

DOLCIARIO. Il gruppo chiude l'anno in crescita: +13% il giro d'affari, +50% l'utile e +25% l'Ebitda

Vicenzi, i ricavi del 2017 verso quota 120 milioni

Strategia: 20 milioni da investire per robotizzare la produzione

Il presidente: «E conquisteremo gli Usa con le tradizionali latte»

Il cfo Ceffoli: «Una ricerca ci colloca tra le aziende Food eccellenti per balzo di Ebitda e fatturato»

Silvia Allegri

La Stella in piazza Brà, la cui esposizione a Natale è garantita da quattro anni proprio dal gruppo scaligero Vicenzi, sembra anche funzionare da buon auspicio ai risultati dell'azienda. La Vicenzi vede una chiusura dell'anno con una quota ricavi di circa 120 milioni di euro (contro i 106 milioni del 2016) e un Ebitda di 11 milioni, segnando così una crescita del 25% rispetto al 2016, utili in crescita di oltre il 50%, a circa 4 milioni.

«La posizione finanziaria in netto miglioramento consentirà all'azienda di programmare un piano di oltre 20 milioni di investimenti nei prossimi 2 anni», spiega Filippo Ceffoli, Cfo (responsabile finanziario) dell'azienda. «L'obiettivo è quello di aumentare la capacità produttiva e robotizzare il processo di produzione sulla scia delle opportunità offerte dal Piano Nazionale Industria 4.0». Lo stesso Ceffoli citando una recente pubblicazione di Icm Research sul valore del portafoglio marchi delle prime 50

aziende made in Italy del Food, Fashion e Forniture sulla brand equity stima un valore economico attuale dei brand in portafoglio, basato sull'analisi dei trend di fatturato e performance di mercato, «che posizionerebbe Vicenzi tra le aziende eccellenti di questo report, per tassi di crescita del fatturato ed Ebitda medio, ben superiori alla media del settore Food».

Il 2017, inoltre, si distingue per il superamento dei 40 milioni di fatturato all'estero, dove Vicenzi esporta in 110 Paesi. «Solo la filiale Vicenzi Usa, società americana con sede a Miami, fattura oltre 10 milioni di dollari, attraverso la vendita di prodotti a marchio "Matilde Vicenzi", precisa Filippo Ceffoli.

E ci sono ottimi dati anche per l'Italia: «Nel 2017 abbiamo consolidato le posizioni di leadership con quote superiori al 30% in tutti i nostri segmenti di mercato: sfoglie, savoiardi, amaretti e soprattutto nei biscotti farciti dove siamo cresciuti nonostante la forza d'urto nella categoria di nuovi prodotti lanciati da multinazionali».

Il marchio Grisbì infatti vede consolidare la sua notorietà, ormai totale, «tanto da essere diventato un prodotto categoria, rappresentando l'idea stessa di frolla croccante all'esterno e cremosa all'interno. Una delle caratteristiche dell'azienda è sem-

pre stata quella di competere nelle nicchie di mercato in cui diventare il prodotto eroe per il consumatore», ricorda Cristian Modolo, direttore marketing e comunicazione. «Succede così per la categoria dei savoiardi, dove il Vicenzovo è il prodotto di riferimento sia come quota di mercato (indicata dall'Istituto Nielsen), sia nella notorietà che l'azienda misura periodicamente avvalendosi dell'Istituto di ricerca Doxa. Lo stesso dicasi per l'amaretto, così come per la linea di sfoglie in cui l'azienda può vantare un'expertise produttiva derivata da una linea di produzione che è ancora oggi all'avanguardia».

La strategia aziendale per i prossimi anni punta in particolare modo sulla diffusione del prodotto all'estero, valorizzando una pasticceria tutta italiana, confezionata in latte di prestigio vestite con le immagini di Verona. «Le ricette dei pasticcini sono le stesse, ispirate all'originale libretto scritto da mia nonna Matilde», spiega il presidente Giuseppe Vicenzi. «La bellezza delle latte sta nel fatto che la confezione dei pasticcini si trasforma in un oggetto da conservare».

Ogni anno Vicenzi stima che nel solo mercato americano entrino circa 3 milioni di queste confezioni prestigiose, ambasciatrici della bellezza di Verona. •

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gruppo Vicenzi



I numeri del 2017

- Ricavi: **120 milioni** (+13,3%)
- Ebitda: **11 milioni** (+25% sul 2016)
- Utile: **4 milioni** (+50%)
- Investimenti: **20 milioni** nei prossimi 2 anni
- Export: **40 milioni** (33% del fatturato)
- Quote di mercato: oltre il **30%**
- Confezioni in latta: circa **3 milioni** vendute negli Usa



Il presidente Giuseppe Vicenzi con Filippo Ceffoli (cfo del gruppo)



Confezioni di latta dei pasticcini Vicenzi: già 3 milioni vendute in Usa