

Imprese e congiuntura. I piani di tre realtà a carattere familiare per resistere

Investitori ai tempi della crisi

Si punta su controllo costi, selezione clienti e nuovi manager

BARI

Michele Sarra

Tra gli imprenditori pugliesi la sensazione è diffusa: l'uscita dalla crisi è ancora lontana e il 2010 preoccupa più del 2009. «Il Sole-24 Ore Sud» ha preso in esame tre aziende familiari di settori diversi ma simili per fatturato, in fase di sviluppo e con quote significative nei loro mercati di riferimento. Scoprendo che, pur tra le preoccupazioni, ci sono piani per reagire alla crisi, puntando su controllo costi, selezione clienti, razionalizzazione produttiva e ingresso di nuove figure manageriali.

La Gts (logistica) ha ottenuto la licenza ferroviaria (un punto di forza), acquistato tre locomotive (12 milioni d'investimento del 2009) e inserito un direttore generale esterno alla famiglia. Nei primi mesi del 2010 il fatturato sale del 15% nonostante la crisi dei mercati clienti. L'obiettivo entro tre anni è rafforzare l'attività sino a diventare il terzo operatore italiano e raggiungere un fatturato consolidato di gruppo di 80 milioni. «Grazie agli investimenti, intendiamo crescere nel promettente mercato del trasporto merci

su rotaia, che in Italia pesa solo il 5% del totale ed è più sicuro e rispettoso dell'ambiente», dice Alessio Mucciaccia, ceo della società e figlio del fondatore. Uno sviluppo cui contribuirà l'arrivo di Giuseppe Desantis (ex-vicepresidente Natuzzi) come direttore generale, che per la crescita non esclude di aprire il capitale ad investitori istituzionali, «se necessario».

La Carton Pack (imballaggi alimentari) punta a nuovi segmenti di mercato e investe nell'automazione del processo produttivo e nel risparmio energetico. Per il 2010, prevede di crescere ancora dopo gli ultimi bilanci positivi, ma le condizioni di mercato sono diverse. Dice l'amministratore delegato, Gianni Leone: «Sulla base dei dati dei primi sei mesi ci aspettiamo un aumento dei ricavi, ma da inizio anno il costo delle materie prime (polimeri) è salito dal 20% al 60% secondo le tipologie e si sono allungati tempi di pagamento da parte dei clienti a causa della crisi generale. Assorbiamo l'incremento di circolante grazie alla nostra solidità finanziaria». Nel 2010 si cercano una maggiore penetrazione in altri segmenti (co-

me i materiali plastici biodegradabili e il cartone) e l'allargamento dei mercati geografici di riferimento. Investiti circa 20 milioni negli ultimi tre anni e c'è in programma di investire sette nei prossimi, «per raggiungere livelli di ingegnerizzazione e automazione del processo produttivo che consentono economie di costo» continua Leone. In quest'ottica, è stato installato un impianto fotovoltaico da 725 kilowatt sul tetto dello stabilimento, che farà risparmiare il 20-25% del costo energetico annuo. Anche sul fronte organizzativo ci si sta attrezzando per l'ingresso di nuove figure manageriali con cui affinare la gestione interna ed il controllo delle voci che incidono sul circolante come il magazzino.

Quanto al pastificio Riscossa, la crisi dell'economia spinge i consumi di pasta (che è un bene primario), anche se i costi operativi e delle materie prime aumentano. Si punta al controllo dei costi, ad un rapporto prezzo-qualità sempre più conveniente, a maggiori quote di mercato in Italia e all'estero. «Siamo soddisfatti del risultato dello scorso anno anche se le imposte nel no-

stro settore incidono notevolmente», dice il presidente, Leonardo Mastromauro. Nei primi mesi del 2010 le vendite continuano a crescere, ma sale il costo dei trasporti, imballaggi e utenze, oltre al costo del lavoro (due rinnovi contrattuali nel 2009): «Il consumatore apprezza la pasta ancor più nei periodi di crisi ma, per competere con successo, bisogna controllare i costi operativi anche alla luce dell'aumento del grano duro». Tra le azioni messe in campo, l'azienda ha razionalizzato la spesa pubblicitaria a fronte di un aumento della presenza nelle fiere internazionali e ha selezionato il portafoglio clienti anche in base alla loro affidabilità. «Bisogna essere attenti a salvaguardare le condizioni di equilibrio finanziario». Nei prossimi anni sono previsti investimenti per circa 6 milioni per migliorare l'automazione degli impianti. «In un mercato concorrenziale come il nostro è necessario che il consumatore si accorga di avere qualità alta ad un prezzo conveniente e questo implica una elevata efficienza produttiva», conclude Mastromauro.

GTS



La Gts è stata fondata nel 1977 a Bari da Nicola Mucciaccia (nella foto, il figlio Alessio, attuale ceo). Ha chiuso il 2009 con un fatturato di 43 milioni (-6% sul 2008), dopo cinque anni di crescita a doppia cifra. Ha sedi a Bari, Piacenza, Bologna e Milano. È presente anche in Regno Unito, Belgio, Francia, Olanda, Nord Germania, Grecia e Turchia.

CARTON PACK



La Carton Pack di Rutigliano (Bari) produce imballaggi per il settore alimentare (75% del fatturato destinato all'ortofrutta). L'ad è Gianni Leone (foto). I conti del 2009 sono positivi: il fatturato di 38 milioni di euro è in linea con il 2008 e l'utile in crescita, favorito dal basso costo della principale materia prima (polimeri).

PASTA RISCOSSA



Il pastificio Riscossa ha sede a Corato (Bari) ed è un'azienda familiare arrivata alla quarta generazione, con presidente Leonardo Mastromauro (foto). Il 2009 si è chiuso con un fatturato di 32 milioni, +9% sul 2008. Per il 2010 peserà il prezzo del grano duro, arrivato a luglio a circa 170 euro/tonnellata (sul mercato di Foggia)