



Valentina Aureli
Aetna Group

Licia Mattioli
Mattioli

I nuovi nomi
CHI FA CRESCERE IL PAESE

Con le eccellenze in Piazza Affari
Le storie, le strategie,
le scelte che le hanno rese leader

di GAMBARINI, POLATO 2, 4

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



125230

I PROTAGONISTI

Federico Visentin è presidente di Federmeccanica. È lì dentro, tra i suoi associati, che corrono le radici e insieme, ancora oggi, l'asse portante dell'industria italiana. Anche per questo è il settore che è cambiato di più, probabilmente: sparita, da decenni, la vecchia meccanica da tute blu, in fabbrica gli operai oggi lavorano secondo le regole della mecatronica. E non c'è storia: i nostri imprenditori saranno anche medio-piccoli ma, che producano complesse macchine utensili oppure semplici viti e bulloni (non da banale ferramenta, però: siamo nell'altissima specializzazione, per l'aeronautica piuttosto che per gli oleodotti sottomarini), sono gli ordini inviati dal top della manifattura mondiale ai più sperduti angoli delle province d'Italia a dire che i migliori sono loro. E infatti è tra loro che c'è il più alto numero di Champions: un'azienda su cinque, tra le mille migliori piccole e medie imprese per tassi di crescita, redditività e solidità finanziaria (tutto sul lungo termine) selezionate dall'ormai tradizionale ricerca L'Economia-ItalyPost, appartiene a questo settore. Settore che ha i volti, per dire, di Valentina Aureli, del fratello Enrico, del padre Alfredo: guidano Aetna Group, eccellenza globale nella produzione di macchinari per il packaging, fatturato triplicato in sei anni (fino ai 405 milioni del 2022, ultimo esercizio disponibile alla chiusura del nostro report), alta redditività, strada buona per allungare fino al Riminese la Packaging Valley creata attorno a Bologna, in pochi decenni, da Isabella Scagnoli con Coesia e Alberto Vacchi con Ima. Come gli Aureli, e solo per fare un altro esempio, un viso al meglio della mecatronica in forte ascesa lo dà Mario Sangalli, amministratore unico della Aurelio Sangalli Holding, che poi significa Molificio Sant'Ambrogio Group e no, non produce semplicemente molle, non più: oggi è un gruppo da 342 milioni di ricavi, sede e cuore produttivo a Cisano Bergamasco, altre otto aziende sparse tra Europa e Usa, leadership riconosciuta nella componentistica plastica-metallo di ultra precisione.

E poi c'è il suo, di volto. Quello del già citato Visentin. Questo articolo è partito da lui non solo per il suo ruolo di leader in Federmeccanica, perché — ed è un fatto abbastanza raro tra i vertici delle associazioni di rappresentanza — anche lui guida un'azienda Champion. La Mevis, il gruppo che fa capo alla sua famiglia, negli ultimi sei anni ha moltiplicato più che raddoppiato il fatturato (dagli 80 milioni del 2016 ai quasi 200 del 2022), mantenendo una redditività industriale media vicina al 12%. E arriviamo al punto centrale, la ragione per cui il percorso di Mevis è in qualche modo particolarmente emblematico del modo di pensare da Champions. L'azienda visentina non lavora in un settore della meccanica ad alta crescita. Lavora (anche) nella molto

Ci sono eccellenze della mecatronica come Mevis e Aetna Group, alle prese con la rivoluzione green. Icone del design, come Molteni. I signori di farmaceutica, alimentare, moda. I Champions, cioè le migliori aziende italiane fino a 500 milioni di ricavi, sono la foto del Paese pronto alle sfide del futuro. La ricetta? In due parole: investimenti e visione

di RAFFAELLA POLATO



Mevis Federico Visentin, ceo e presidente dell'azienda veneta a controllo familiare. In sei anni è passata da 80 milioni di ricavi nel 2016 ai quasi 200 del 2022



Aetna Group Valentina Aureli con il fratello Enrico e il padre Alfredo guidano l'eccellenza dei macchinari per il packaging: fatturato triplicato in sei anni



Basic Net Da sinistra, Alessandro Boglione con il padre Marco. Sono Alessandro e il fratello Lorenzo a guidare, oggi, la crescita del gruppo fondato da Boglione senior



Molteni Giulia Molteni, azionista della società di famiglia, ceo e presidente è il padre Carlo. Il gruppo di arredo e design industriale di alta gamma fattura 465 milioni

più problematica componentistica per l'automotive. E un altro ambito produttivo in cui non ci sarebbe storia, in teoria, nel senso che l'universo auto continua a rappresentare uno dei maggiori comparti della meccanica italiana e, soprattutto, uno dei suoi fiori all'occhiello (esempio classico: Brembo). Però è pure il settore in cui il Duemila è iniziato e prosegue all'insegna di crisi e disruption sempre più ravvicinate.

Le regole del gioco

Quella in corso si chiama transizione energetica. E non è uguale per tutti. Sono i big dell'auto i primi a lamentarsi ad alta voce dei costi (in realtà investimenti) del passaggio all'elettrico, ibrido o meno. Dopodiché però — fateci caso — continuano a chiudere bilanci con utili mai visti. Ci riescono perché i loro top manager sono evidentemente molto bravi (del resto: spesso guadagnano più di quanto fatturino i nostri Champions più piccoli). Ma lo sono, bravi, anche nello scaricare i costi su una filiera di fornitori e subfornitori fatta in buona parte, in Italia, di piccole e medie aziende che già hanno il problema di trovare risorse da investire nella riconversione.

Per carità, fa parte delle regole del gioco. Il moralismo qui non c'entra nulla. E tuttavia ci sono domande che, prima o poi, il sistema-Paese (se ci fosse) dovrà porsi. Dai motori a scoppio a tutte le piccolissime componenti necessarie a produrli, dai serbatoi per la benzina o il diesel, alle frizioni, al cambio: fino a quando serviranno? E poi? Chi oggi fa quello di mestiere?

Il modello Champions qualcosa dovrebbe insegnarla. Non tutti i Campioni che hanno a che fare con l'automotive, e sono tanti, hanno il loro core business in prodotti che la transizione elettrica cancellerà. Ma chi ce l'ha, o semplicemente produce «anche» componenti legati al motore a scoppio (la stessa Mevis, per dire, ha in portafoglio «fasce reggi serbatoio»), il processo di diversificazione lo ha avviato da tempo. Ha potuto farlo grazie a due fattori: visione e mezzi. La prima la diamo per scontata, nel bagaglio di un imprenditore che sia effettivamente tale. Trovare i secondi, cioè i finanziamenti, in un Paese come l'Italia e per aziende troppo piccole per avere reale forza contrattuale (con le banche o con gli stessi clienti) è invece spesso un grosso problema. Altrettanto spesso però è, anche, questione di approccio «al mestiere».

Sette edizioni del report L'Economia-ItalyPost confermano che un'azienda diventa Champion, di qualunque attività si occupi, se prima di ogni altra cosa investe su se stessa, è in grado di anticipare il cambiamento e cavalcarlo, è capace di trasformare anche le crisi in opportunità.

Non è da tutti?

Ovvio. Ma, di nuovo: queste sono le regole del gioco. E, se siamo il Paese dell'imprenditoria diffusa, forse è perché le aziende in grado di vincere sono più di quante immaginiamo. In ogni campo. Comuni sono le sfide, in fondo, purse magari declinate in modo diverso, e comune è la parola chiave con cui i Campioni le affrontano. Non è retorica parlare di «visione» (certo non la retorica del «piccolo è bello»: non lo è, sebbene abbia i suoi vantaggi sul fronte della flessibilità e rapidità di reazione). Lo dimostrano, con i numeri, le nostre analisi sui bilanci 2017-2022. Raccontano di una crescita ogni anno a doppia cifra, che né Covid né guerre hanno intaccato più di tanto e ha portato a un raddoppio del fatturato complessivo oltre quota 103 miliardi; di utili industriali mediamente sopra il 18% e di un rendimento del capitale vicino al 15%; di debiti a zero e, anzi, di un attivo di cassa di quasi otto miliardi; di spalle robuste garantite da 71 miliardi di patrimonio. Last but not least: con 300 mila dipendenti, i Champions sono il più grande datore di lavoro privato italiano.

Ora. È vero che questo è un aggregato di realtà spesso diversissimo. È vero che molte non sono neppure lontanamente confrontabili. È vero però anche che il contributo di ogni singola azienda al cluster delle Top Mille è pesante. E che quel cluster è a sua volta, oltre che uno dei fattori dello sviluppo passato e presente, una sorta di incubatrice dei (possibili) futuri elementi di successo dell'Italia Spa. È già così, nei fatti. La formula della crescita non è l'unica cosa che hanno in comune gli yacht di lusso e la farmaceutica, per esempio, o gli alimentari e la moda, oppure ancora la stessa meccatronica e i mobili di design. Sono quello che, tutto insieme, «fa» il made in Italy.

Alcuni nomi sono noti: Marco Boglione e figli Lorenzo e Alessandro con la loro Basic Net, la famiglia che ha trasformato il Molteni Group da piccola azienda brianzola a punto di riferimento globale dell'arredamento d'alta gamma, il Giovanni Costantino che ha fondato The Italian Sea Group, i tanti signori del vino o della pasta, i Monge dell'omonimo gruppo produttore di alimenti per gli animali. Altri nomi così conosciuti non sono, magari semplicemente perché non producono beni di consumo, ma hanno a loro volta ritmi di crescita per cui è il caso di tenerli nel radar. Dopotutto sono già la locomotiva dell'economia italiana, insieme ai nostri pochi grandi gruppi. E anzi, a proposito: potrebbero essere loro le Brembo o le Ima degli Anni Venti. I tanti che anche in Piazza Affari, ancora all'inizio del Duemila, si chiedevano chi mai fossero **Alberto Bombas**, **sei** e Alberto Vacchi sanno che errore sia stato non averli visti arrivare. E che colpa, per il Sistema Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA TRANSIZIONE? NON FA PAURA ORA REINVENTANO IL MADE IN ITALY