

MADE IN ITALY
**MARCO NOCIVELLI:
FRIGORIFERI INDUSTRIALI,
RIPARTIRE SI PUÒ
CON UN BIG ITALIANO**
di **Daniela Polizzi** 12



Il presidente e ceo di Epta, leader nei macchinari per la refrigerazione, annuncia: risultato alla portata con lo sprint di inizio anno. Ora shopping negli Usa e in Asia. «Si può costruire un campione di settore con radici italiane»

di **Daniela Polizzi**

Una ripresa robusta, una domanda da ripartenza, con le fabbriche che lavorano sotto pressione. «Perché la ripresa corre, con i clienti che dall'estero vogliono la tecnologia made in Italy. Ma la spinta viene anche dalla richiesta di prodotti sostenibili, quindi le aziende accelerano i cantieri nella direzione della trasformazione ecologica». Ma con la fiammata produttiva c'è anche il nodo dell'aumento dei

prezzi delle materie prime, di energia e trasporti. «Per le aziende industriali il 2021 è contrassegnato da un aumento del costo dei materiali che può incidere sui margini, per questo gli imprenditori italiani devono investire di più sulle produzioni a valore aggiunto. Bisogna guardare lontano».

Marco Nocivelli, 55 anni, è presidente e ceo di Epta, sede a Milano e presenza in oltre 80 Paesi, circa 6 mila dipendenti, tra i maggiori gruppi nel settore della refrigerazione commerciale. Come dire,

Ritaglio stampa

Testata: L'Economia - Corriere della Sera

Pagina: 1,12

Diffusione: 388.000

Data: 12 Luglio 2021

ha clienti della taglia di Carrefour, Walmart, Aldi e Tesco su tutti i mercati, più Conad e le Coop in Italia. Per tutti, inclusi i maggiori marchi del food & beverage, produce macchine per conservare gli alimenti al freddo. «I cibi esigono innovazione sempre più forte e quindi nuove macchine», dice Nocivelli che l'industria la conosce bene. Un po' perché Epta ha 11 stabilimenti nel mondo, con un fatturato che ormai sfiora un miliardo di euro. E un po' perché l'imprenditore di origini bresciane è anche presidente di Anima, che in Confindustria raccoglie le imprese della meccanica a livello nazionale che si stanno dando da fare per soddisfare quella «domanda da ripartenza» e non lasciare che i clienti si rivolgano ai concorrenti in Germania o negli Stati Uniti.

Ha preso le redini operative nel 2011, convinto che fosse indispensabile fare della società fondata dal padre Luigi Nocivelli un player globale. Così in circa dieci anni ha siglato venti operazioni, tra acquisizioni e aperture di nuove sedi, che hanno spinto Epta in cima alla classifica con 908 milioni di fatturato, l'85% raccolto all'estero: 714 milioni in Europa e 140 nelle Americhe.

Doveva raggiungere quota un miliardo con un ebitda sopra il 10% nel 2020 «ma la pandemia e il lockdown anche in fabbrica ci ha fatto frenare».

E adesso cosa vede?

«Guardando al nostro fatturato dei primi sei mesi del 2021 — con ritmi di crescita superiori a quelli del 2019 — e i forti investimenti della grande distribuzione, mi sono convinto che l'obiettivo di un miliardo di ricavi a fine anno sia alla nostra portata. Dobbiamo essere ottimisti. Abbiamo investito e continueremo a farlo, con 25 milioni stanziati e 50 nuovi prodotti nel 2020. La grande distribuzione sta cambiando e spinge sull'innovazione, noi dobbiamo seguirla. Questa pandemia ha rimesso in discussione le grandi superfici a favore dei supermercati di prossimità che privilegia-

no prodotti freschi. Quindi noi ci siamo subito adattati con nuovi banchi frigoriferi. D'altronde la tecnologia è l'arma che permette al made in Italy di affermarsi sui mercati globali».

Ha timore di un aumento dei prezzi?

«Vedo che i listini dei container sono passati dai 1.500 euro dei momenti più bui della pandemia ai 12.500 delle spedizioni che arriveranno a settembre. Che si confrontano con i 4 mila pre-Covid. D'altronde c'è una corsa agli ordini per avere la merce, per tornare a riempire i magazzini. Il prezzo dell'acciaio è alle stelle e l'Ilva in Italia è stata chiusa a lungo. La reperibilità dei materiali è un tema forte in questo momento».

Voi siete una realtà grande che riesce a investire. Ma le Pmi, quelle della meccanica, riescono a stare al passo?

«I produttori di componentistica dovrebbero approfittare degli incentivi del governo per il rinnovo delle macchine. Solo così si torna a essere competitivi rispetto al Far East e si può essere pedine importanti nella catena di forniture».

C'è chi sta pensando di riportare le produzioni in Italia.

«Non si può fare per tutto, ed è tra l'altro importante essere presenti a livello globale perché questo dà maggiore flessibilità. Non credo nel tornare a chiudersi, bisogna sempre avere una pluralità di forniture, flessibilità sui mercati. Piuttosto, bisogna concentrarsi sull'industria innovativa. Se devo dare un consiglio, anticipate il cambiamento dei vostri macchinari. Altrimenti sarà un'altra occasione mancata. Un po' come è successo nell'industria dell'illuminazione. Quando c'è stato il passaggio dalle lampadine con il bulbo a quelle a Led, l'industria europea non ha tenuto il passo giocando a favore dei produttori asiatici che invece hanno investito sull'evoluzione tech della loro produzione. L'Italia è il secondo produttore europeo nella meccanica e deve continuare a giocare un ruolo primario. Con i tassi così bassi, adesso o mai più».

Ritaglio stampa

Testata: L'Economia - Corriere della Sera

Pagina: 1,12

Diffusione: 388.000

Data: 12 Luglio 2021

Che cosa vi chiedono i clienti della grande distribuzione?

«L'esplosione dell'e-commerce, del click&collect, cioè gli ordini online e il ritiro nei punti di raccolta, ci aveva già spinto a studiare prodotti innovativi come gli armadietti refrigerati EptaBricks per i supermercati o collaborare nella creazione di micro-supermercati condominiali con FrescoFrigo. In Francia, gli EptaBricks sono già adottati da Leclerc, Intermarché, Casino, Carrefour e SuperU».

Cos'è per voi la rivoluzione verde?

«Abbiamo eliminato i gas tradizionali con emissioni molto alte e brevettato sistemi che utilizzano la CO₂, senza emetterla, per raffreddare. Già, perché proprio la CO₂ ha un impatto 4 mila volte inferiore sull'ambiente rispetto ad altri refrigeranti. Con il Green Deal l'Ue spinge da tempo per promuovere questa

svolta nel nostro settore. I governi di Francia e Germania avevano già messo in atto strategie e sostegni per supportare questa svolta, l'Italia è rimasta indietro e ora ha negozi con attrezzature frigorifere più arretrate che dovranno ammodernarsi. Noi abbiamo supportato la battaglia di Bruxelles per l'introduzione delle etichette energetiche ed ora finalmente è arrivata la direttiva. I clienti ed i consumatori vogliono il cambiamento in questa direzione».

Gli altri piani?

«Il prossimo anno pubblicheremo il primo Bilancio integrato dove gli indicatori economici verranno completati dai criteri ESG. Sarà l'evoluzione della nostra Corporate and Social Responsibility che ci ha portato anche a riciclare il 95% degli scarti di lavorazione, oltre che ad alimentare gli stabilimenti con energia fotovoltaica e impianti geotermici».

Lei ha sempre pensato che la taglia di un'impresa fosse un fattore chiave. Arrivati a un miliardo di fatturato, a che punto siete del percorso?

«Sarebbe straordinario che da questa

fase nascessero nuove alleanze e aggregazioni per essere ancora più forti e grandi, una crescita indispensabile per seguire clienti che hanno una taglia globale. Investire è una missione che un imprenditore deve portare avanti per salvaguardare quello che hanno fatto le generazioni precedenti e trasmetterlo a quelle future. Mi piacerebbe che altri condividessero l'ispirazione di costruire con noi un campione con forti radici italiane».

Dove comprenderete?

«In media chiudiamo due o tre operazioni ogni due anni. Nel 2019 ne abbiamo firmate cinque. Credo che quest'anno riprenderemo il ritmo. Lo sguardo ha un ampio orizzonte, dall'Asia agli Stati Uniti, un mercato molto grande dove c'è spazio per crescere. Negli Usa abbiamo acquisito nel 2019 Kysor Warren, terzo produttore Usa di vetrine refrigerate con oltre 135 anni di storia dal gruppo Lennox, per il quale l'azienda non era più strategica. Ci farà da trampolino per quel mercato che vale circa un terzo di quello globale, pari a 40 miliardi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● Le famiglie

«Le aggregazioni ci stanno a cuore». Marco Nocivelli, con il resto della famiglia, aveva già aperto a nuovi soci per diventare più grandi. Nel 2013 hanno unito le forze con la famiglia di imprenditori piemontesi Triglio Godino, rimasti soci con il 20% e con un ruolo importante in azienda. «Abbiamo dimostrato di non essere un sistema

chiuso, dice l'imprenditore —. Sono un ingegnere, mi piace costruire per il futuro».

Ritaglio stampa

Testata: L'Economia - Corriere della Sera

Pagina: 1,12

Diffusione: 388.000

Data: 12 Luglio 2021