

Non solo big del lusso: le Pmi italiane vincono grazie al valore del brand

La ricerca «3F - Il valore dei brand delle PMI italiane» di ICM Advisors e LC Publishing Group mette in evidenza la relazione tra strategie di marketing e branding e crescita delle piccole e medie aziende

di Giovanna Mancini

12 novembre 2019



La forza del brand aiuta le aziende a crescere ed essere competitive sui mercati internazionali. E non solo le solite note del lusso (Ferrari, Gucci, Prada...), ma anche le piccole e medie aziende, lo zoccolo duro della manifattura italiana. Lo dimostra la ricerca «3F - Il valore dei brand delle Pmi» condotta da ICM Advisors e LC Publishing Group e dedicata al valore dei brand delle realtà con fatturato fino a 300 milioni nei settori delle «3F»: Fashion, Food e Furniture.

L'edizione 2019 della ricerca ha analizzato **i risultati di 183 aziende** selezionate dal 2014 (anno di nascita dell'iniziativa) al 2018, **che insieme rappresentano un fatturato di oltre 16 miliardi di euro**, e si focalizza su 30 di queste. Si tratta di imprese che, ciascuna nel proprio settore, ha registrato risultati superiori alla media, sia in termini di fatturato (in alcuni casi superiore al 20%), sia di redditività. Tra i tanti fattori che hanno permesso questi risultati, spiega la ricerca, un ruolo chiave è stato giocato dalle strategie di valorizzazione del brand.

Ovvero strategie che, al di là delle tradizionali iniziative di comunicazione e marketing, puntano alla creazione di valore aggiunto anche **attraverso attività di co-branding, sinergie e collaborazioni** per unire le forze tra questi tre settori, altemanet indentificativi del made in Italy nel mondo, e competere con maggiore forza sullo scenario internazionale.

Trattandosi di iniziative molto costose, queste strategie richiedono la ricerca di capitali o competenze che spesso le piccole e medie imprese non hanno. Da qui la necessità di cercarle altrove. E proprio l'attrattività dei segmenti 3F del made in Italy consente di riuscirci: secondo la ricerca, **nel 2018 c'è stata un'intensa attività di investimento industriale e finanziario da parte di fondi di Private Equity e aziende industriali in tutti e tre i settori**. Sono state eseguite 162 operazioni, di cui 75 nel Food&beverage, 73 nel Fashion e 29 nel Furniture.

Nelle 30 aziende selezionate, ci sono state nel 2018 operazioni importanti: l'acquisizione del 70% dello storico brand Bertagni da parte del gruppo spagnolo Ebrofoods, l'ingresso di Italmobiliare in Caffè Borbone, il 40% di Valcismon al fondo Equinox, il fondo Alpha in Laminam e la quotazione di Monnalisa sul mercato AIM.

Se questo è lo scenario, **il ruolo del brand diventa centrale come leva di sviluppo** per le aziende grazie alla capacità di creare valore aggiunto anche industriale, non solo finanziario: è il punto di partenza per elaborare strategie di valorizzazione per un riconoscimento del potenziale in un'operazione di cessione o quotazione.

Le opportunità non mancano, osservano gli analisti che hanno realizzato la ricerca: in particolare **nel fashion, gli investimenti si stanno spostando proprio verso società di dimensioni inferiori**, anche con situazioni di turnaround ma con potenziale di crescita. Tuttavia, nel settore l'anno scorso c'è stata solo un IPO (Monnalisa su AIM), a conferma della propensione ancora scarsa delle Pmi della moda alla quotazione.

Più vivace – anche se in ambito industriale, più che finanziario – il settore Food, con alcuni brand noti oggetto di investimento o acquisizione: tra questi Monviso, Parmacotto, Rigoni d'Asiago, Forno d'Asolo, Pastiglie Leone, Melegatti, Costa d'Oro. In particolare, 15 operazioni hanno riguardato marchi del vino o di alcolici e del Caffè, tra cui Caffè Borbone.

Anche l' **interesse degli investitori per le aziende arredamento-design** – un settore tradizionalmente più statico rispetto agli altri due – è aumentato notevolmente negli ultimi 5 anni, soprattutto per i brand di alta gamma e aziende tecnologicamente innovative. In questo periodo si sono moltiplicate le operazioni che hanno dato vita a holding di investimento finalizzate ad acquisire, ristrutturare e far crescere aziende del design-arredo.



Riproduzione riservata ©

Loading...

P.I. 00777910159 |

| © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

Per la tua pubblicità sul sito: |