

Piovan in Borsa per cambiare passo

Il costruttore veneto punta ad ottenere, oltre a risorse finanziarie per possibili acquisizioni, anche maggiore visibilità internazionale e presso i grandi clienti.

8 ottobre 2018 16:10



È partito oggi a Milano il road-show finanziario di Piovan con tappe nelle principali capitali finanziarie europee e oltreoceano per presentare ai potenziali investitori le opportunità di crescita dell'azienda nei settori in cui opera: automazione dei processi di trasformazione di materie plastiche e prodotti alimentari in polvere. A due giorni dall'avvio dell'IPO - riservata a investitori qualificati e istituzionali (la negoziazione sul mercato Star di Borsa Italiana è previsto il 19 ottobre, [leggi articolo](#)), il Presidente Nicola Piovan, il CEO Filippo Zuppichin e il CFO Luca Sabadin (nella foto, rispettivamente al centro, a sinistra e a destra) hanno illustrato alla stampa finanziaria e di settore attività, mercati, indicatori economici e strategie di sviluppo dell'azienda.

PERCHÉ IN BORSA? Dopo aver tracciato la storia del gruppo, iniziata nel 1934 (anche se la plastica è arrivata solo nel 1964), Nicola Piovan (foto a destra) ha spiegato la decisione di quotarsi in Borsa, in un periodo non proprio propizio come l'attuale: "Ragioniamo in un'ottica di lungo periodo e quindi le attuali turbolenze dei mercati finanziari non ci preoccupano oltre misura - ha affermato -. Siamo un gruppo internazionale senza debiti, quindi poco sensibile ad aumenti dei tassi". "Riteniamo che la quotazione in Borsa ci possa offrire una maggiore visibilità internazionale e presso i grandi clienti, ci consentirà di attrarre talenti in azienda, creare una sana pressione nel gruppo per perseguire la strategia di crescita e costituire una solida governance per il futuro", ha aggiunto Piovan.

Le risorse finanziarie saranno destinate anche allo sviluppo del gruppo a livello internazionale: "Siamo concentrati soprattutto sulla crescita organica, ma non escludiamo acquisizioni, e per



questo il processo di scouting è continuo”, ha affermato Piovan. Acquisizioni che potrebbero seguire due filoni: espandere la presenza su nuovi mercati attraverso strutture produttive in loco, quindi una diversificazione geografica, come nel caso di Universal Dynamics negli Stati Uniti o FDM in Germania; oppure acquisire nuove tecnologie che richiederebbero troppo tempo per essere sviluppate internamente, come è successo con Penta. Nel primo caso, ha affermato il presidente del gruppo veneto, sono in corso colloqui con costruttori asiatici di attrezzature ausiliarie per materie plastiche in vista di possibili acquisizioni, che non sarebbero però imminenti.



MERCATI E OPPORTUNITÀ. A Filippo Zuppichin (foto a sinistra) è toccato il compito di presentare mercato e punti di forza della società, che conta sette stabilimenti (quattro dei quali all'estero), 1.080 addetti e un fatturato che l'anno scorso ha toccato 213,3 milioni di euro, con un adjusted Ebitda di 33 milioni di euro. Il mercato delle attrezzature ausiliarie per

l'industria della trasformazione di materie plastiche, vergini e riciclate, è atteso in crescita nei prossimi anni con un tasso medio del 7% annuo, dai circa 5,1 miliardi di dollari dell'anno scorso a 6,7 miliardi di dollari nel 2021. Piovan punta ad espandere la sua presenza in questo mercato, facendo leva sulla qualità del prodotto e sull'innovazione. Le attività di ricerca, sviluppo ed engineering coinvolgono 179 persone all'interno del gruppo e concentrano investimenti pari al 4% del fatturato. “Le prospettive più interessanti - ha sottolineato Zuppichin - s'intravedono nella lavorazione di materiali riciclati e bioplastiche”, due segmenti in cui l'azienda può vantare una consolidata esperienza, avendo fornito impianti a gruppi del calibro di Coca-Cola per il riciclo bottle-to-bottle di PET o di Novamont, nel settore dei biopolimeri, solo per citare due nomi noti al grande pubblico.

I punti di forza di Piovan sono la capacità di fornire impianti completi a monte delle macchine primarie (estrusori, presse, soffiatrici), anche in ottica Industria 4.0, compresi i programmi per gestione e supervisione centralizzata delle linee; una presenza globale grazie a filiali, stabilimenti e agenzie all'estero; basso rischio cliente, poiché anche quello più importante non contribuisce a più del 3% del fatturato del gruppo, e - infine - diversificazione sia a livello geografico (con oltre l'85% delle vendite fuori dall'Italia) che settoriale, servendo industrie diverse quali auto, packaging, componenti industriali e medicale. “Siamo quindi ben posizionati per cogliere la crescita del mercato e la globalizzazione”, ha concluso Zuppichin.

FONDAMENTALI FINANZIARI. Luca Sabadin (foto a destra), responsabile finanziario del gruppo, ha illustrato alla stampa i fondamentali dell'azienda. La società ha triplicato il fatturato negli ultimi dieci anni sia attraverso una crescita organica, che mediante acquisizioni mirate. L'85% delle vendite si concentra all'estero e il 90% proviene dai clienti finali. L'azienda vanta anche una redditività molto elevata, grazie alla leva operativa, e una forte generazione di cassa. Come ha sottolineato Sabadin, l'Ebitda è cresciuto ad un tasso medio dell'11% negli ultimi tre anni, due volte quello delle



vendite (+5,4% annuo tra il 2015 e il 2017): "Ogni cento euro in più di vendite, Piovan ottiene 25 euro di margini operativi lordi". Il 95 per cento dei profitti si trasforma in cassa anche grazie a investimenti ricorrenti molto contenuti. In questo modo, negli ultimi due anni la società ha potuto distribuire 24 milioni di dividendi, pur mantenendo una posizione finanziaria netta positiva. Il ritorno sul capitale investito (ROCE) si attesta così al 76%.



Nei primi sei mesi di quest'anno il fatturato è cresciuto del +24% a 127,4 milioni di euro, con un incremento dell'Ebitda del 44% a 18,3 milioni. Le vendite del segmento Plastica sono aumentate tra gennaio e giugno del +11,4%, passando da 85,6 a 95,4 milioni di euro, mentre quelle del nuovo segmento Food - entrato a far parte del gruppo nel 2014 con l'acquisizione di Penta (gestione e trattamento di prodotti in polvere) - sono aumentate da 1,6 a 15,6 milioni di euro, tasso di crescita caratteristico di una start-up, come per altro il nuovo campo di interesse viene considerato allo stato attuale da Piovan, che conta però di svilupparlo ulteriormente in futuro.

Per quanto concerne, infine, la politica dei dividendi, il presidente del gruppo veneto ha detto che l'obiettivo è una distribuzione intorno al 50% degli utili in condizioni ordinarie, ovvero in assenza di acquisizioni.

© Polimerica - Riproduzione riservata