

La top ten

Fatturato 2006 (con variazione sul 2005), incidenza della redditività lorda sul giro d'affari e peso delle vendite sul totale del settore delle prime 10 aziende italiane della ceramica. I dati sono tratti dai bilanci consolidati

Gruppo	Peso sulle vendite di settore 2006 (in %)	Fatturato 2006 (in migliaia di euro)	Variazione fatturato 2006/2005 (in %)	Ebitda 2006 % sul fatturato
Gruppo Marazzi	16,79	964.065	6,7	18,6
Gruppo Concorde	10,11	580.758	10,5	21,7
Gruppo Coop Ceramica di Imola	6,72	385.654	5,1	10,7
Finfloor (Gruppo Florim)	6,19	355.214	3,4	11,7
Panariagroup*	6,12	351.559	45,4	14,2
Fincea (Gruppo Iris)	5,66	324.765	4,2	15,8
Gruppo Ceramiche Ricchetti	4,92	282.278	0,3	7,0
Speranza (Gruppo Emilceramica)	3,59	206.112	11,5	11,4
Gruppo Granitifiandre	3,47	199.089	13,0	14,2
Casalgrande Padana	3,09	177.316	10,1	15,8

\* Area di consolidamento variata con l'inserimento delle controllate Novagres e Florida Tile  
Fonte: elaborazione Studio Ballarini - Sassuolo



LA RINCORSA

Vince la dimensione

Le aziende di maggiore dimensione hanno realizzato importanti variazioni sul fronte della redditività. In testa a tutte, il gruppo Concorde che nel 2006 ha fatto registrare un Ebitda del 21,7% rispetto al fatturato, seguito da Marazzi (18,6%) e dal gruppo Iris e Casalgrande padana (entrambe a +15,8%).

Panariagroup si espande

Nel corso del 2006 la crescita dei ricavi ha superato il 45% grazie al consolidamento delle controllate Novagres e Florida Tiles. L'Ebitda ha raggiunto il 14,2% rispetto al fatturato.

Solo Granitifiandre (+23,8%) è stata positiva sui 18 mesi

# Quotate, cedole ghiotte ma titoli in flessione

Offrono dividendi più generosi rispetto alle altre quotate del Mib chimici e del settore delle costruzioni - 1,94% contro, rispettivamente, l'1,78% e l'1,80% - e hanno anche un rapporto price/earning più interessante (14,47). Tuttavia, nell'ultimo anno e mezzo i titoli delle quattro aziende della piastrella quotate a Piazza Affari (Granitifiandre, Marazzi, Panariagroup e Ceramiche Ricchetti) hanno avuto performance meno brillanti - quando il mercato "tirava" - sia rispetto alle azioni del Mib Costruzioni sia rispetto all'insieme del S&PMib. Nelle ultimi

marzo 2006, vicino quindi a quota 100. Un risultato all'unisono con le dinamiche del settore, che a luglio ha registrato un brusco calo della produzione (-7,6%, a parità di giorni lavorati) rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

Grazie al Toptix è possibile verificare anche l'andamento delle singole società. Granitifiandre, presieduta da Graziano Verdi, per esempio, è l'unica ad aver messo a segno performance superiori all'indice; le altre hanno avuto dal 20 marzo 2006 - ma anche durante i primi nove mesi di quest'anno - andamenti più altalenanti. E, comunque, nelle ultime settimane di rilevazione sono tutte e tre al di sotto della curva tracciata dall'indice. Al lordo dei dividendi, infatti, dal 20 marzo 2006, Granitifiandre è l'unica ad aver messo a segno una performance positiva (+23,8%), mentre le altre hanno perduto qualcosa: dal -4% del gruppo Marazzi al -12,6% di Panariagroup.

TOPTIX IN FLESSIONE

Per l'indice che raggruppa le ditte del settore la caduta iniziata nel luglio scorso ha riportato i valori al livello di marzo 2006

me settimane, i titoli ceramici hanno continuato a dondolare: prima, con tutti gli indici in calo, c'è stato un riallineamento sui valori degli altri segmenti; poi, dopo la presentazione delle semestrali, un ulteriore peggioramento. È questo l'andamento registrato dal Top Tiles Index (Toptix), l'indice di Borsa ad hoc - calcolato dallo Studio Ballarini di Sassuolo - che dal 20 marzo 2006 registra l'andamento delle quattro società della piastrella quotate. Dal 2007 hanno vissuto tra alti e bassi: se a luglio, dopo una lunga risalita, iniziata nell'ottobre scorso, il Toptix aveva raggiunto il suo picco massimo dall'inizio della rilevazione (+14,95%), nelle settimane successive è iniziata una curva discendente che lo ha riportato a livelli prossimi a quelli del



Graziano Verdi. Presidente Granitifiandre

getici - le ragioni per essere ottimisti. Granitifiandre ha chiuso a giugno con ricavi per 120,8 milioni (+20,9%), un Ebitda positivo (+78,4%) e un risultato netto di 4,5 milioni (contro il -1,6 milioni del primo semestre 2006, dovuto agli effetti del cambio con il dollaro). Marazzi Group ha visto crescere il fatturato del 3,7% e il risultato operativo lordo dello 0,7%, mentre a registrato un calo dell'utile netto a quota 29,9 milioni (erano 31,4 nel 2006). Panariagroup ha incrementato il fatturato (+4,4%), ma ha avuto un Mol con il segno meno (-7,4%) - per effetto della riorganizzazione della società americana Florida Tile - e un utile netto negativo (-27,4%). Il Gruppo ceramiche Ricchetti, infine, ha accresciuto il giro d'affari (+0,9%), a quota 145,6 milioni, Ebitda (+34%) e utile netto consolidato, a 4,6 milioni (+43,7%).

Bilanci. Migliorano i conti anche delle piccole imprese con fatturati medi in aumento di oltre il 6%

# Utili frenati dagli oneri finanziari

La redditività sale ma in misura minore rispetto alla crescita dei ricavi

Andrea Lanzarini

Vendite in aumento per tutte le classi dimensionali. Una redditività lorda che torna a frecciare di segni positivi, sia pur con variazioni percentuali minime, dopo i cali registrati nel 2005. Qualche problema, invece, sul fronte degli utili, a causa di una maggiore incidenza degli oneri finanziari.

È la fotografia scatta dall'ultima indagine sui bilanci 2006 (180 imprese) condotta dallo studio Ballarini di Sassuolo, che mette sotto la lente tre diversi campioni di imprese ceramiche non collegate da partecipazioni reciproche. In totale, 30 aziende: i primi 10 gruppi del distretto sassolese - che insieme generano il 67% del giro d'affari della piastrella italiana - inserite nel cosiddetto "gruppo A"; un campione di altre 10 - il "gruppo B" - il cui fatturato complessivo "vale" il 14,7% del settore; e il "gruppo C", che pesa sul fatturato del settore per il 5,2 per cento. Un universo molto significativo, visto che si tratta di aziende che

insieme generano l'86% delle vendite totali della ceramica made in Italy.

«Rispetto alla precedente indagine - dice Alfredo Ballarini, consulente ed esperto di finanza aziendale del settore - il campione preso in esame è leggermente cambiato. Tuttavia, volendo fare un confronto con il passato, si nota che nel 2006 c'è stata maggiore uniformità nelle performance del fatturato, cresciuto con percentuali più alte rispetto al 2005 e con variazioni simili per tutte le classi dimensionali. È un dato interessante: per i piccoli avere crescite dell'ordine del 6% non è un risultato di poco conto, visto che, media-

mente, dispongono di una rete distributiva meno organizzata; ma è un risultato importante anche per i grandi, che hanno fatturato già molto alti».

E, infatti, la schiera dei big (il "gruppo A") ha nel 2006 complessivamente generato un fatturato di 3,827 milioni: un +9,45%, se comprendiamo anche i risultati messi a segno da alcuni recenti acquisti. È il caso, per esempio, di Novagres e Florida Tile, recentemente entrate a far parte di Panariagroup, che hanno portato in dote fatturati da 103 milioni negli ultimi mesi. Nonostante ciò, i risultati dei principali attori del distretto di Sassuolo sono ottimi, se si pensa che, omogeneizzando il dato, la crescita è stata comunque del 6,5 per cento. Performance simili anche per il giro d'affari degli altri due gruppi: le imprese del "gruppo B" - che insieme hanno registrato vendite per 844 milioni - sono cresciute del 6,4%; quelle del "gruppo C" del 6,2%, raggiungendo quota 296 milioni.

Discreto il risultato ottenuto sul fronte della redditività lorda. L'Ebitda ha complessivamente tenuto, rispetto al passato: il che significa che i ricavi hanno ben compensato la dinamica dei costi operativi (materie prime, energia e personale, per esempio). Per quanto riguarda il "gruppo A", il margine operativo lordo ha pesato per il 15,4%

mentale, dispongono di una rete distributiva meno organizzata; ma è un risultato importante anche per i grandi, che hanno fatturato già molto alti».

EBITDA SOPRA LE ATTESE

I margini hanno tenuto nonostante il rincaro dei fattori della produzione. Pesa l'effetto delle materie prime

mentale, dispongono di una rete distributiva meno organizzata; ma è un risultato importante anche per i grandi, che hanno fatturato già molto alti».

mentale, dispongono di una rete distributiva meno organizzata; ma è un risultato importante anche per i grandi, che hanno fatturato già molto alti».

mentale, dispongono di una rete distributiva meno organizzata; ma è un risultato importante anche per i grandi, che hanno fatturato già molto alti».