

il Mondo

SETTIMANALE ECONOMICO DI RIZZOLI **CORRIERE DELLA SERA**

Roberto Colaninno

GLI OCCHI
DEL PRIVATE EQUITY
SULLA PIAGGIO



Guido Barilla

PER KAMPS
BARILLA CHIUDE
L'ERA FIORANI

dossierbrescia

il Mondo

MATRICOLE LE STRATEGIE DELL'AZIENDA DI COCCAGLIO DOPO IL COLLOCAMENTO A PIAZZA AFFARI

Bialetti prende il caffè in Borsa

L'accordo con i Della Valle prevede, oltre al 10% delle azioni, un patto di sindacato e due uomini in cda

Per l'omino con i baffi, simbolo da oltre 70 anni di Bialetti, si aprono le porte di Piazza Affari. Ad accompagnarlo in questo viaggio, che potrebbe avere inizio già a fine di luglio, oltre a **Sole global coordinator** e allo sponsor **Unicredit markets & investments banking**, ci saranno due nomi noti dell'industria di qualità italiana, i fratelli **Diego e Andrea Della Valle**. A partire dalla data di ammissione alla quotazione avrà effetto la partecipazione, al 10%, dei patron della Tod's, che di recente sono entrati anche in **Piaggio**. «Ai due imprenditori marchigiani mi unisce, oltre a una profonda stima, anche una visione molto simile di imprenditoria», racconta **Francesco Ranzoni**, attuale presidente di Bialetti holding e nipote del fondatore di Rondine Italia che nel giro di 15 anni, dopo aver rilevato il marchio piemontese delle caffettiere, l'ha trasformata da impresa di media grandezza in una holding attiva in oltre 90 Paesi. Oltre al 10% delle



Le caffettiere della linea Gioielli di Bialetti. Sopra, Francesco Ranzoni

azioni, i Della Valle disporranno anche di due uomini in consiglio (che passerà da cinque a nove membri). «Questo ingresso e l'accordo di sindacato, che ci unisce a loro per tre anni, ci fanno pensare a una collaborazione a lungo termine» racconta, commentando la notizia, Ranzoni.

Le strategie del gruppo si muoveranno lungo tre binari. Il primo filone è quello delle acquisizioni: «Il collocamento in Borsa» prosegue il presidente «ci consentirà un aumento di capitale che guiderà la nostra crescita. Faremo acquisti se sul mercato troveremo occasioni interessanti». La seconda linea guida guarda all'estero con l'inaugurazione, già a inizio 2008, di uno stabilimento produttivo in India e con l'apertura di una decina di filiali, sette in Europa e le rimanenti tra Nord America ed Estremo Oriente. A guardar bene, i conti dell'azienda già parlano straniero. Il fatturato del gruppo, che in otto anni è passato

da 83 a 208,4 milioni, è realizzato per il 50,7% in Italia e per il 49,3% oltre confine (26% in Europa, 18% in America e il 5% nel resto del mondo). Anche il 2007 fa ben sperare: infatti, l'impresa ha chiuso il primo trimestre con 53,9 milioni di ricavi in crescita del 9,4% rispetto allo stesso periodo del 2006. Un trend positivo che ha riguardato in particolare due segmenti: l'accessoristica da cucina (che rappresenta da sola il 91% del fatturato) e i piccoli elettrodomestici la cui crescita è legata, soprattutto, al lancio sul mercato della Mokona, la prima macchina del caffè espresso di Bialetti. Il terzo punto della strategia del gruppo passa dai prodotti tra cui **Gioielli di Bialetti** (collezione di piccoli elettrodomestici e caffettiere di fascia alta), che possono contare su un investimento di 3 milioni. Ma c'è di più in cantiere: le ultime acquisizioni da parte del gruppo, in particolare Girmi e Aeternum, e il lancio di Mokona, quindi del caffè espresso, possono far pensare a ulteriori espansioni in settori merceologici lontani dal core business: la caffettiera con i baffi del Carosello.

Simone Fanti



LA

UN CONTENZIO
DI ANAS, F