

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI

a cura della Redazione

Computer Discount spegne l'insegna


Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/092012/PL-0912-004.pdf (Informatica ed elettronica di consumo)

Il definitivo tramonto di un leader dà sempre un senso di malinconia e, in questo caso, fa sentire vecchi quelli che hanno almeno 40 anni e che probabilmente nei negozi di Cdc di Fornacette (Pisa), meglio noti come **Computer Discount**, hanno acquistato il loro primo hardware. Schiacciato in un angolo dalle grandi su-

perfici, va in pensione il re dell'informatica di massa.

Dopo una lunga agonia Cdc, quotata all'Mta di Borsa Italiana, l'8 aprile ha depositato davanti al Tribunale di Pisa il ricorso per essere ammessa al concordato preventivo. Il Piano Concordatario prevede che attivo e passivo vengano conferiti a una newco, non quotata in Borsa, che si assumerà l'onere concordatario. È previsto che Cdc Point spa sia posta in liquidazione con effetto dal-

l'omologa del concordato da parte del Tribunale di Pisa. Non sono previsti diritti di opzione a favore degli attuali azionisti. L'ultimo bilancio al 31 dicembre 2012 la dice lunga: ricavi e proventi consolidati pari a 89,8 milioni di euro, in riduzione del 71% circa rispetto ai 311,1 milioni di euro al 31 dicembre 2011. Margine operativo lordo (ebitda) consolidato del gruppo di -28,4 milioni, in riduzione rispetto ai -0,9 milioni al 31 dicembre

2011. Risultato netto dopo le imposte negativo per 69,1 milioni di euro, in peggioramento rispetto alla precedente perdita di 8,4; posizione finanziaria netta del gruppo negativa per 31,6 milioni, in miglioramento rispetto ai 43,9 milioni registrati al 31 dicembre 2011.

Difficile dire come finirà: forse il gruppo svolterà verso il segmento professionale, dallo small office alle grandi aziende. Ma questa è l'ipotesi migliore.

Manzotin passa a Generale Conserve (As do Mar)


Approfondimenti:
<http://tinyurl.com/ConserveCame>

As do Mar, ossia **Generale Conserve**, che già vanta un ruolo di secondo operatore italiano nel mercato dei prodotti ittici confezionati e re per le lavorazioni di tonno da animale intero adulto, si diversifica nel settore dello scatolame di carni rilevando da **Bolton Alimentari** il marchio **Manzotin**. La vendita, da parte della multinazionale con-

trollata dalla famiglia **Nissim**, è dovuta al vincolo posto dall'**Antitrust** in seguito all'acquisto da **Kraft** di **Simmenthal**, una operazione che avrebbe creato una posizione dominante. Entrambe le aziende sono due gioielli del made in Italy. Dal canto suo **Generale Conserve**, oltre a vantare un altissimo profilo qualitativo, ha visto passare, in un decennio, il proprio giro d'affari da 20 a oltre 150 mi-

lioni, registrando lo scorso anno una performance del +9,4%. Il risultato è stato ottenuto grazie a una continua politica di investimenti produttivi, al fatto di avere scelto di lavorare solo nella fascia alta del mercato e sulle private label, che incidono per il 40% sul totale ricavi. Bolton invece ha ben 50 marchi ed è attiva in 125 Paesi, per un totale vendite che ha raggiunto nel 2011 ben 1,54 miliardi di

euro. Il gruppo lavora sia nel food sia nel non food. Nel primo settore vanta per esempio il marchio **Rio Mare**, mentre nel secondo alligna brand come **Manetti&Roberts**, **Colli-star**, **Somatoline**. I Nissim, originari di Salonicco, stabilizzati in Italia nel 1949, hanno avviato la propria impresa come distributori di **Procter & Gamble** e inaugurato la divisione alimentare nel 1960 proprio con Manzotin.

Due nuovi impianti per De Cecco


Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/102012/PL-1012-002.pdf (Pasta secca)

De Cecco tiene testa alla recessione e investe ben 30 milioni di euro per la creazione di nuove linee di produzione, che vanno a sommarsi ad altre 10 già funzionanti presso il polo di Ortona (Chieti) dove oggi, grazie a un organico di 230 dipendenti, il gruppo abruzzese ricava 2,5 tonnellate di pasta al giorno. Questo

porterà a un incremento annuo di 2 tonnellate e dunque, in dodici mesi, la capacità degli impianti salirà a 1,2 milioni di quintali.

Non è la prima volta che **De Cecco** dà una notevole dimostrazione di forza. Non parliamo tanto delle numerose diversificazioni messe in atto, che l'hanno portata a presidiare quasi ogni segmento, compreso il biologico e la pasta fresca, quanto della

famosa campagna di Russia, dove è stata rilevata, nel 2011, per 30 milioni, la parte produttiva (3 impianti) della locale **Pmk**, uno dei più significativi operatori del mercato russo della pasta, con 16 marchi, un totale di 1 milione di quintali annui e una quota di mercato del 10%. **De Cecco**, che proprio a Ortona ha ribadito di avere accantonato definitivamente il progetto di quotazione in Borsa, non

condiviso da parecchi membri della famiglia, ha confermato il proprio slancio. Il giro di affari, attualmente di 393 milioni, ha avuto una variazione del +5% nel 2012. I ricavi esteri sono oggi sui 230 milioni, un dato che non comprende nemmeno i 200 milioni ricavati in Russia. Insomma, ormai l'export è praticamente pari al mercato interno, il che la dice lunga sui nuovi orizzonti di business.

Ikea Italia: fatturato in calo, investimenti costanti


Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/032010/PL-0310-006.pdf (Ikea: cifre e accadimenti)

Per la prima volta lo scorso anno il giro d'affari di **Ikea Italia** (circa 1,6 miliardi) ha registrato un arretramento del 2,6%. Tuttavia questo non implica un disinvestimento dalla

nostra Penisola. La rete attuale è composta da 20 grandi superfici, 21 con quella di Pisa (65 milioni di investimenti sui 400 stanziati per lo sviluppo) di imminente apertura. È prevista invece per il 2014 l'inaugurazione di Roma Pescaccio, dove è arrivato il sospirato via libera del Presidente della Re-

gione Lazio, **Nicola Zingaretti** (PD). Si tratterà del terzo negozio della Capitale, dove la multinazionale ha stanziato 110 milioni di euro per quello che sarà il suo più grande punto di vendita italiano, con un totale di 36.000 mq, comprensivi di parco e galleria commerciale. Una formula, quella

dello shopping center, che verrà proposta anche a Verona-Villesse. Infine sorgerà anche il negozio Ikea di Cerro Maggiore-Rescaldina (Mi). Comunque già oggi Ikea ha sul web il suo ventunesimo negozio: il sito infatti sta dando ottimi riscontri e propone un assortimento di 6.000 articoli.

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI

Pittarello a quota 100 negozi nel 2013



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/102010/PL-1010-004.pdf (Calzature)

Sotto la nuova gestione di **Alessandro Benetton**, ossia da luglio 2011, la crescita di Pittarello è diventata inarrestabile. Il giro di affari è salito, nell'arco dello scorso anno, da 116 a 150 milioni, mentre la previsione per la chiusura del 2013 si attesta a 200 milioni. La rete è salita da 53 a 80 punti di vendita,

mentre il volume delle scarpe acquistate ha fatto un balzo da 12 a 20 milioni di paia. I dipendenti sono passati a 1.050, dai 600 del 2011. A fine marzo l'insegna ha inaugurato la nuova sede e il nuovo magazzino logistico, piazzato a Legnaro, vicino a Padova: in tutto 25.000 mq per alimentare lo sviluppo dell'azienda. I negozi Pittarello a fine 2013 raggiungeranno infatti il traguardo dei 100, gra-

zie a un investimento di una trentina di milioni di euro.

Alessandro Benetton ha spiegato al *Sole 24 Ore*: «È fondamentale la discontinuità nella crescita aziendale. In Pittarello le forze nuove rappresentate da 21 Investimenti hanno permesso l'ulteriore sviluppo di un'azienda solida e con un modello di business ben organizzato. Abbiamo portato Pittarello a un nuovo sviluppo in Italia e all'estero,

ridisegnato il brand e la strategia commerciale, accompagnato la transizione da azienda familiare ad azienda manageriale. Un percorso che abbiamo disegnato insieme al gruppo dirigente e alla famiglia fondatrice».

Nel solo mese di aprile l'insegna è sbarcata a Ciampino (Roma), a L'Aquila, a Giugliano in Campania (Napoli), a Rogno (Bergamo) e a Messina.

Proprietari italiani per i grandi magazzini Adler



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/072010/PL-0710-005.pdf (Grandi magazzini)

Adler Modemärkte, una delle prime aziende tedesche nella distribuzione di pronto moda, leader in Germania e quotata a Francoforte, sta per passare agli italiani. Al lavoro è una cordata guidata dalla società di investimenti **Excalibur I**, che fa capo al fondo **Equinox** e al gruppo tessile

G&C Holding, e da **Steilmann Holding**, specializzata nella moda e nel tessile casa, localizzata in terra tedesca, ma a capitale italiano (famiglie **Puller** e **Giazzi**, oltre al gruppo **Miroglio**, **Miro Radici**, **Manifattura Donato Martinelli**, ecc.). Questo polo ha raggiunto un accordo vincolante per l'acquisto del 49,96% delle quote. **Steilmann Holding** e **Adler** «potranno generare – si legge in

una nota ufficiale – un livello di fatturato annuo pari a oltre 1 miliardo di euro, con l'ottimizzazione di economie di scala». Realizzata l'acquisizione, verrà poi lanciata un'Opa sulla parte di maggioranza dei titoli. **Klaus Steilmann**, acquisita nel 2006 per 170 milioni da **Michele Puller**, è proprietaria fra l'altro di **Boeker**, catena di negozi di abbigliamento con una dozzina di punti di vendita. **Steil-**

mann, 850 milioni di fatturato, possiede complessivamente 900 grandi magazzini attivi in tutta Europa. **Adler**, dal canto suo, conta circa 170 punti di vendita. Il piano prevede di conferire una ventina, poco redditizi, a **Boeker**. I restanti 150 subiranno un restyling e un ripensamento del ruolo del marchio privato, oggi al 90% delle vendite, che lascerà posto ad altri marchi, per scendere almeno al 70%.

Gruppo Cremonini scende al 50,57% in Marr



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/052010/PL-0510-004.pdf (Ristorazione commerciale)

Il Consiglio di amministrazione di **Marr**, società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari al food-service, ha approvato a metà marzo il bilancio consolidato e il progetto del bilancio d'e-

sercizio 2012. L'anno si è chiuso con ricavi totali consolidati pari a 1.260 milioni di euro, in aumento di circa 11 milioni (+0,9%) rispetto ai 1.249,2 milioni del 2011. L'ebitda si è attestato a 90,1 milioni di euro (91,8 nel 2011) e l'ebit a 76,9 milioni (79,3 nel 2011), confermando, pur in un contesto complicato e grazie a un modello di

business flessibile, i livelli di profittabilità operativa raggiunti.

Parallelamente il gruppo **Cremonini**, che detiene la quota di controllo, ha avviato la cessione di 5,5 milioni di azioni ordinarie, l'8,27% del capitale sociale, per un valore pari a 46,75 milioni di euro. L'operazione è stata effettuata attraverso una procedu-

ra di "accelerated book building" riservata a investitori istituzionali e si è chiusa a un prezzo di 8,5 euro per azione. In questo modo la quota di controllo di **Cremonini** è scesa al 50,57%. L'operazione, secondo gli osservatori, rientrerebbe in un più articolato piano di riassetto del gruppo per consolidarne l'indebitamento.

Qvc guarda all'Europa, ma anche ai mercati emergenti



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/012011/PL-0111-003.pdf (Commercio elettronico, vendite dirette e a distanza)

Qvc, leader mondiale nello shopping televisivo e secondo canale americano per dimensioni, presente negli Usa, in Inghilterra, in Germania, in Giappone, in Italia e in Ci-

na, è interessata a svilupparsi soprattutto sui mercati europei, come Spagna e Italia, ma anche nelle zone emergenti, come Brasile e India.

Con circa 11,5 milioni di clienti nel 2012 e oltre 17.000 dipendenti nel mondo, il fatturato globale di **Qvc** è pari a 8,5 miliardi di dollari (6,4 miliardi di euro). Nel

2012 **Qvc** ha registrato 3 milioni di nuovi clienti nel mondo. L'emittente raggiunge negli Usa più di 98 milioni di famiglie, circa 200 milioni nel mondo, attraverso la Tv via cavo, via satellite e digitale.

La rete trasmette in Italia dal primo ottobre 2010 con 17 ore di diretta al giorno,

sette giorni su sette per 365 giorni all'anno. Gioielli, moda e accessori, bellezza, cucina, casa ed elettronica rappresentano il cuore dell'offerta. Lo staff di **Qvc Italia** conta circa 550 persone, principalmente focalizzate nelle aree broadcasting, merchandising, customer service.