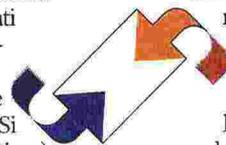


LETTERA AL RISPARMIATORE

Biesse, la sfida è accelerare le vendite negli Usa e crescere in Cina

di **Vittorio Carlini**

Accelerare il business negli Usa. Inoltre: incrementare le vendite in Cina dove la quota di mercato è ancora limitata. Il tutto anche sviluppando la rete commerciale di vendita. Sono alcune delle priorità di Biesse a sostegno del proprio business. Un'attività che, a fronte del 2015 caratterizzato da ricavi e redditività in rialzo, ha visto i conti del primo trimestre del 2016 viaggiare a due velocità. Il fatturato è aumentato a 117,6 milioni mentre le voci reddituali sono diminuite. Si tratta di una dinamica (quest'ultima) che induce dei timori al risparmiatore il quale teme possa sussistere qualche problematica. Biesse rigetta l'obiezione. In termini di fatturato, è l'indicazione, c'è stato un ritardo che ha impattato sull'Ebitda e l'utile operativo. Questo andamento, tuttavia, dovrebbe già sanarsi nel secondo trimestre convergendo così sugli



obiettivi del piano industriale 2016-2018 che, a livello di ricavi, prevede una crescita media annua nel triennio del 10,7%. Ciò detto, però, può ulteriormente obiettarsi che il calo dell'Ebitda è conseguente anche al rialzo del costo del lavoro. Vero, indica Biesse. Ma il trend è l'effetto diretto dell'allargamento della rete commerciale, ad esempio in Cina. Si tratta, insomma, di una dinamica contingente che non desta preoccupazione. Anche perché, aggiunge l'azienda, da un lato è una strategia voluta per sostenere il business. E, dall'altro, viene confermato il target del business plan sulla stessa redditività (Ebitda con una crescita media annua, nel triennio, del 14,3%).

Servizio > pagina 16

www.ilssole24ore.com/finanza

La «Lettera» online per gli abbonati

La sfida globale di Biesse: allargare la rete di vendita per crescere in Usa e Asia

Il gruppo diversifica l'attività nelle plastiche e nei materiali avanzati
La Cina rallenta: per l'azienda c'è spazio per sviluppare il business

di **Vittorio Carlini**

Accelerare il business in Nord America, soprattutto negli Stati Uniti. Inoltre: incrementare le vendite in Cina dove, al contrario dell'America, la quota di mercato è ancora limitata. Il tutto anche, e soprattutto, sviluppando la rete commerciale di vendita. Sono alcune delle priorità di Biesse a sostegno del proprio business.

Un'attività che, a fronte del 2015 caratterizzato da ricavi (+21,5%) e redditività in rialzo (utile netto a 21,1 milioni), ha visto i conti del primo trimestre del 2016 viaggiare a due velocità. Il fatturato è aumentato a 117,6 milioni mentre le voci reddituali (dall'Ebitda in giù) sono diminuite.

Si tratta di una dinamica (quest'ultima) che, inevitabilmente, induce dei timori al risparmiatore il quale teme possa sussistere qualche problematica rispetto allo sviluppo del business. Biesse rigetta l'obiezione. In termini di fatturato, è l'indicazione, c'è stato un ritardo che ha impattato sull'Ebitda e l'utile operativo. Questo andamento, tuttavia, dovrebbe già sanarsi nel secondo trimestre convergendo così sugli obiettivi del piano industriale 2016-2018 che, a livello di ricavi, prevede una crescita media annua nel triennio del 10,7%.

Ciò detto, però, può ulteriormente obiettarsi che il calo dell'Ebitda è conseguente anche al rialzo del costo del lavoro. Vero, indica Biesse. Ma il trend indicato è l'effetto diretto dell'allar-

gamento della rete commerciale, ad esempio in Cina. Si tratta, insomma, di una dinamica contingente che non desta preoccupazione.

Anche perché, aggiunge l'azienda, da un lato è una strategia voluta per sostenere il business. E, dall'altro, viene confermato il target del business plan sulla stessa redditività (Ebitda con una crescita media annua, nel triennio, del 14,3%).

Al di là dei numeri del conto economico il risparmiatore è tuttavia interessato allo sviluppo aziendale. Tra i focus, per l'appunto, c'è l'accelerazione delle attività negli Stati Uniti. Nel 2015 i ricavi nel Nord America (che comprende anche il Canada) hanno raggiunto quota 91 milioni (+51,9% rispetto al 2014). Ebbene, l'intenzione è di spingere ulteriormente le vendite rispetto a quanto già realizzato.

A ben vedere un primo driver a sostegno della strategia è la dinamica delle stesse costruzioni. Lo scorso giugno, seppure i dati dei precedenti mesi sono stati rivisti al ribasso, l'avvio di nuovi cantieri è salito del 4,8%. Un numero, essendo l'attività di società come Biesse legata all'housing, indubbiamente incoraggiante.

Oltre a ciò deve ricordarsi la richiesta di macchine sempre più sofisticate. Da un lato i clienti chiedono unità produttive integrate, attraverso software, con la loro filiera logistica e distributiva. Dall'altro, gli stessi sistemi integrati devono essere contraddistinti da un elevato tasso di automazione. Tutte caratteristiche, sottolinea la multinazionale tascabile, su cui Biesse da

tempo ha focalizzato i suoi sforzi. Di conseguenza, aggiunge sempre il gruppo, esiste l'opportunità per sfruttare la domanda indicata.

Ma non sono solo gli Stati Uniti. C'è anche l'Asia. La società, a ben vedere, è impegnata ad allargare la rete commerciale a livello globale. Una strategia che, soprattutto in Cina, assume maggiore rilevanza. Nel Paese del Dragone l'obiettivo è guadagnare quote di mercato, in particolare nel settore del legno (oltre che del vetro). In Cina Biesse realizza circa 12 milioni di fatturato. Un valore considerato limitato. Di qui, da un lato, l'impegno sul fronte del canale distributivo; e, dall'altro, l'obiettivo di raggiungere nel triennio un giro d'affari generato in loco intorno a 30 milioni.

Al che, però, può obiettarsi: il tasso di crescita dell'economia cinese va rallentando. Un andamento che potrebbe essere d'ostacolo allo sviluppo aziendale in loco. La considerazione, a ben vedere, non pare corretta. Certo, la minore crescita del Pil del Paese del Dragone è nei numeri. Tuttavia: la ancora limitata quota di mercato del gruppo rende, in generale, resiliente alla congiuntura il suo business. Il quale, indipendentemente dalla congiuntura, ha, secondo l'azienda, spazio per crescere.

Già, lo spazio per crescere. Un'altra area su cui sempre di più si articola la presenza di Biesse è il Sud Est Asiatico. Nel 2015 il gruppo ha inaugurato la sede commerciale a Kuala Lumpur in Malesia. Questo è l'hub della zona ri-

spetto alla quale l'output, sul fronte della macchina top di gamma, sarà oggetto dell'export dall'Italia. Riguardo, invece, a quelle meno costose la produzione verrà, da un lato, garantita dall'impianto di Bangalore in India (che supporterà il mercato interno e l'export). Dall'altro, ci sarà eventualmente anche il supporto della fabbrica di Donguann in Cina.

Fin qui le indicazioni rispetto al Lontano Oriente e all'altra sponda dell'Oceano atlantico. Quali, invece, le prospettive per il più importante mercato di Biesse, l'Europa Occidentale? Lo scorso anno, nell'area, le vendite sono cresciute del 23%. In generale la dinamica del business è positiva in Paesi come l'Italia, la Spagna, la Francia e quelli del Nord Europa. Ciò detto, *rebus sic stantibus*, una parola ricorre alla mente: Brexit. Il risparmiatore teme che la prossima futura uscita della Gran Bretagna dall'Ue possa incidere sullo sviluppo di Biesse. La società smorza i timori. In primis ricorda, da un lato, che si tratta di una variabile trasversale a tutti i settori economici; e dall'altro che, essendo un evento mai verificato prima, è difficile fare delle previsioni. Ciò detto, tuttavia, può rimarcarsi che società quali Biesse sono influenzate dall'andamento delle costruzioni. Quel real estate che proprio a Londra dà segni di nervosismo. Biesse ribatte, in primis, che allo stato attuale c'è nessun impatto sugli ordini. Inoltre, aggiunge l'azienda, la sua esposizione allo Stato britanni-

co è limitata. Insomma: della Brexit non c'è ne preoccupama, eventualmente, c'è ne occupa.

Ciò detto il tema del referendum offre lo spunto per analizzare, sempre sul fronte geografico, una caratteristica del business di Biesse: la sua diversificazione. Una condizione che, nel momento in cui un singolo mercato ha dei problemi, può essere controbilanciato dalle dinamiche di altri Paesi. In tal modo, sottolineano alcuni esperti, è stato possibile ammortizzare il rallentamento in Stati quali la Russia o il Brasile.

L'articolazione del business, peraltro, non riguarda i soli mercati. Bensì, le stesse tipologie di prodotto. Per meglio comprendere la dinamica è dapprima utile ricordare l'oggetto sociale del gruppo. Questo, essenzialmente, si riconduce alla progettazione, sviluppo e produzione di macchine e sistemi per la lavorazione di legno, vetro e pietra. Dall'impianto «chiavi in mano» per la grande industria fino alla fresatrice a controllo numerico usata dall'artigiano. Il business, in tal senso, è diviso in due grandi aree: da un lato la storica, e più importante, «Divisione Legno» (73,2% il peso sui ricavi, a fine 2015, al lordo delle elisioni); dall'altro, quella per il «Vetro e la Pietra» (15,6%). A queste deve aggiungersi, poi, la cosiddetta «Meccatronica» (14,2%). Cioè, i singoli componenti tecnologici meccanici, hardware e software. Ebbene: alle indicate divisioni (senza dimenticare il

tooling e le componenti) di fatto si aggiunge, aumentando per l'appunto la diversificazione del gruppo, il nuovo business su plastiche e materiali avanzati. Una strategia che, a ben vedere, sfrutta due elementi. Il primo è che la struttura di base delle nuove macchine è la stessa di quelle tradizionali realizzate da Biesse. Il secondo è che Hsd, società del gruppo attiva nella meccatronica, da tempo vende a terzi la componentistica per la plastica. A fronte di un simile contesto Biesse ha deciso di costruire lei le macchine intere. Certo, il core business resta legato al legno, vetro e pietra. Tuttavia l'obiettivo, ricordando anche il fronte più futuribile (seppure con Uniteam qualche passo concreto è già compiuto) della lavorazione dei metalli, è di raggiungere i 20 milioni di ricavi nel 2018.

Ciò detto quali prospettive per il futuro? Biesse, su questo fronte, conferma gli obiettivi del piano d'impresa 2016-2018. Tra gli altri: l'incremento medio annuo del fatturato del 10,7% (oltre 704 milioni di ricavi attesi nel 2018); la crescita media annua triennale dell'Ebit del 17,9% (Ebit margin al 10,2% a fine arco di piano); un free cash flow positivo per complessivi 82 milioni sempre nell'arco di piano. Riguardo, invece, al più breve periodo? Il gruppo, si richiama sempre, a quanto già indicato nel business plan. Tra le altre cose: l'obiettivo a fine anno su ricavi e Mol è rispettivamente di 572,1 milioni e 73,6 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Domande & risposte

Quali le indicazioni dell'analisi tecnica?

Il titolo Biesse sta attraversando una fase delicata da un punto di vista tecnico. Le quotazioni sono in una fase di consolidamento e vanno testando un supporto strategico in area 10,5 euro. Per tre volte l'azione ha rimbalzato in prossimità di questo livello. Una violazione al ribasso per alcune sedute sarebbe particolarmente negativa con un rischio concreto di spingere i prezzi verso decisamente sotto quota 10 euro. Affinché le quotazioni si stabilizzino è necessario che i prezzi si allontanino verso l'alto da area 10,5 puntando come target verso 14,5 euro. Solo oltre questa resistenza ci sono i presupposti perché il trend rialzista riprenda pienamente.

(di Andrea Gennai)

Quali i Capex previsti nel 2016?

Il gruppo prevede circa 32 milioni di Capex nel 2016. Si tratta di una cifra superiore allo scorso anno che è stata intorno ai 25 milioni. Degli investimenti capitalizzati nell'esercizio in corso circa 9-10 sono indirizzati nell'R&D. Impieghi su nuovi prodotti. Il resto degli esborsi, invece, è per l'aumento della capacità produttiva. In particolare sugli impianti in Italia, India e Cina.

Quale l'andamento del portafoglio prodotti del gruppo?

Nel primo trimestre del 2016, secondo quanto indicato dalla società, c'è stata

un'entrata ordini di gruppo (macchine) con un incremento complessivo, rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente, del 5,5%. È salito del 31,0% anche il portafoglio ordini il cui valore ha quasi raggiunto i 163 milioni di euro. Questo per quanto riguarda il passato. Rispetto, invece, al futuro? La società indica che la dinamica degli ordini prosegue positivamente.

Nel primo trimestre del 2016 il capitale circolante operativo netto è aumentato rispetto alla fine del 2015. Una dinamica che, assorbendo cassa, non piace al risparmiatore...

La società indica che c'è nessun problema. Si tratta, essenzialmente, dell'incremento delle rimanenze dovuto da un lato all'apertura degli showroom in Malesia e Stati Uniti; e, dall'altro, alla crescita stessa del business. Peraltro, viene ricordato, i giorni medi d'incasso sono intorno a 60 mentre quelli di pagamento sono a circa 120 giorni. Si tratta, insomma, di una situazione efficiente per la società. La quale, rispetto alla fine del 2016, conferma l'obiettivo un capitale circolante operativo netto con un'incidenza sui ricavi a circa il 12,6%.

Quale l'andamento del debito netto?

Alla fine del primo trimestre del 2016 la Posizione finanziaria netta (Pfn) era in rosso per 11,8 milioni in rialzo rispetto al 31 dicembre 2015, anche in considerazione della ciclicità tipica di Biesse. L'attesa futura è per un miglioramento tanto che, alla fine del 2016, la stima è di una Pfn positiva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VARIABILE GEOPOLITICA

Brexit

La società: limitata l'esposizione all'Inghilterra

ANALISI TECNICA

10,5 euro

Il supporto definito dai «graficisti»

I numeri del Gruppo Biesse

