



Finanza



## Epta: un bilancio che onora il made in Italy



Marco Nocivelli

Epta Spa, multinazionale specializzata nella refrigerazione commerciale, ha approvato il bilancio consolidato al 31 dicembre 2015, che, nonostante uno scenario economico mondiale ancora incerto, conferma, la vivacità del made in Italy. Una recente indagine, condotta da Anima (la federazione della meccanica), evidenzia che le esportazioni del comparto si attestano al 56% della nostra produzione: in tal senso, i crescenti investimenti in innovazione e servizi, hanno un ruolo decisivo.

I ricavi consolidati di Epta hanno raggiunto 767 milioni di euro, in aumento del 15,7 per cento. Il dato riflette la struttura geografica del fatturato, dove l'Italia pesa per il 15% e l'estero per l'85. La variazione è dovuta sia a cause organiche, sia al cambio di perimetro di consolidamento, verificatosi in seguito all'acquisizione, nel luglio 2015, della danese Knudsen Kølring.

Il margine operativo è di 43,3 milioni, in crescita del 29,6% e il risultato netto d'esercizio tocca 29 milioni, mettendo a segno un +52,6 per cento. La posizione finanziaria netta è pari a 27 milioni, in notevole miglioramento rispetto al dato precedente, di 59,5 milioni. Il 2015 chiude con un patrimonio netto di 253 milioni, rispetto ai 221 del 2014.

Tra gli avvenimenti verificatisi dopo la chiusura di esercizio va segnalato, dal punto di vista finanziario, il collocamento di titoli obbligazionari presso Pricoa Capital Group (gruppo Prudential Financial) per un valore di 20 milioni, nell'ambito di un contratto shelf che prevede la possibilità di ulteriori lotti fino a un ammontare di 120 milioni di dollari. I titoli sono stati emessi in un'unica tranche e hanno una durata di 7 anni, con tasso fisso pari al 2,30 per cento.

"Epta si posiziona come una delle eccellenze nel panorama nazionale. I risultati 2015 sono positivi e in linea con il nostro piano industriale: abbiamo registrato una crescita di fatturato consolidato e un risultato netto incrementato rispetto al 2014, soprattutto grazie alla nostra strategia, che si traduce nel perseguire una politica di internazionalizzazione e diversificazione sui mercati esteri, commenta l'amministratore delegato, Marco Nocivelli.

"In questo contesto - conclude - il gruppo ha investito nella ricerca di sistemi completi e differenziati per segmento, retail, food&beverage e Horeca, a cui abbiamo fornito soluzioni sostenibili, tecnologicamente all'avanguardia, dal design evoluto e progettate insieme ai nostri clienti internazionali, ottenendo una forte crescita della quota di mercato".

23 Maggio 2016