

COMPETITIVITÀ

Impianto Epta
per produrre vetro

Laura Cavestri ▶ pagina 13

Competitività. Investimento da 10 milioni e 60 nuovi addetti

Epta apre nuovo impianto
per il vetro nel Bellunese

Laura Cavestri

MILANO

Compleanno con taglio del nastro per il Gruppo Epta, la multinazionale "Made in Italy" della refrigerazione industriale (come i grandi banchi frigo da supermarket e *hotellerie*) da 800 milioni di fatturato 2015.

Con un investimento da 10 milioni di euro, il principale brand del gruppo – il marchio **Costàn** – che produce a Limana, nel bellunese, ha attivato, da alcuni giorni, un nuovo stabilimento: 5mila metri quadrati e 60 nuovi assunti, per realizzare una vetreria e internalizzare un componente, appunto le vetrate per gli apparati di refrigerazione, sino ad ora acquistato da un fornitore esterno, oggi in difficoltà.

Il nuovo stabilimento di Limana – avviato nel 2015 a fianco a quelli del quartier generale – punta a una capacità produttiva annua fino a 250mila pezzi, tra "vetri piani" e "vetri camera". Già funzionante a pieno regime, il taglio del nastro sarà però la prossima settimana, il 14 ottobre, quando lo stesso marchio **Costàn** compirà 70 anni.

«Crediamo nella competenza

del territorio, vogliamo mantenerla e ci crediamo – ha spiegato Marco Nocivelli, presidente e amministratore delegato del gruppo Epta –. Italia e Francia restano le nostre principali sedi produttive. Annualmente spendiamo, in media, 40 milioni di euro in investimenti, di cui circa metà in automazione degli impianti. Nei poli italiano e francese tendiamo a istituire i nostri progetti-pilota che poi, se positivi, vengono estesi alle altre realtà produttive, in Gran Bretagna, Spagna e Danimarca». Automazione che, secondo Nocivelli, «non sottrae posti di lavoro ma trasforma le mansioni dei profili più giovani da assumere».

Con 4mila addetti, 7 brand, 11 stabilimenti tra Europa, Argentina e Cina e l'85% del fatturato da export, la strategia del Gruppo Epta – che nel 2016 punta a supe-

rare gli 800 milioni di euro di fatturato, per diventare una "1 billion company" nel 2020 – è quella di crescere, principalmente, per acquisizioni. «Non ne vediamo nell'immediato – ha detto Novicelli – anche se ci sono diversi contatti. L'obiettivo resta quello di consolidarsi in Europa e crescere in Cina e Far East».

«Il nostro settore – ha aggiunto Nocivelli – è ad alta innovazione tecnologica e continua a trovare migliori condizioni di sviluppo nelle economie mature ma con un tasso di crescita più dinamico di quello italiano. Siamo tradizionalmente forti in Germania, Francia e Regno Unito. Mentre l'anno scorso, con l'acquisizione della danese Knudsen Kølning, specializzata in impianto di refrigerazioni a CO₂, cioè eco-friendly, cresciamo dove più alta è l'attenzione alla sostenibilità».

Al momento, la produzione in Argentina consente anche di mantenere un presidio a dazio ridotto in Sud America. Mentre il mercato Usa rimane difficile per le differenti (e costose) certificazioni di conformità richieste.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

40 milioni

Investimenti annui
È quanto il Gruppo investe mediamente ogni anno

Ritaglio stampa
Testata: Il Sole 24 Ore
Pagina: 11; 13
Diffusione: 355.049
Data: 07 Ottobre 2016