

IDEE DI SUCCESSO

MATRIMONIO TRA BOLOGNA E FIRENZE

3F Filippi si illumina con Targetti

«Diamo più luce al nostro business Riflettori puntati sul mercato globale»

L'azienda emiliana 3F Filippi, guidata dall'ad Giovanni Bonazzi, ha acquisito Targetti Sankey: è nato il quinto gruppo dell'illuminotecnica italiana.

Andrea Bonzi

«**S**IAMO qui per restare, è nostra intenzione fare un piano industriale e investire». Giovanni Bonazzi, amministratore delegato della 3F Filippi commenta così l'acquisto di Targetti Sankey da parte dell'azienda bolognese (il cuore è a Pianoro). Un'operazione industriale con cui si dà vita al quinto gruppo dell'illuminotecnica italiana che, nel 2017, avrà un fatturato consolidato di 110 milioni di euro e darà lavoro a 600 dipendenti, con quattro stabilimenti nel nostro Paese. La fiorentina Targetti Sankey, fiore all'occhiello del *lighting* per l'architettura in crisi finanziaria da tempo, era stata rilevata nove mesi fa da un fondo gestito da DeA Capital. Ora passa di mano con nuove prospettive di rilancio internazionale.

Bonazzi, perché avete acquisito la Targetti Sankey?

«Per due ragioni. La prima perché è un'azienda complementare alla nostra: noi, come 3F Filippi, siamo leader nello sviluppo di soluzioni per ambienti industriali, commerciali e nel terziario; la Targetti Sankey, pur restando un'azienda di illuminazione tecnica, copre ambiti più architeturali e di design, non abbiamo sovrap-



posizioni di prodotto. La seconda ragione riguarda i mercati di espansione: il nostro fatturato si sviluppa per il 65% in Italia e l'export è soprattutto in Europa, abbiamo filiali in Germania, Francia, Spagna e Svizzera; Targetti, oltre al Nord Europa, ha ottimi contatti in Russia, Cina, Stati Uniti, Oceania e Sudamerica».

Pensate a una fusione vera e propria?

«No, il marchio Targetti è molto importante, non ci sarà nessuna fusione, resteranno due strutture parallele moltiplicando i vantaggi commerciali. Vorrei rassicurare tutti: siamo motivati, non è nostra intenzione comprare per poi rivendere, facciamo questo mestiere da 65 anni e stiamo facendo un'operazione industriale, pun-

↑ CRESCITA E OBIETTIVI AMBIZIOSI

Uno stand col marchio Targetti e Giovanni Bonazzi, ad di 3F Filippi. «Insieme faremo strada» dice

tando sulla qualità del Made in Italy. C'è tanto da lavorare, ma crediamo che il tempo ci darà ragione».

Quanto conta il Made in Italy nel vostro settore?

«Nel settore dell'illuminazione ci sono tante fasce di mercato. Restando nel *lighting* più professionale, l'Italia e la Germania sono i Paesi con i maggiori competitor. Il supporto tecnico fa la differenza: gli architetti e i designer si fidano dei nostri professionisti e delle caratteristiche tecniche dei nostri apparecchi. Noi siamo più funzionali, Targetti trova le porte aperte nel design, sarà un importante valore aggiunto».

A quali investimenti pensate?

DUE REALTÀ PIÙ FORTI INSIEME

L'azienda nata negli anni Cinquanta

3F Filippi opera dal 1952 nel settore dell'illuminazione, con sede a Pianoro (Bologna). Ha chiuso chiuso il 2016 con ricavi per 50,4 milioni e ebitda di 3,5 milioni

Marchio storico e radici in Toscana

Targetti Sankey è un marchio storico del design di illuminotecnica, nato nel 1928 a Firenze. Chiuderà il 2017 con un fatturato consolidato vicino ai 50 milioni di euro

«Tra ricerca e sviluppo e proprietà intellettuale investiamo annualmente tra il 3 e il 5% del fatturato: è necessario per stare al passo in un mercato così competitivo. Ma non meno importante è la formazione del personale: la professionalità è decisiva».

Qual è il futuro dell'illuminazione?

«La rivoluzione in atto è quella del led, che sta soppiantando velocemente le altre tecnologie e che è la sorgente del futuro. L'altro settore di sviluppo è quello dell'*internet of things*, ovvero la connessione tramite rete dei sistemi, che porterà una progressiva personalizzazione delle luci a seconda dell'esigenza del cliente. Ma per restare al vertice, bisogna lavorare a testa bassa».

Il boom di El.En. Il laser accende i fatturati grazie ai soci cinesi

Sandra Nistri

SESTO FIORENTINO (Firenze)

L'INNOVAZIONE, evidentemente, paga. Un concetto magari banale ma incarnato su misura nella storia di El-En da molti anni leader mondiale nel settore del laser in tutti gli ambiti: da quello industriale a quello medicale fino al più recente utilizzo nel campo della conservazione e restauro dei beni culturali che, pur di minore portata, sta compiendo comunque passi importanti. Nata negli anni Ottanta in un piccolo appartamento alla periferia di Firenze la società, che ha sede nella cintura fiorentina, a Calenzano, è ormai presente sui mercati di tutto il mondo, compreso quello cinese, decisamente ostico, direttamente o attraverso le controllate e inaspettati risultati *monstre*.

L'ultimo riferimento, quello del resoconto intermedio di gestione al 30 settembre

2017, reso pubblico pochi giorni fa, è più che mai eloquente sotto questo punto di vista: il fatturato consolidato è ad esempio pari a 218,4 milioni di euro contro i 180 milioni di euro dello stesso periodo del 2016 con un incremento del 21,6%. Un dato record mai fatto segnare fino ad oggi dall'azienda. Il risultato operativo è invece pari a 22,2 milioni di euro, anche questo in aumento del 12,1% circa rispetto a 19,8 milioni di euro del 2016. Nel terzo trimestre i ricavi si sono attestati a 75,5 milioni di euro con una straordinaria crescita del 27,2% rispetto ai 59,4 milioni di euro del periodo a confronto del 2016.

CIFRE che fotografano una realtà più che in salute in un contesto in cui, invece, molte aziende stentano a vedere la «luce fuori dal tunnel». A determinare le straordinarie performance di El-En nei primi nove mesi dell'anno è stata, in particolare, la travolgente crescita del volume di af-

fari nel settore industriale. Le controllate cinesi di Wenzhou e Wuhan, la Cutlite Penta e la Lasit hanno trascinato il fatturato a un aumento del 54,6% nel trimestre e del 52,4 su base annua aumentando il peso complessivo del settore industriale del 34% dell'esercizio 2016 al 43% del 2017.

Se l'ambito industriale risulta portante un buon andamento ha fatto segnare anche il settore medicale, in particolare nei segmenti dell'estetica e dell'urologia. Da gennaio a settembre 2017 il fatturato per le applicazioni mediche ed estetiche è stato infatti pari a 124 milioni di euro contro i 117,6 dello stesso periodo 2016 con un comune positivo +5,42%.

LO SVILUPPO generale, fra l'altro, ha interessato tutte le aree geografiche in cui il gruppo è presente con una crescita del 23% in Italia anche se i mercati esteri continuano a rappresentare oltre l'81% del fatturato consolidato del gruppo.

Un quadro decisamente positivo che non può non rendere contenti i vertici aziendali: «Siamo davvero molto soddisfatti ed orgogliosi dei risultati conseguiti nei primi nove mesi dell'anno che confermano la solidità delle strategie adottate dal gruppo - sottolinea infatti il presidente di El-En Gabriele Clementi, pioniere della società insieme al professor Leonardo Masotti. Continuiamo a perseguire la crescita concentrandoci sullo sviluppo di specifiche applicazioni, nell'ambito di due macro-mercato di riferimenti delle nostre tecnologie, investendo con continuità in attività di ricerca e sviluppo di innovazioni applicative e di prodotto. In presenza dei risultati ottenuti nei primi nove mesi dell'anno, nettamente superiori alle aspettative, per l'esercizio 2017 consideriamo un obiettivo concretamente raggiungibile il fatturato di 300 milioni di euro con risultato operativo al di sopra del 10% sul fatturato».