

LE OPERAZIONI. Il gruppo con quartier generale a Flero saluta il 2014 con un fatturato a 36 milioni di euro (+5%)

«WTS» aumenta le vendite e si rafforza con lo shopping

Presale Ottone Meloda: consente di completare il ciclo produttivo. A breve la chiusura della trattativa «con una torneria bresciana»

Business in crescita (il 70% all'estero), shopping per completare il ciclo e ribadire l'attaccamento al territorio. Il gruppo che fa riferimento alla WTS spa - con quartier generale a Flero; è protagonista a livello nazionale e internazionale nel comparto del bagno e della rubinetteria, conta un'ottantina di addetti - archivia il 2014 con ricavi complessivi in crescita del 5% a 36 milioni di euro, risultato netto positivo e rilancia la sfida.

attività di progettazione e assemblaggio di quanto realizzato all'esterno. WTS - è già titolare di importanti marchi del settore come Teorema, Zipponi, Ledesan, Vega, Savil e Kramer - garantirà, oltre al mantenimento degli impianti l'assunzione di tutta la settantina di lavoratori: ai 37 già riassorbiti, entro due anni - sulla base dell'intesa sindacale - si aggiungeranno tutti gli altri.

L'OPERAZIONE - concretizzata attraverso la OMM srl Ottone Meloda Manufacturing con sede legale a Brescia, per un valore totale di 6,5 milioni di euro trova supporto nella partnership paritetica con l'imprenditore italo-Messicano, Fabio Covarrubias, impegnato con la famiglia sia in Messico che negli Stati Uniti in diversi settori tra cui il manifatturiero, l'agro-industriale e il commerciale: con le diverse attività vanta un fatturato di 500 milioni di dollari annui e dà lavoro a oltre 3.000 persone. In particolare, tramite la società «Bebederos Ecológicos» parteciperà allo sviluppo di Ottone Meloda nel mercato degli



Visuale dall'alto della Ottone Meloda di San Maurizio d'Opaglio (NO)



Aldo Verri, leader di WTS

Bampi si rinnova

NOVITA' A LONATO
Il 2015 si apre all'insegna delle novità per Bampi, la spa di Lonato del Garda dal 1977 punto di riferimento nel settore idrotermosanitario. Come spiega una nota l'azienda ha introdotto un nuovo e più moderno sistema gestionale interno, ha rinnovato e potenziato il portale WEB e ridisegnato la propria immagine. ●

Usa e in quello latino americano. L'iniziativa «si inserisce in una più ampia strategia di rilocalizzazione della produzione attuata negli ultimi anni», spiega Aldo Verri, amministratore delegato di WTS spa, evidenziando che il gruppo «con cinque stabilimenti, di cui 4 in Italia e uno in Francia, e una superficie produttiva coperta di oltre 50.000 metri quadrati si conferma una delle principali realtà industriali nel settore di riferimento in Italia».

MA NON è tutto. Come anticipa Aldo Verri, a breve è previsto il closing della nuova operazio-

ne «che consentirà a WTS di entrare con una quota di controllo in una torneria bresciana»: le attività, una volta completato anche questo passo, saranno trasferite all'interno di due capannoni di Brescia già sede della società principale. Qui sarà concentrata l'attenzione, in particolare, sui piccoli lotti. I nuovi sforzi rafforzeranno ulteriormente il business di WTS: il 2015 - considerato l'apporto della Ottone Meloda per circa 10 milioni di euro - dovrebbe far aumentare il fatturato aggregato fino a 50 mln di euro. ● R.E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il quartier generale del gruppo che fa riferimento alla WTS spa di Flero

Confezioni

Pango: +14% per il business a 11,7 mln

Confezioni Pango spa di Bassano Bresciano archivia il 2014 con ricavi a 11,7 milioni di euro: +14% sul 2013. Un andamento positivo, in attesa di portare al dettaglio la collezione con il brand Mariella Arduini (grazie all'accordo di licenza con la stilista reggiana Mariella Arduini Burani).

L'AZIENDA aumenta pure le vendite, primavera-estate, di Gaia Life, il proprio marchio di abbigliamento femminile. «Ci attendiamo una ulteriore crescita della linea - dice Gianfranco Scotuzzi, amministratore unico di Pango -, ma sarà sempre importante per noi anche il private label: ci permette di essere partner dei maggiori player della grande distribuzione organizzata e delle catene di negozi in Italia e all'estero». ● G.N.C. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il seminario

Apindustria: obiettivo sulle merci

«Origine preferenziale della merce e conformità di prodotto»: è il titolo del seminario di domani alle 16,45 nella sala convegni di Apindustria Brescia. Ha lo scopo di trattare uno dei temi attuali per le aziende che operano con l'estero. Il concetto di «origine» assume rilevanza in campo doganale, ma anche in altri settori quali la tutela dei consumatori e l'uso dei propri marchi di fabbrica.

L'INIZIATIVA si concentrerà anche su aspetti legati alla rispondenza del prodotto/impianto da immettere, installare o commercializzare. Interverranno Enrica Senini (legale in diritto internazionale, comunitario, industriale e doganale) e Giorgio Barone (Qsa Certification). ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VINO E PROSPETTIVE. L'azienda di Monticelli Brusati archivia lo scorso esercizio con vendite all'estero su dell'85%

La Montina fa correre le esportazioni

Ok anche il mercato interno Bene Brescia e provincia che ora valgono il 20% del giro d'affari totale

Claudio Andrizzi

Forte crescita dell'export, incremento del mercato interno, bene gli «affari» a Brescia e in provincia: è la sintesi del 2014 di Tenute La Montina. «Complessivamente siamo soddisfatti - spiega il responsabile commerciale dell'azienda, Michele Bozza - I tempi

d'oro delle performance a due cifre sono lontani, ma non mancano segnali di ripresa».

Nell'anno appena trascorso, la produzione dell'azienda di Monticelli Brusati (Alberto, Giancarlo e Vittorio Bozza i proprietari) registra una frenata tra il 25 e il 27% a causa delle difficili condizioni climatiche: si prevede che, alla sbocatura, arriveranno 350 mila bottiglie ottenute dalle uve raccolte in 72 ettari di vigneto di cui 13 di proprietà, per il resto gestiti da conferitori o condotti con contratti ventennali. Il bilancio (2,7 milioni di euro)

ricavi) è molto positivo sul fronte delle vendite oltre confine: cresciute dell'85% rappresentano ora il 14% del totale (3% nel 2010). «Raccogliamo i frutti di due anni di investimenti, trascorsi in giro per il mondo a creare eventi e degustazioni - spiega Bozza -. Siamo riusciti a penetrare Paesi per noi nuovi come Russia, Austria, Malta, riconfermando situazioni già consolidate in Belgio, Svizzera, Inghilterra e Giappone. L'obiettivo di breve-medio termine è portare la percentuale delle esportazioni al 30% del business com-



Michele Bozza è il responsabile commerciale di Tenute La Montina

pletivo, puntando soprattutto sugli Usa dove siamo presenti solo in California: per questo nel 2015 amplieremo l'organico con l'assunzione di un nuovo export manager».

Nel frattempo l'azienda si rafforza pure sul territorio: Brescia e provincia valgono il 20% del fatturato (+7% nel 2014). «Anche in questo ambito si sentono gli effetti di un nuovo ingresso, quello di mio cugino Daniele Bozza, che ha seguito il canale Horeca puntando con successo sul canale dei locali per giovani».

Nel bilancio aziendale rivestono un ruolo importante anche il segmento della regalistica natalizia (incide per il 25-30% circa; +5% sul 2013) e la vendita diretta (8-9%). Il

mercato interno è affidato da gennaio 2014 al gruppo Fratelli Rinaldi spa di Bologna con accordo di reciproca esclusiva. «Il primo anno di partnership è molto positivo - sottolinea Michele Bozza -. Stiamo sviluppando un progetto di posizionamento e crescita del marchio: nel 2015, per altro, lanceremo un restyling totale del packaging, rinnovando l'immagine con nuove etichette che presenteremo in anteprima a Vinitaly». Senza dimenticare Expo, per il quale si guarda a operazioni di co-marketing con tour operator e altre realtà turistiche «per sfruttare al massimo questa grande opportunità», conclude Bozza. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA





BRESCIA INDUSTRIAL EXHIBITION

FIERA DELLE LAVORAZIONI E DELLE TECNOLOGIE DEI METALLI

29-31 MAGGIO 2015 - CENTRO FIERA MONTICHIARI (BS)

www.fierabie.com

