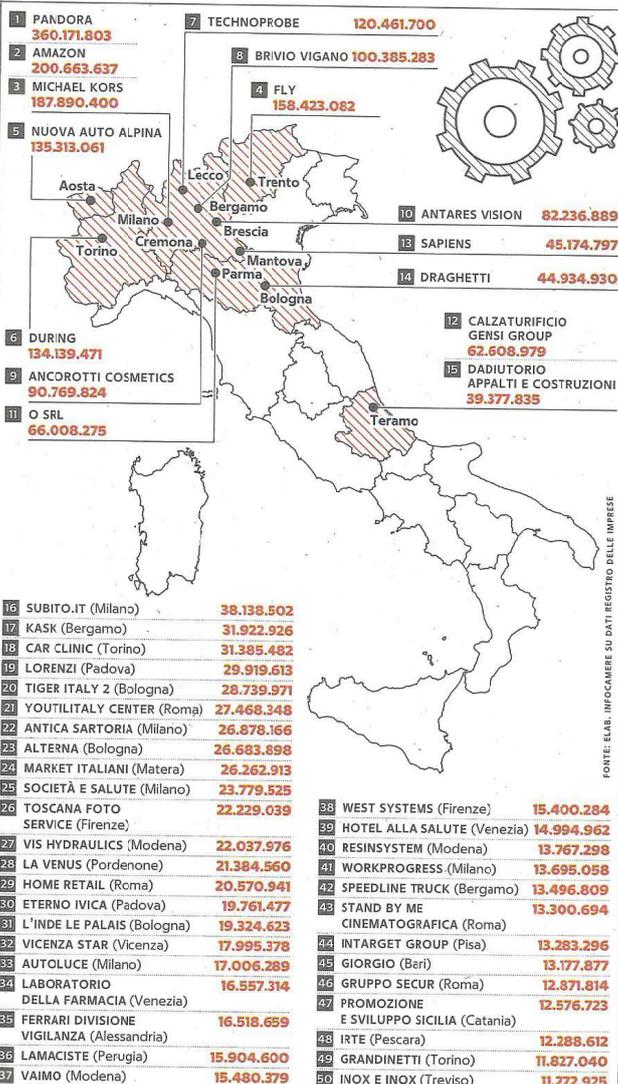
PODIO INTERNAZIONALE

Le ragioni per cui il podio della graduatoria è tutto internazionale sono numerose, e ci rientrano probabilmente le difficoltà che hanno molte start-up italiane a superare le dimensioni bonsai, la scarsità di aziende na-

I numeri

L'ITALIA CHE PRODUCE

LE PRIME AZIENDE PER RAPIDITÀ DI CRESCITA CENSITE DA INFOCAMERE E IL LORO FATTURATO 2017



FONTE: ILMAR - INFOCAMERE SU DATI REGISTRO DELLE IMPRESE



I criteri

LA METODOLOGIA UTILIZZATA PER L'ANALISI

L'analisi da parte di Infocamere sulle aziende "scale-up" ha preso il via nel 2017, quando vennero selezionate tutte le aziende che in ognuno dei tre anni fra il 2013 e il 2015 avevano registrato incrementi almeno del 20% in almeno uno di due fattori, il valore della produzione o il numero dei dipendenti. Selezionando quelle che in partenza avevano almeno 10 addetti, ne venne fuori un gruppo di 895 imprese, che all'epoca rappresentavano lo 0,9% delle imprese italiane con più di 10 addetti. Per l'articolo in queste pagine, Infocamere, società di servizi digitali delle Camere di Commercio, ha effettuato l'analisi "scale-up" relativa al triennio 2015-2017, facendo emergere un nuovo elenco in cui sono entrate questa volta 1.056 aziende, poi ha verificato quali fossero presenti in entrambi i trienni. «Per capire se e come l'innovazione sta modificando il nostro tessuto produttivo è indispensabile osservare questi fenomeni da vicino, indossando lenti appropriate per cogliere i dettagli, distinguendoli dal contesto generale e arrivare ad una sintesi che restituisca un'informazione attendibile e coerente», dice Paolo Ghezzi, direttore generale di Infocamere

L'opinione

«Pesa sulle aziende "nostrane" la difficoltà che hanno le startup a raggiungere una dimensione soddisfacente e anche troppe volte la carenza di ambizioni globali»

tive digitali con ambizioni globali, il fatto che i gruppi più intraprendenti siano attivi in nicchie dove hanno già posizioni di forza, che permettono di crescere sì a livello internazionale, a ritmi però inferiori rispetto a quelli fissati dai criteri dell'Ocse per le aziende "scale-up". Ciò non toglie che nella graduatoria si trovino storie interessanti come la brianzola Technoprobe, che realizza una speciale interfaccia elettronica per testare la funzionalità dei chip: nel 2012 aveva un fatturato di 2,5 milioni, che nel 2017 era salito a 120. Spicca poi la quarta posizione della Fly, una controllata del gruppo vicentino Forgital nata nel 2008 per realizzare una linea di prodotti in leghe leggere destinati all'aerospaziale e all'energia. È stata sviluppata a Grigno, in Valsugana, grazie al sostegno dell'azienda di promozione Trentino Sviluppo, e dal 2012 al 2017 ha visto crescere i ricavi

da 4 a 158 milioni. Ma in posizioni di rilievo non mancano aziende del Centro e del Sud.

UNA STORIA ABRUZZESE

Un caso è il Calzaturificio Gensi Group di Giulianova (Teramo): fondata negli anni 80 da Ernesto Pigliacampo e in seguito affidata al figlio Gennaro, nel 2012 aveva un fatturato di un milione, salito nel 2015 a 18,4 milioni. Il dato è significativo perché nel 2015 nel capitale della società abruzzese è entrata la Chanel, che in precedenza aveva collaborato con Gensi per produrre *sneaker* di lusso. Didier Bonnin Castellarin, direttore generale delle manifatture di scarpe del gruppo parigino, definisce «vincente» la partnership con Gensi, che «con il suo livello di conoscenza tecnica legato al prodotto ci ha accompagnato nella crescita». Alla guida dell'azienda abruzzese è rimasto Pigliacampo e il marchio Gensi è stato con-

I numeri

158,4

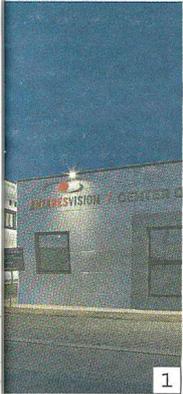
MILIONI DI EURO

I ricavi di Fly, primo gruppo italiano della classifica, quarto assoluto, che realizza leghe per aerei: è nata nel 2008 grazie al contributo di Trentino Sviluppo

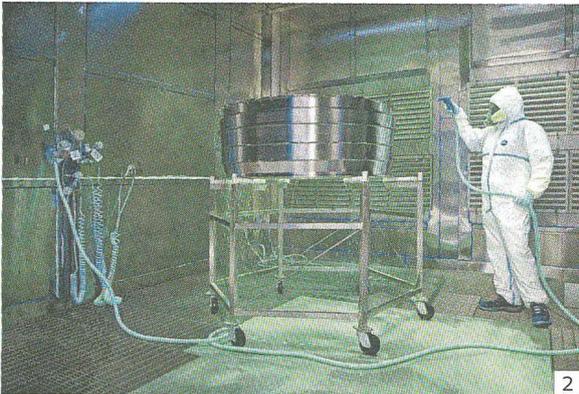
62,6

MILIONI DI EURO

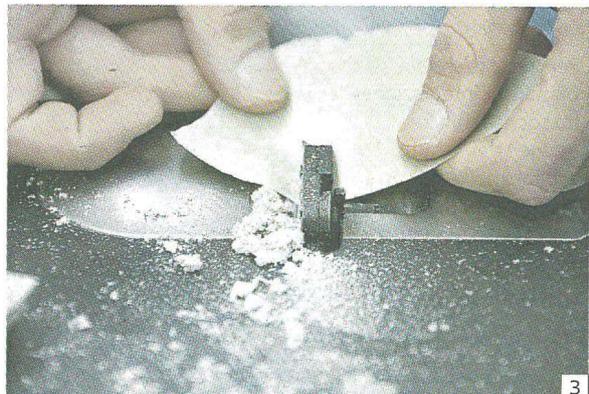
Il fatturato dell'abruzzese Gensi: nel 2012 era a un milione, poi si è impennato in virtù dell'acquisizione da parte della Chanel che ne ha conservato il marchio



1



2



3

servato: «Gensi si è sviluppata sia rispondendo ai desideri della nostra direzione creativa che in modo autonomo seguendo una logica di crescita multicliente grazie alla quale collabora con i brand più prestigiosi», spiega Bonnin Castellarin. Dopo l'ingresso di Chanel, i ricavi sono triplicati, raggiungendo nel 2017 i 62 milioni. Un tratto comune fra le aziende di proprietà italiana che spiccano sia dal punto di vista dell'innovazione che per fatturato, è la disponibilità dei fondatori ad aprire il capitale a soci terzi e la determinazione nel puntare all'estero.

ESPANSIONE INTERNAZIONALE

Un altro dato lo aggiunge Renato Ancorotti, imprenditore della cosmetica. Un anno dopo aver venduto nel 2008 la sua Gamma Croma ha fondato con la figlia Enrica un'altra azienda nello stesso settore. Si chiama Ancorotti Cosmetics e, spiega il presidente, l'espansione è il frutto della decisione di «affrontare l'estero fin dall'inizio. Avere la manifattura in Italia è un gran valore ma se una startup non pensa subito a proporsi sui mercati internazionali rischia di avvitarsi su se stessa». Ancorotti Cosmetics nel 2012 era fotografata a 15 milioni di ricavi, mentre nel 2017 era salita a 90 milioni. Il fondatore dice che il 2018 si chiuderà attorno ai cento milioni, con 370

- 1 L'Antares Vision di Brescia
- 2 Un'immagine della Fly di Trento
- 3 La produzione al calzaturificio Gensi della provincia di Teramo

I numeri

1,83

MILIARDI DI EURO

Il prezzo pagato dall'americana Michael Koors per l'acquisto di Versace nel 2018

90

MILIONI DI EURO

Il fatturato di Ancorotti Cosmetics: solo nel 2012 era sul livello di 15 milioni

dipendenti, e che nel 2019 l'obiettivo è raggiungere i 115 milioni. L'azienda, che sta recuperando il vecchio stabilimento di Crema della Olivetti e realizza all'estero il 90% dei ricavi, produce cosmetici che studia nei propri laboratori e propone ai grandi marchi. Un punto di forza è il mascara, di cui è il principale produttore al mondo. Un altro fattore che, sostiene l'imprenditore, è essenziale perché le aziende riescano a ottenere tassi di sviluppo tanto rapidi è l'apertura sia a manager esterni sia a nuovi soci, che nel caso di Ancorotti è il fondo White Bridge con il 30%.

STORIA D'ATTUALITÀ

Una vicenda che emerge dall'analisi di Infocamere e incrocia le cronache finanziarie di questi giorni è quella di Antares Vision. L'azienda bresciana è il frutto degli esperimenti, prima in laboratorio poi nel business, di due studenti del Politecnico di Milano che si erano specializzati nella visione artificiale, Emilio Zorzella e Massimo Bonardi. Antares nasce nel 2007 quando i due decidono di puntare sulla farmaceutica, progettando e realizzando sistemi di tracciatura che oggi sono installati sulle linee di confezionamento di oltre 200 stabilimenti farmaceutici nel mondo. Zorzella spiega che le apparecchiature di Antares controllano la qualità dei farma-

ci e generano un codice seriale che viene applicato non soltanto sulle confezioni, ma anche sui pallet utilizzati per il loro trasporto. Nel codice sono sintetizzate le informazioni relative alla qualità e all'originalità dei farmaci, e che servono alla filiera produttiva e distributiva per certificare i prodotti. La tracciabilità dei medicinali è stata introdotta dall'Unione europea nel 2001 ma diventerà obbligatoria per gradi, da qui al 2025. Per questo motivo Zorzella dice che il mercato delle loro apparecchiature è previsto crescere a tassi dell'11-12% l'anno fino al 2025. Antares nell'anno zero di Infocamere, il 2012, aveva ricavi per 9,9 milioni, nel 2017 ha raggiunto gli 82 milioni, cifra che, precisa Zorzella, sale a 89 milioni se si considerano le quote con-

solidate delle partecipate estere. La notizia di questi giorni è l'accordo stretto per portare l'azienda in Borsa, grazie all'ingresso nel suo capitale della Spac promossa da Mediobanca, che si chiama Alp.I e investirà in Antares 70 milioni.

RIACQUISTO DELLE QUOTE

Una parte dei fondi, se arriverà il via libera dei soci di Alp.I convocati per febbraio, servirà per ricomprare le quote di alcuni azionisti di minoranza, mentre 50 milioni andranno in aumento di capitale. Spiega Zorzella: «Stiamo pensando allo sviluppo dei prossimi 5-10 anni: la trasparenza su tutte le fasi del ciclo di vita dei prodotti sarà un fattore cruciale in altri settori come le bevande e l'alimentare. Dovremo essere competitivi rispetto ai grandi gruppi che, non essendosi focalizzati sulla tecnologia come abbiamo fatto noi, cercano di entrare nel mercato facendo acquisizioni». Ma voi avete avuto offerte per vendere tutto? «Più volte», ammette il presidente di Antares, «ma abbiamo l'ambizione di continuare a sviluppare un progetto industriale indipendente, mentre tutti i nostri competitor che sono stati acquisiti hanno perso energia, permettendo a noi di guadagnare quote di mercato». Così si diventa grandi.

L'opinione

La vicenda della Gensi è esemplare di una corretta acquisizione da parte di uno straniero: la Chanel ha lasciato carta bianca ai manager e così il fatturato è salito da 1 a 62 milioni in sei anni

© RIPRODUZIONE RISERVATA