

# RIPRESA UNA SCARICA DI ENERGIA

Il 45% delle società elettriche aderenti all'Anie segnala una crescita del fatturato totale rispetto al 2016. E altrettante vedono crescere l'export

di **Isidoro Trovato**

**S**corre energia positiva tra piccole e medie imprese del settore elettrico: dopo una prima metà dell'anno in cui sono emersi alcuni segnali positivi, nel secondo semestre del 2017 si sono rafforzate per le piccole e medie imprese di Anie le indicazioni di ripresa. Il 45% delle «pmi elettriche» segnala una crescita del fatturato totale rispetto al 2016.

## Gli indicatori

Grazie al miglioramento dello scenario internazionale, si consolidano le indicazioni positive sui mercati esteri: nel secondo semestre del 2017 il 46% delle piccole e medie imprese di Anie segnala un aumento del fatturato estero rispetto allo stesso periodo del 2016. Il canale estero torna a evidenziare un ruolo trainante anche per le imprese di piccola dimensione. «C'è un clima di ritrovata fiducia — conferma Giuliano Busetto, presidente di Anie —, gli indicatori sono tutti positivi: la crescita del fatturato, le esportazioni e l'occupazione. Però ci attendiamo una evoluzione anche da questo punto di vista. Gli imprenditori italiani spesso sono abituati a ragionare alla rovescia: prima cresco poi mi organizzo. Stavolta invece bisogna farsi trovare preparati per cavalcare la ripresa e far sì che diventi strutturale».

Eppure, guardando i dati dell'occupazione, si evidenziano solo segnali di tenuta. Nel secondo semestre del 2017 il 90% delle piccole e medie imprese interpellate da Anie segnala di non aver ridotto i livelli occupazionali nella loro globalità rispetto all'anno precedente. Prevale indicazioni di stabilità sia per la componente dell'occupazione relativa ad operai e

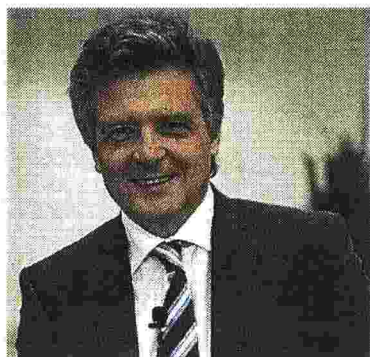
tecnici (i cosiddetti «blue collar»), sia per quella relativa agli impiegati «colletti bianchi».

## I piani

L'innovazione si conferma senza dubbio centrale per le strategie di sviluppo delle imprese Anie, trasversalmente alla dimensione d'impresa. Il 76% delle pmi di Anie segnala di aver realizzato o prevede di realizzare nel 2017 attività di innovazione e di queste il 60% indica investimenti in innovazione in crescita rispetto al 2016. «Le imprese del nostro comparto — continua Busetto — prevedono di aumentare gli investimenti in innovazione, però abbiamo bisogno che cresca la cultura digitale tra i nostri clienti. Soprattutto nel manifatturiero ci attendiamo un salto di qualità: gli imprenditori devono capire su quale parte del digitale investire, quella che può trainare la crescita e l'aumento dimensionale. Noi siamo pronti a sostenere questa evoluzione».

Intanto, però, il piano industria 4.0 rappresenta un importante motore di innovazione per l'industria italiana. Secondo le pmi di

Anie, fra i principali ambiti aziendali in cui Industria 4.0 potrà apportare benefici alla propria impresa si segnalano il miglioramento del processo produttivo, logistica ed efficienza organizzativa, marketing e vendite e la creazione di servizi innovativi. «Però serviranno profili professionali adeguati — avverte il presidente di Anie —. Le applicazioni del digitale sono tante e servono competenze specifiche diverse, ci attendiamo percorsi universitari adeguati a sostenere la rivoluzione tecnologica in atto in questo Paese».



## Elettrici

Giuliano Busetto, presidente di Anie Confindustria

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Turismo**

Marco Galletti, ceo e cfo di Human Company (ex Ecv group)

**Arredo e design**

Luigi Fammiano, amministratore delegato di Riflessi, azienda di Ortona (Chieti)

## Il campeggio sostenibile vale un business

**S**i può lavorare nel turismo di qualità gestendo camping e ostelli? Sì e con ottimi risultati, almeno stando ai numeri fatti registrare quest'anno da Ecv Group da poco diventata Human Company.

«La scelta è nata dalla necessità di valorizzare un concetto per noi importante — sostiene Marco Galletti, ceo & cfo della società —, quello di soggiorno sostenibile informale, aperto a tutti». Il brand, 9 villaggi e un hotel charme in Italia oltre a tre ostelli categoria Luxury a Berlino, Praga e Firenze, è parte della C.V. Family Holding, società che fa capo ai Cardini-Vannucchi, famiglia toscana originariamente attiva nel settore tessile a Prato. La virata verso il mondo del turismo arriva nel 1982, quando l'allora ECV acquisisce il camping Il Girasole a Figline Valdarno, in provincia di Firenze. Seguono acquisizioni e investimenti che li rendono, in breve, uno dei più forti player del settore con la particolarità di essere i diretti proprietari delle strutture.

«Dopo 35 anni di attività, possiamo dire d'essere i leader in Italia nel segmento del turismo open air con un'offerta completa non solo ricettiva ma anche di ristorazione di qualità», spiega il manager. I bilanci mostrano la salute della società. «Nel 2016 il fatturato consolidato è stato di 98 milioni di euro con un Ebitda di 29,21 milioni. Nel 2017 si prevede una crescita a 110 milioni, con un aumento del 15,30% rispetto al 2016». Per Human Company sono previsti investimenti e miglioramenti. «In Italia apriremo dei nuovi villaggi, due al Nord e, per la prima volta, uno al Sud. Entro il 2019, invece, amplieremo il nostro ostello a Berlino. È cresciuto, poi, al 22%, sul totale del gruppo, il peso di Mercato Centrale di Firenze, format nato nel 2014 e votato alla cultura del cibo che valorizza le eccellenze enogastronomiche italiane», conclude Galletti.

**Fabio Schiavo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La sedia inimitabile nasce in Abruzzo e si vende a Dubai

«**L**a crisi è una scusa. Basta investire sui contenuti e nel posto giusto per avere dei risultati». La pensa così Luigi Fammiano, amministratore delegato di Riflessi, azienda di Ortona (Chieti) attiva nell'arredo e nel design dal 1990, che è cresciuta del 25% negli ultimi tre anni, fatturando 12 milioni di euro 2016, con il 75% del giro d'affari in Italia.

«Per un'azienda giovane come la nostra — osserva Fammiano — la differenza sostanziale la fanno i contenuti e la capacità di innovazione del brand. Per questo investiamo circa il 12-15% del fatturato in ricerca e sviluppo ogni anno». Un impegno non solo economico, ma anche di tempo, energia e risorse umane, che ha permesso al marchio abruzzese di imporsi in alcuni segmenti. *In primis*, quello delle sedie: passate da 500 pezzi nel 2014 ai 16mila del 2017. «Abbiamo creduto in questo prodotto — spiega l'amministratore delegato — investendo in modo particolare negli stampi che permettono alle nostre sedie di essere molto difficili da imitare: chi vuole copiarci deve spendere almeno 65mila euro a stampo per garantire le stesse caratteristiche, dai materiali alla comodità di seduta, dei nostri prodotti».

Un'attenzione al risultato finale che attraversa anche il concetto di sostenibilità, indispensabile per restare competitivi. «Negli anni ci siamo impegnati nella sostituzione degli agglomerati con il sughero alle idropitture o per diffondere materiali riciclabili come il vetro e l'alluminio», aggiunge Fammiano.

A trainare gli affari di Riflessi, anche la capacità di essere nelle città giuste, da Milano a Dubai, passando per Londra, Roma, Napoli, Reggio Calabria. «Tra le nostre strategie c'è anche la presenza agli eventi e alle fiere internazionali, da sempre un'ottima vetrina per le aziende italiane», conclude Fammiano.

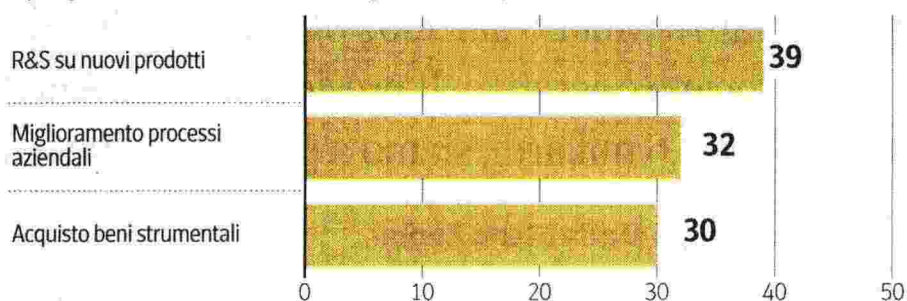
**Carlotta Clerici**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**INVESTIMENTI IN INNOVAZIONE**

Tipologia di investimenti in innovazione già effettuati o previsti entro fine anno dalle PMI di ANIE nel 2017.



Fonte: Osservatorio sul mercato delle tecnologie ANIE

centimetri

**Più vacanze «alternative»**

Cresce il «turismo esperienziale». A confermarlo, il successo di trekking, hiking, camminata e cicloturismo che, secondo il Touring club, non solo sono praticati ormai da oltre il 50% degli italiani, ma rendono ancora più appetibile il nostro Paese per i visitatori stranieri. E ovviamente ci sono anche gli impianti sportivi. A testimoniarlo, anche l'assegnazione dell'edizione 2022 della prestigiosa Ryder Cup di golf a Roma.

**Meno ricavi per le telecom**

Sono scesi del 16% i ricavi del settore delle telecomunicazioni dal 2012 al 2016, con una discesa particolarmente significativa (-15,2%) nel triennio 2012-2014. Un calo che, secondo l'Agcom, riguarda anche i servizi postali e di corriere espresso. Tra i più colpiti dall'evoluzione tecnologica, gli invii postali che, dal 2012 al 2016, sono passati da 3,5 miliardi a 1,7 miliardi di unità.

**2,3****miliardi per la sicurezza**

È questo il valore del mercato della sicurezza in Italia nel 2016 (+5,1%). A trainare la crescita, la diffusione capillare delle tecnologie più sofisticate dedicate alla sorveglianza.