



**WHY  
ITALY  
IS *definitely*  
ALIVE &  
KICKING**

# INTRODUZIONE

Il percorso dell'Advisory Board WPP/The European House – Ambrosetti, giunto nel 2018 alla settima edizione, attraverso questo pamphlet celebra ogni anno dieci aziende operanti in Italia che si sono distinte per risultati economici, capacità di innovazione, investimenti, comunicazione con i propri stakeholder, attenzione ai territori in cui operano.

L'ambizione, pur non negando le criticità che ancora oggi interessano il Paese, è celebrare l'“essere italiano”, inteso come l'insieme delle caratteristiche tangibili e intangibili legate alla cultura, all'imprenditorialità, allo stile di vita e al “saper fare” dell'Italia. L'“essere italiano” plasma tutto il posizionamento dell'offerta nazionale, influenzandola positivamente e rafforzandone la competitività e la crescita.

Grazie a un insieme di valori, tradizioni, competenze ed eccellenze produttive, spesso mal comunicate, l'Italia è connotata come una potenza economica e manifatturiera e una super-potenza culturale a livello globale.

Le produzioni della manifattura italiana sono molto competitive a livello globale e hanno permesso la generazione, nel 2017, di un attivo commerciale pari a **48 miliardi di Euro (2,7% del PIL)**, che pone l'Italia al secondo posto nell'Unione Europea (dopo la Germania) e tra i primi al mondo. Inoltre, secondo il *Trade Performance Index*, elaborato dall'UNCTAD e dalla Organizzazione Mondiale per il Commercio (WTO), l'Italia si posiziona sul podio della competitività globale in 8 su 14 settori della manifattura.

# INTRODUZIONE

Dal punto di vista geopolitico, all'Italia è riconosciuta una posizione chiave nell'Unione Europea – dovuta al suo status di Paese fondatore nonché di maggiore economia dell'Europa meridionale – e un ruolo di “nazione-ponte” verso i Paesi del bacino del Mediterraneo e dell'area balcanica che, nel corso degli anni, è stato rafforzato da un continuo impegno nella cooperazione internazionale e nelle attività di peace-keeping.

Se la competitività della manifattura e il ruolo geopolitico sono due aspetti che contribuiscono attivamente al posizionamento su scala internazionale, è nel **campo culturale** che l'Italia occupa un ruolo di super-potenza globale. L'Italia è il Paese leader per siti riconosciuti dall'UNESCO come Patrimonio dell'Umanità: ad oggi, 54. Il nostro Paese, inoltre, è tra le mete più desiderate dai turisti internazionali (37% delle preferenze espresse, davanti agli USA) e con un livello di attrattività che sale al 49% nei mercati emergenti (Cina, India, Russia, Turchia, Brasile, Sudafrica, Marocco e Nigeria).

Tutto questo è possibile grazie alla presenza, nel Paese, di **grandi eccellenze imprenditoriali** che contribuiscono a promuovere l'immagine dell'Italia all'estero, puntando su innovazione, sostenibilità, valore del “Made in Italy” e competenze qualificate.

Se è vero che resta ancora molto da fare per la competitività e attrattività del Paese, non possiamo dimenticare che il nostro sistema industriale dimostra, con esempi concreti, di avere le capacità per competere sui mercati internazionali, contribuendo alla reputazione dell'Italia. Come ogni anno, in questo pamphlet raccontiamo la storia di 10 imprese di successo, suddividendole in due gruppi che definiscono la “Reason Why” e il filo conduttore del nostro racconto:

- **Best Case:** imprese che si sono distinte per particolari livelli di competitività, orientamento all'innovazione e internazionalizzazione.
- **Investimenti Diretti Esteri (IDE) e grandi imprese:** realtà che hanno deciso di effettuare acquisizioni e investimenti in Italia in un'ottica di sviluppo strategico del proprio business.

Queste imprese non sono necessariamente le migliori e le più innovative del loro settore né rappresentano gli unici casi di successo in Italia, ma le loro scelte strategiche, di investimento e di comunicazione testimoniano la forza dell'Italia che oggi, più che mai, è **definitivamente viva e vegeta**.

## REASON WHY

Operante in Italia da quasi 60 anni, CONAD è il secondo player nazionale della Grande Distribuzione e un modello tra i più evoluti e significativi del proprio settore, grazie ad investimenti in promozione e tutela dell'ambiente e dei territori, digitalizzazione e comunicazione.

## KEY FACTS AND FIGURES

Con un fatturato di quasi 13 miliardi di Euro (+5% rispetto al 2016), CONAD è il secondo Gruppo della Grande Distribuzione in Italia, con una quota di mercato del 12% nel 2017. Il Consorzio raggruppa ad oggi 2.713 soci imprenditori, 3.169 punti vendita, 51.509 addetti, con una copertura territoriale di 110 province e 1.483 comuni. In particolare, con 6 miliardi di Euro di fatturato, PAC 2000A e CONAD del Tirreno sono le due cooperative che contribuiscono da sole al 50% dei ricavi.



Il 13 maggio 1962 è costituito a Bologna il Consorzio Nazionale Dettaglianti (CONAD), società cooperativa a responsabilità limitata. Vi aderiscono 14 gruppi d'acquisto a cui fanno capo 420 soci dettaglianti. Scopo del consorzio è organizzare in comune i rifornimenti e gli acquisti di prodotti alimentari, bevande e beni di consumo. Oggi CONAD è la più ampia organizzazione in Italia di imprenditori indipendenti (in totale 2.713 soci imprenditori) del commercio al dettaglio, leader nel canale dei supermercati. Opera su tutto il territorio nazionale attraverso otto grandi gruppi cooperativi, centri di acquisto e di distribuzione: NordiCONAD, DAO, CONAD Centro Nord, Commercianti Indipendenti Associati, CONAD del Tirreno, PAC2000A, CONAD Adriatico e CONAD Sicilia. Gli obiettivi delle cooperative sono molto ampi e includono la partecipazione allo sviluppo del territorio, la preservazione e l'incremento del capitale e il consolidamento delle competenze professionali dei soci.

Negli ultimi anni la strategia di crescita di CONAD si è caratterizzata per la scelta di investire in comunicazione, sia per conoscere a fondo le preferenze e gusti dei propri consumatori sia per trasferire ai clienti i valori del sistema CONAD, utilizzando il claim "persone oltre le cose". In particolare la relazione con le persone rappresenta un elemento centrale della strategia di CONAD, che non mira solo a garantire efficacia ed efficienza nei propri punti vendita, ma punta a garantire e trasmettere la costante attenzione nei confronti del contesto sociale e ambientale in cui opera. Il 30% della vendite di CONAD deriva da prodotti locali.

Da oltre dieci anni, inoltre, CONAD utilizza un sistema di tracking dell'awareness dei consumatori, puntando su campagne valoriali che possano contribuire a rinsaldare il rapporto con i propri clienti. Nel triennio 2017-2019 prevede investimenti per 1.1 miliardi di Euro destinati a nuove aperture, ristrutturazioni, efficientamento energetico dei punti vendita e dei magazzini, realizzazione di nuovi centri distributivi. Tra i progetti in cantiere, oltre alla progressiva digitalizzazione dei negozi, si segnalano la rivisitazione complessiva del sito, dell'app e dei social che saranno riorganizzati per gestire il contatto con il cliente, prima, durante e dopo la vendita in modo più sinergico.

# ELICA

Progettazione, produzione e commercializzazione di motori elettrici per elettrodomestici e per caldaie da riscaldamento e di cappe da cucina a uso domestico.

## REASON WHY

Multinazionale italiana leader globale nella produzione di cappe aspiranti e motori elettrici per elettrodomestici e per caldaie, è stata insignita a giugno 2018 del premio Compasso d'Oro per l'innovazione e il design.

## KEY FACTS AND FIGURES

Multinazionale italiana attiva in 5 Paesi (Italia, Polonia, Messico, India e Cina) con 7 stabilimenti, 3.800 dipendenti e una produzione annua di oltre 20,9 milioni di pezzi tra cappe e motori. Il fatturato globale ha raggiunto nel 2017 i 479,3 milioni di Euro (86,5% derivanti dal business del Cooking e il restante dall'area Motori), registrando una crescita continua dal 2009 con un CAGR del +4,6%. L'EBITDA societario si attesta a 34,5 milioni di Euro (7,2% dei ricavi consolidati) e l'utile netto è di 1,4 milioni di Euro (0,3%).



Fondata nel 1970 a Fabriano, Elica vive uno sviluppo costante negli anni fino al 2000 quando, con l'acquisizione del 60% di Jet e del 20% di Airforce Air (aziende che producono e commercializzano cappe da cucina e piani cottura), il core business si espande. Nel 2001 comincia il percorso di diversificazione e integrazione di filiera, espandendo il proprio portafoglio di business ai motori per elettrodomestici e caldaie con l'acquisizione del controllo di Fime.

Il 2002 è l'anno della crescita internazionale: a seguito della joint-venture tra Elica e Fuji Industrial (Giappone), viene costituita Aria fina, produttrice di cappe high-end per il mercato giapponese. Il periodo di espansione continua con l'acquisto del controllo della Fox Design di Padova e di un ulteriore 25% di Airforce nel 2003, mentre un ulteriore passo per l'internazionalizzazione viene compiuto con l'apertura, nel 2005, dello stabilimento Fime Polska in Polonia. Nel 2006 acquisisce il controllo di Aria fina incrementando dell'1% la sua partecipazione nella joint-venture (prima 50/50), successivamente apre ai propri prodotti un ulteriore mercato extra-continentale, con lo stabilimento Elicamex, in Messico. Nello stesso anno viene acquisito il restante 40% di Jet Air e la totalità di Turbo Air. Elica, ormai multinazionale, si quota alla Borsa di Milano, dove ad oggi fa parte del segmento Star. Nel 2010 si espande in India, costituendo Elica PB India in joint-venture con Pralhad Bhutada, e in Cina, acquisendo il 55% (che diventerà il 70% l'anno successivo) di Zhejiang Putian Electric. Nel 2011 viene aperta Elica Trading LLC, con sedi a Mosca e a San Pietroburgo.

Da sempre l'azienda ha fatto dell'innovazione il suo punto di forza e dal 2011 è tra i soci fondatori di Homelab, Consorzio italiano di ricerca sulla domotica. È, inoltre, fondatrice e proprietaria di Elica Tech Lab, unico laboratorio al mondo dedicato alla cappa e unico in Italia, e tra i pochi in Europa, in grado di effettuare specifici test, in particolare nel settore dell'acustica. Lo stesso, nel 2013, ha ottenuto l'accreditamento ILAC-Accredia il rilascio di certificazioni valide a livello internazionale.

## REASON WHY

È la nuova società creata da ENEL per cogliere le sfide poste dalla rivoluzione digitale in atto e sfruttare le opportunità della trasformazione energetica, per anticipare e soddisfare le esigenze dei clienti globali grazie alle innovazioni tecnologiche e lo sviluppo di prodotti innovativi. L'obiettivo è creare la New Power Economy: una piattaforma che dà ai clienti il potere di trasformare l'energia in valore per tutti, migliorando i business, le città, le case e le vite delle persone.

## KEY FACTS AND FIGURES

Il Gruppo ENEL è uno dei principali operatori integrati globali nei settori dell'elettricità e del gas. Opera in 34 Paesi, 5 continenti, producendo energia attraverso una capacità di oltre 86 GW. Vende e distribuisce gas ed elettricità su una rete di circa 2,2 milioni di km, conta 73 milioni di utenze finali a livello globale e impiega circa 70.000 persone. Nel 2017 ha fatturato quasi 75 miliardi di Euro (con un incremento di 4 miliardi rispetto al 2016), ha generato 15,6 miliardi di EBITDA e un utile di 3,8 miliardi di Euro. Nel triennio 2018-2020 ENEL prevede investimenti complessivi per 24,6 miliardi di Euro, di cui 5,3 saranno in digitalizzazione. ENEL X, nata nel 2017, parte con un fatturato di 1 miliardo di Euro e un EBITDA di 70 milioni, con proiezioni di crescita dello stesso indicatore a circa 400 milioni di Euro entro il 2020.



ENEL, leader al mondo nella fornitura di servizi connessi alla generazione, distribuzione e vendita di energia ha conferito a ENEL X tutti i servizi non direttamente legati alla commodity, con l'obiettivo di ampliare il proprio portafoglio con soluzioni sostenibili, flessibili e innovative su quattro linee di business: e-Industries, e-Mobility, e-Home, e-City.

e-Industries offre soluzioni rivolte ai grandi clienti C&I con un particolare focus sui servizi in ambito flessibilità (servizi di consulenza, tecnologie legate all'efficienza energetica, la generazione distribuita, la realizzazione di soluzioni offgrid e il Demand Response).

e-Mobility si pone l'obiettivo di diventare leader tecnologico nel settore per promuovere una mobilità elettrica sempre più diffusa ed efficiente attraverso le proprie infrastrutture di ricarica intelligente, sia in ambito pubblico che privato.

e-Home è dedicata ai clienti residenziali e offre servizi di installazione, manutenzione e consulenza per la fornitura di avanzate soluzioni tecnologiche in ambito domestico.

Infine, e-City offre servizi di illuminazione ed efficientamento energetico alle Pubbliche Amministrazioni così come soluzioni per la connettività, attraverso l'offerta wholesale della fibra ottica.

In questo senso la missione di ENEL X è diventare una fabbrica globale di soluzioni tecnologiche sostenibili, innovative, scalabili a livello mondiale, per accelerare la mobilità sostenibile, favorire consumi consapevoli ed efficienti, incentivare la generazione di energia da fonti rinnovabili e creare così valore condiviso e sostenibile per tutti nell'attuale contesto energetico.

## REASON WHY

IMA, ha acquisito il 60% di Eurosicma, produttore con sede in Italia di macchine e sistemi automatici per flowpack orizzontale e imballaggi pieghevoli per le industrie alimentari, cosmetiche e farmaceutiche per un corrispettivo di 26 milioni di Euro.

## KEY FACTS AND FIGURES

Con un network societario che si estende in 80 Paesi nel mondo, 44 siti produttivi, il fatturato del Gruppo IMA ha raggiunto 1,4 miliardi di Euro nel 2017, in crescita continua dal 2007 con un CAGR del +12,3%, con un EBITDA di 180,5 milioni di Euro (12,5% del fatturato), un utile di 99,4 milioni di Euro (il 6,9% del fatturato) e una consistenza media del personale di più di 5.400 unità. Il fatturato proviene per il 50,3% dai settori del tè e del food, per il 39,2% dal farmaceutico e per il restante 10,5% dal settore del tabacco. Solo l'11,5% del business insiste sull'Italia, mentre per il 39,3% proviene dal resto d'Europa, per il 17,1% dal Nord America, per il 21,6% dall'Asia e dal Medio Oriente e per il 10,5% dal resto del mondo. Il Gruppo IMA è titolare di oltre 1.700 tra brevetti e domande di brevetto attivi.



Ozzano dell'Emilia  
Emilia-Romagna - Italia

Nel 1961 viene costituita a Bologna la I.M.A Industrie Macchine Automatiche. Due anni dopo la Famiglia Vacchi entra nel capitale della società, guidandola verso l'ingresso nell'industria del packaging per il tè. Da questi anni inizia lo sviluppo internazionale di quello che poi sarebbe diventato il Gruppo IMA. Nel '74, con la neo costituita società SO.TE.CO. Società Tecnica e Commerciale, i prodotti della IMA vengono commercializzati in tutto il mondo.

Dal 1976 inizia l'attività nel settore farmaceutico, che verrà consolidata negli anni attraverso successive partnership e acquisizioni. Crescendo per linee esterne, estenderà poi negli anni il proprio portafoglio di settori fino all'assetto odierno. Il Gruppo nel suo complesso conta più di 100 società. La quotazione alla Borsa di Milano risale al 1995.

La quotazione di IMA inaugura una nuova stagione di crescita nell'offerta della Borsa italiana. L'acquisizione al 60% di Eurosicma, perfezionata nel 2017, consolida il posizionamento di IMA come leader del mercato delle confezionatrici automatiche flowpack, rafforzando la sua presenza industriale in Italia, espandendo la sua attuale gamma di prodotti e creando significative opportunità di produzione e commerciali con altre aziende.

# INTERPUMP GROUP

Progettazione, produzione e vendita di pompe a pistoni professionali ad alta e altissima pressione, prese di forza, cilindri, distributori e valvole, tubi e raccordi.

## REASON WHY

Leader nel mondo con il 50% della quota di mercato globale del mercato delle pompe idrauliche, primo produttore mondiale di pompe a pistoni professionali ad alta pressione e leader nel settore dell'oleodinamica.

## KEY FACTS AND FIGURES

Il fatturato del 2017 ha segnato il record storico, attestandosi a 1,1 miliardi di Euro e registrando l'ottavo anno consecutivo di crescita. Il 17% di ricavi è generato in Italia, il 33% nel resto d'Europa, il 30% negli Stati Uniti e la restante quota nel resto del mondo. L'EBITDA si è attestato a 248,6 milioni di Euro, record storico, e il margine (EBITDA/Fatturato) ha segnato un ulteriore aumento, evidenza di una capacità competitiva e di mercato crescente. L'utile netto ha raggiunto 135,7 milioni di Euro. Nel corso del 2017 Interpump Group ha speso 89,1 milioni di Euro in acquisizioni e 47,8 milioni per investimenti in ampliamenti tecnologici e di capacità produttiva.



Sant'Ilario d'Enza  
Emilia-Romagna - Italia



**INTERPUMP  
GROUP**

Il Gruppo Interpump è stato fondato da Fulvio Montipò nel 1977 con la produzione di pompe a pistoni ad alta pressione. Fin da subito, la concezione di prodotti più compatti e maneggevoli e l'utilizzo di materiali innovativi, gli ha consentito in pochi anni di diventare il maggiore produttore mondiale di pompe a pistoni ad alta pressione e rappresentare un punto di riferimento per il mercato. Nel 1996 Interpump si è quotata alla Borsa di Milano. In seguito, tra il 1997 e il 1999, l'azienda attraverso una serie di acquisizioni è diventata il maggiore produttore mondiale di prese di forza. Oggi Interpump è il maggiore produttore mondiale di pompe a pistoni professionali ad alta e altissima pressione ed uno dei principali gruppi operanti sui mercati internazionali nel settore dell'oleodinamica. Nel suo portafoglio prodotti sono presenti anche, oltre alle pompe a pressione a alle prese di forza, cilindri, distributori e valvole, tubi e raccordi.

Negli ultimi anni la strategia si è concentrata su un ulteriore rafforzamento dell'attuale posizione di leadership attraverso acquisizioni mirate. L'anno scorso sono state acquisite: Inoxpa, produttore di apparecchiature di processo e sistemi per il trattamento dei fluidi nell'industria alimentare, cosmetica e farmaceutica; Mariotti & Pecini, specialista italiano nella produzione di agitatori (mixer industriali) utilizzabili anche in presenza di particolari requisiti di pressione, temperatura o liquidi pericolosi; Fluid System 80, che propone soluzioni nel settore delle centrali oleodinamiche, nell'industria meccanica, nella siderurgia, nelle macchine per l'edilizia. Nei primi mesi del 2018 ha acquisito gli asset internazionali di GS-Hydro, attivo nella progettazione, realizzazione e manutenzione di sistemi di tubazioni complessi nei settori industriale, navale e off-shore.



## REASON WHY

Nel 2017 ISA inaugura il nuovo stabilimento da 83.000 metri quadrati su una superficie totale di 280.000, per un investimento totale di oltre 20 milioni di Euro. Lo stabilimento è stato costruito con le tecniche più avanzate nel rispetto rigoroso della sostenibilità ambientale, e climatizzato per garantire un ambiente lavorativo di grande comfort.

Il sito produttivo ispirato alle logiche dell'industria 4.0, con linee di produzione robotizzate, racchiude al suo interno tutte le componenti operative del business dell'azienda con un'importante area riservata alla Ricerca & Sviluppo.

## KEY FACTS AND FIGURES

Il fatturato 2017 ha superato i 120 milioni di Euro, in crescita dal 2014 con un CAGR del +7%. Il 75% del giro d'affari proviene dall'estero, con prodotti destinati a più di 120 Paesi. ISA conta circa 800 dipendenti e l'attuale capacità produttiva supera i 60.000 pezzi l'anno.



ISA viene fondata nel 1963 a Bastia Umbra, con un laboratorio artigianale per la produzione di arredamenti bar.

Agli inizi degli anni Settanta, seguendo l'evolversi del trend del consumo OOH e quindi l'evoluzione delle esigenze dei locali pubblici, progetta i primi banchi frigoriferi per l'esposizione e la conservazione di gelato, pasticceria, snack oltre a locali completi chiavi in mano (contract), con l'obiettivo di rendere visibile e desiderabile agli occhi del consumatore il prodotto esposto, avvalendosi - prima nel suo settore - di designers e architetti di fama mondiale.

Nel frattempo, una particolare attenzione viene dedicata alla crescita dei mercati internazionali, creando filiali in Francia, Inghilterra, Olanda e USA.

Nel 2000 ISA decide di ampliare il proprio business in settori collaterali, acquisendo due marchi storici della refrigerazione commerciale: la Tasselli di Mantova, punto di riferimento con oltre 70 anni di esperienza nella realizzazione di attrezzature ed impianti per supermercati e ipermercati, e la Cof di Lucca, specializzata nell'arredamento di gelaterie, pasticcerie e bar.

ISA SPA è attualmente attiva nel mercato internazionale mediante diversi marchi: ISA, Cof e Tasselli.

ISA è il marchio di riferimento per tutto quello che concerne attrezzature specifiche per l'esposizione e la conservazione del gelato artigianale e arredamento, destinati in particolare ai grandi gruppi internazionali e alle catene.

Cof è oggi uno dei marchi più importanti nella refrigerazione professionale, offrendo prodotti dedicati al mondo del Food&Beverage, per il quale viene costituita una divisione ad hoc.

Nell'ultimo anno, ISA ha deciso di realizzare un nuovo sito produttivo in considerazione del progetto di sviluppo e crescita pianificata, proseguendo nel processo di internazionalizzazione dell'azienda che è alla base di questo rinnovamento fondamentale, perseguendo la massima qualità, competitività e capacità produttiva.

# KITON

Produzione di abiti completi da uomo e da donna, cravatte di alta moda, profumi, calzature e accessori.

## REASON WHY

Azienda di eccellenza di livello internazionale afferma nel mondo i valori dell'eleganza e del bel vestire caratteristici della alta sartoria partenopea.

## KEY FACTS AND FIGURES

Kiton produce massimo 70 capi al giorno, con più di 2.000 varianti di tessuti e con prezzi che possono arrivare oltre 40.000 Euro ad abito. Ha 5 siti produttivi, 53 boutique monomarca nel mondo, circa 800 dipendenti, di cui oltre la metà ad Arzano. Nel 2017 il fatturato si è attestato a 126 milioni di Euro, di cui il 9% in Italia e il restante 91% all'estero (gli Stati Uniti rappresentano la fetta più consistente dell'export, pari al 23% circa). Mediamente ogni giacca Kiton è il frutto di un lavoro artigianale di pregio di 25 mani diverse, con tempi di lavorazione di 20 ore.



**Kiton**

Fondata nel 1968 ad Arzano ha raggiunto la notorietà e l'eccellenza mondiale per la qualità e lo stile dei suoi abiti. Lo stesso nome Kiton deriva da "chitone", la veste cerimoniale simbolo del classicismo, indossata dall'antica sartoria greca per la sua qualità e il suo antico carattere distintivo.

L'espansione internazionale è iniziata negli anni Settanta in Europa per poi approdare negli Stati Uniti nel decennio successivo. Il consolidamento della presenza americana è avvenuto nel 2003 con l'apertura della sede e della boutique monomarca di New York. Successivamente la distribuzione ha attraversato Est Europa, Asia e Medioriente.

La proposta stilistica di Kiton si è sviluppata nel corso del tempo: oggi Kiton produce e commercializza abiti, giacche, camicie, maglieria ed abbigliamento sportivo, calzature ed accessori, promuovendo un concetto di "total look" sia nella versione maschile che femminile.

Kiton ha acquistato il Lanificio Barbera, storica azienda biellese e il Palazzo Ferrè, precedentemente sede del marchio dello stilista Gianfranco Ferrè, trasformandolo nella sua sede milanese. Oggi, il mercato riconosce all'azienda partenopea un primato nell'uso delle materie prime più nobili ed esclusive e la capacità di produrre veri e propri pezzi di architettura sartoriale.

# SCAVOLINI

Azienda leader nella produzione di cucine e arredi per la zona bagno e living.

## REASON WHY

Presente sul mercato delle cucine da più di 50 anni, Scavolini è un modello produttivo tra i più evoluti e significativi dell'industria italiana e continua a rappresentare un simbolo del "Made in Italy", con un rafforzamento internazionale del brand che nel tempo si è sempre più consolidato.

## KEY FACTS AND FIGURES

Con un fatturato di 181,9 milioni di Euro (che sale a 215 milioni di Euro se si considerano anche Ernestomeda e Scavolini USA), Scavolini si conferma tra i più solidi Gruppi in Italia per consolidamento del business nel suo settore. Un risultato trainato sicuramente dai mercati esteri (principalmente USA, Russia e Canada), con una quota di export che ha raggiunto circa il 22% del fatturato complessivo.



Scavolini nasce nel 1961 come laboratorio artigianale con una piccola produzione di cucine componibili, subito apprezzata dal mercato domestico. Inizia così l'attività d'impresa dei fratelli Valter ed Elvino Scavolini che ampliano la sede e introducono innovazioni che danno subito forte impulso al business, ad oggi ancora familiare. Dal 1984 Scavolini è la prima marca di cucine in Italia.

Il Gruppo vanta una lunghissima esperienza nel proprio settore, maturata nel tempo contestualmente ai cambiamenti che hanno interessato i gusti e le tendenze di quasi tre generazioni di consumatori. Da attività artigianale si è trasformata in realtà industriale, percorrendo con tenacia tutte le tappe di trasformazione aziendale: tra queste ricordiamo la nascita del brand Ernestomeda (1996) e l'ampliamento delle linee di produzione (2012), per includere anche l'arredo bagno.

Tre le innovazioni più recenti si annoverano il progetto Mia by Carlo Cracco, modello di cucina presentato al Salone del Mobile di Milano nel 2018 e realizzato in collaborazione con il noto chef, dal 2016 testimonial pubblicitario dell'azienda e Box Life, creato dallo Studio Rainlight in collaborazione con HOK. Quest'ultimo progetto nasce dalla propensione storica di Scavolini di produrre arredi in grado di rispondere alle concrete esigenze del pubblico in termini di estetica, funzionalità, sicurezza e durata. Si tratta infatti di un sistema modulare, che ha una elevata adattabilità a diverse tipologie di ambiente e che consente di fondere zona giorno e notte per garantire la massima flessibilità.

Oggi Scavolini è presente in oltre 50 Paesi, con più di 300 show-room monomarca (di cui 150 in Europa) e oltre 1.300 punti vendita, affiancati da uffici di rappresentanza a Shanghai, a Londra, a Parigi e a New York, dove ha sede la Scavolini USA.

## REASON WHY

Nel 2017 Invitalia annuncia un finanziamento di 38 milioni di Euro a fronte del programma di investimenti che punta a consentire a STMicroelectronics di rafforzare la posizione dello stabilimento siciliano nell'ambito dell'elettronica di potenza, con un ammontare complessivo di 253 milioni di Euro, di cui 216 per rafforzare la produzione e 37 destinati ad attività di Ricerca e Sviluppo per la realizzazione di sistemi tecnologici avanzati.

## KEY FACTS AND FIGURES

Multinazionale italo-francese con sede in Svizzera, nel mondo il fatturato raggiunge complessivamente gli 8,35 miliardi di Dollari, con circa 45.500 dipendenti nell'ultimo anno (di cui oltre il 16% lavorano in ambito Ricerca e Sviluppo), oltre 100.000 clienti e 11 siti produttivi principali, uno dei quali si trova a Catania. I brevetti attualmente attivi sono circa 17.000, suddivisi in 9.500 famiglie, in più le nuove richieste per il 2017 sono circa 500. Nel 2017 il fatturato della controllata italiana ha raggiunto 1,6 miliardi di Euro, valore in crescita dal 2012 con un CAGR del +3,2%. L'EBITDA dello stesso anno si attesta a 146 milioni di Euro (9,1% del fatturato), mentre l'utile netto raggiunge quota 33 milioni di Euro (2,1% del fatturato).



Agrate Brianza  
Lombardia - Italia



STMicroelectronics nasce nel 1987 dalla fusione tra SGS Microelettronica (italiana) e Thomson (francese), sotto il nome di SGS-Thomson. Nel 1994 si è quotata al New York Stock Exchange, all'Euronext Paris e alla Borsa Italiana.

Solo nel maggio 1998 il nome viene cambiato in STMicroelectronics. Ad oggi l'Azienda offre soluzioni per l'industria, per l'automotive, per prodotti elettronici di consumo, per attrezzatura ITC e per il mondo IoT.

Il modello di gestione dell'azienda fa leva sulla proprietà degli impianti di produzione e sulla gestione degli stessi a breve distanza e in coordinamento con le attività di Ricerca e Sviluppo: i principali impianti di front-end (lavorazione delle fette di silicio per i semiconduttori) si trovano ad Agrate Brianza e a Catania.

Nel 2017 STMicroelettronica annuncia un piano di investimenti di 100 milioni di Euro in questo sito per la ricerca sul carburo di silicio, materiale innovativo per semiconduttori, destinato al settore delle batterie per auto, in grado di aumentare l'autonomia delle stesse del 20%. Nello stesso anno Invitalia annuncia un finanziamento di 38 milioni di Euro (parte di un programma che ne prevede 253) per introdurre tecnologie innovative di industria 4.0 nello stabilimento catanese della multinazionale italo-francese. L'investimento ha come obiettivo quello di puntare sull'innovazione tecnologica per creare e tutelare l'occupazione nel Mezzogiorno.

# TOTAL ITALIA

Leader globale nella produzione e fornitura di energia, opera lungo tutta la filiera, dalla ricerca ed estrazione di nuove risorse fino alla distribuzione di energia al consumatore finale.

## REASON WHY

Multinazionale francese, presente in Italia da oltre 60 anni, durante i quali il Gruppo è stato partner o operatore in progetti di esplorazione, produzione, raffinazione e distribuzione nel settore Oil&Gas su tutto il territorio nazionale.

## KEY FACTS AND FIGURES

Total è la quarta compagnia Oil&Gas al mondo e tra i maggiori produttori di energia a bassa emissione di carbonio. Con un fatturato complessivo di 171 miliardi di Dollari, il Gruppo è presente in 130 Paesi, con 800 stabilimenti produttivi, 98.000 collaboratori e 1 miliardo di Dollari in attività di ricerca. In Italia, nel 2018, il Gruppo Total cede TotalErg e si rifocalizza su settori in crescita ad alto valore aggiunto, come il progetto Tempa Rossa, in Basilicata, uno dei più grandi investimenti greenfield in Italia degli ultimi 20 anni, per un valore di 2,5 miliardi di Euro.



Milano  
Lombardia - Italia



TOTAL

In Italia ha partecipato all'acquisizione di 50.000 km di linee sismiche e alla perforazione di circa 500 pozzi, ha scoperto tre giacimenti (Bonaccia, Rospo Mare, Tempa Rossa) ed è stato il primo operatore al mondo ad aver utilizzato la perforazione orizzontale nel giacimento di Rospo Mare, in Abruzzo. In Basilicata, Total E&P Italia dispone di 6 permessi di ricerca e/o concessioni, di cui 5 come operatore. Con il 50% di partecipazione (25% Shell e 25% Mitsui E&P Italia) è, in particolare, operatore della concessione Gorgoglione (PZ e MT), dove nel 1989 è stato individuato il giacimento di Tempa Rossa, il più grande progetto di esplorazione ed estrazione petrolifera attualmente attivo nel Paese. A regime, alla fine del 2018, Tempa Rossa avrà una capacità produttiva giornaliera di circa 50.000 barili di petrolio, 230.000 m<sup>3</sup> di gas naturale, 240 tonnellate di GPL e 80 tonnellate di zolfo.

Questo progetto, per il quale si prevedono ricadute economiche sul territorio lucano per oltre 7 miliardi di Euro, costituisce il maggior contributo di Total al sistema economico italiano e un esempio di come i grandi gruppi industriali internazionali credano nelle potenzialità del Paese.

In Italia, il Gruppo distribuisce carburanti per il trasporto pesante (attraverso la società AS24) e per l'aviazione (Total Aviazione), lubrificanti, additivi, fluidi speciali e relativi servizi (Total Italia) e polimeri (Total Petrochemicals). Produce inoltre componenti automobilistici (Hutchinson), guarnizioni in elastomero (GasketInternational) e combustibili per razzi (Cray Valley). Total è presente anche nel settore delle energie rinnovabili con batterie (Saft), pannelli solari (sunpower) e ottimizzazione energetica (Greenflex).

La strategia di Total, impegnato nella lotta al cambiamento climatico, è divenire la "major" dell'energia responsabile, fornendo energia accessibile, affidabile e pulita al maggior numero possibile di persone, attraverso sempre maggiori investimenti per aumentare le rinnovabili nel mix energetico, fornire soluzioni per il monitoraggio e stoccaggio della CO<sub>2</sub> e migliorare l'efficienza energetica.

# ELENCO IMPRESE EDIZIONI PRECEDENTI

## 2017

- ATLANTIA
- BIESEGROUP
- CISCO SYSTEMS
- DIASORIN
- DOW CHEMICAL
- FINCANTIERI
- GRUPPO CALZEDONIA
- GRUPPO ERG
- HITACHI
- LA MOLISANA

## 2016

- BAULI GROUP
- BREMBO
- COESIA
- DALLARA AUTOMOBILI
- DE MATTEIS AGROALIMENTARI
- ELI LILLY ITALIA
- FINECO BANK
- LUNGAROTTI
- THE NICE GROUP
- TECHNOGYM

## 2015

- ARGO TRACTORS
- AUTOMOBILI LAMBORGHINI
- AZIMUT-BENETTI GROUP
- BLACKSHAPE AIRCRAFT
- BOLTON ALIMENTARI
- FIAMM
- GRUPPO CAMPARI
- LOCCIONI GROUP
- LAVAZZA
- NANNINI

## 2014

- ARTEMIDE
- CANALI
- COMER INDUSTRIES
- FALCK RENEWABLES
- FELETTI
- GUALA CLOSURES GROUP
- LAMINAZIONE SOTTILE
- NONINO
- VALAGRO
- YOOX

## 2013

- AMPLIFON
- ARDUINO
- BRUNELLO CUCINELLI
- EATALY
- FLOS
- GROM
- LAGO
- LUNELLI
- MOLESKINE
- MONCLER
- MUTTI

### DISCLAIMER

Le informazioni contenute in questa pubblicazione non hanno alcuna finalità commerciale, né possono essere in alcun modo riprodotte e riutilizzate per fini non puramente informativi. Tutte le informazioni di base contenute nel testo sono basate su fonti pubbliche che The European House – Ambrosetti può esplicitare a chiunque le richieda.

I nomi delle aziende e dei brand citati in questa pubblicazione a fini informativi e scientifici sono di esclusiva proprietà intellettuale delle aziende suddette. Le descrizioni e gli attributi associati a ogni azienda esprimono le riflessioni e l'opinione del gruppo di lavoro The European House – Ambrosetti e in nessun modo quello delle stesse aziende rappresentate.