

Refrigerazione. Accordi con fondo Usa Epta emette bond negli Stati Uniti per crescere in Asia

Laura Cavestri

MILANO

«Quotarsi? Per ora non è il momento» spiega Marco Nocivelli, amministratore delegato di Epta group, multinazionale italiana della refrigerazione industriale, con sede a Milano.

«Tuttavia - aggiunge - attraverso il percorso propedeutico fatto con il programma Elite di Borsa Italiana, abbiamo firmato pochi giorni fa un contratto *shelf* con lo statunitense Prisco Capital Group per l'emissione di obbligazioni tramite un programma di *private placement*. Per ora abbiamo collocato 20 milioni di euro di obbligazioni a 7 anni e a tasso fisso pari al 2,3%. Ma sono possibili ulteriori emissioni fino a 120 milioni di dollari (o euro equivalenti, in base al cambio)».

Obiettivo, diversificare le proprie fonti di finanziamento, per crescere in Asia e arrivare a 1 miliardo di euro di fatturato entro il 2020.

Con 4mila addetti, 7 brand, 11 stabilimenti tra Europa, Argentina e Cina - il gruppo Epta chiude tonico il consolidato 2015.

I ricavi hanno raggiunto i 767 milioni di euro, evidenziando un aumento del 15,7% (+104 milioni di euro rispetto al 2014). Il margine operativo è di 43,3 milioni (a +29,6%, pari a 9,9 milioni in più rispetto al 2014). Il risultato netto d'esercizio raggiunto dal Gruppo è di 29 milioni, in crescita del 52,6% (+10 milioni sul 2014).

Infine, la posizione finanziaria netta è pari a 27 milioni di euro (in notevole miglioramento rispetto al dato dell'anno precedente di quasi 60 milioni), mentre il 2015 chiude con un patrimonio netto di 253 milioni di euro rispetto al dato dell'anno precedente, che era di 221 milioni.

Se - dati Anima (l'Associazione della meccanica varia) - le esportazioni del comparto, grazie alla capacità di coniuga-

re tecnologia e qualità, si attestano intorno al 56%, per il gruppo Epta, che riunisce alcuni dei marchi più noti di refrigeratori da supermercati, hotel e ristoranti, l'export copre l'85% del fatturato. Solo il 15% l'Italia. Oltre l'80% della produzione resta tuttavia in Europa (Gran Bretagna, Germania, Francia, Paesi scandinavi dell'Est). Il resto va nell'area extra-Ue, soprattutto in Cina e in Sud America.

«Il nostro settore - spiega Nocivelli - è ad alta innovazione tecnologica e continua a trovare migliori condizioni di sviluppo nelle economie mature

RADICI NEI MERCATI MATURI

La multinazionale milanese ha chiuso il 2015 con ricavi per 767 milioni (+15,7%) ed un export dell'85% soprattutto in Europa

ma con un tasso di crescita più dinamico di quello italiano. Siamo tradizionalmente forti in Germania, Francia e Regno Unito. Nell'est Europa abbiamo seguito lo sviluppo di questi anni. Mentre l'anno scorso, con l'acquisizione della danese Knudsen Kølring, specializzata in impianto di refrigerazioni a CO₂, cioè eco-friendly, cresciamo dove più alta è l'attenzione alla sostenibilità».

Intanto, nel medio periodo, la strategia è quella di impiegare le risorse maggiori alla penetrazione sul mercato cinese. E, nonostante l'instabilità, la produzione in Argentina consente di mantenere un presidio a dazio ridotto in Sud America.

«Per ora restiamo fuori dagli Usa - conclude Nocivelli -. Ancora troppo diverse e costose le certificazioni di conformità statunitensi cui adeguarsi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

