



realità industriale

Mensile - n.8, anno VIII
LUGLIO/AGOSTO 2016

Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in A.P. -
Poste Italiane S.p.A. - 70% - D.C.B. "UD"

Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in A.P. - Poste Italiane S.p.A. - 70% - D.C.B. "UD" - www.confindustria.ud.it

Assemblea dei Delegati ad Aquileia

SNAIDERO: +7% sul mercato interno

Il CDA della Snaidero ha approvato il bilancio d'esercizio della Capogruppo ed il bilancio consolidato del Gruppo Snaidero. I ricavi, sostanzialmente in linea con quelli dell'esercizio precedente, al netto delle attività cedute nel corso dell'esercizio precedente, si sono assestati sui 122 milioni: il marchio Snaidero ha evidenziato una crescita del 7% sul mercato interno, controbilanciata da un calo della controllata tedesca Rational strettamente connesso alla ristrutturazione in atto nella stessa società. In particolare i ricavi sono stati in Italia per il 23,5%, in Francia per il 32,8%, in Germania per il 12,8%, nel resto dell'Europa per il 17,4% mentre nell'area Extra-UE per il 13,5%. In termini di risultato, l'esercizio è stato positivamente condizionato, da un lato, dalla cessione della divisione Franchising perfe-

zionata a novembre 2015 con il conseguimento di un'importante plusvalenza, e dall'altro lato dalla conclusa ristrutturazione del debito realizzata con l'importante supporto degli Istituti di Credito. Gli effetti dei predetti eventi straordinari hanno determinato un risultato netto consolidato pari a 55 milioni ed hanno altresì consentito la drastica riduzione della posizione finanziaria netta (ridotta del 69% passando da 119,1 milioni del 31.12.2014 a 37,0 milioni del 31.12.2015) ed un riequilibrio patrimoniale (attestando il patrimonio netto della Capogruppo a 34,1 milioni). Il presidente Edi Snaidero ha così commentato: "È stato indubbiamente un anno di grande discontinuità per il Gruppo Snaidero durante il quale le operazioni straordinarie concluse hanno permesso di riequilibrare fortemente la situazione patrimoniale e

finanziaria, ma soprattutto hanno consentito un'importante immissione di risorse. Immissione di risorse che ci permette ora di sviluppare un nuovo piano industriale puntando sui nostri marchi principali (Snaidero, Rational ed Arthur Bonnet) attraverso il rinnovamento e lo sviluppo della rete vendita e della gamma prodotti. I primi 5 mesi del 2016 hanno mostrato segnali particolarmente positivi tanto per la Capogruppo, che ha registrato una crescita del fatturato del 20% e degli ordinativi del 29% (+20% in Italia e +46% nell'export) rispetto allo stesso periodo del 2015, quanto per le consociate estere che segnano un miglioramento della redditività con un margine operativo che ritorna in area positiva".

EURO&PROMOS: la cooperazione che paga

Un modello per il sistema cooperativo. È l'immagine di Euro&Promos, multiservice di Udine che opera in tutta Italia, emersa dall'assemblea annuale dei soci tenutasi sabato 25 giugno al castello di Villalta di Fagagna. "Siamo un esempio di sana e buona cooperazione" ha detto il presidente, Sergio Emidio Bini, nel presentare i risultati di un anno da incorniciare. Durante l'evento, che ha visto al tavolo dei relatori anche l'Assessore regionale Francesco Peroni, l'assemblea ha approvato il bilancio 2015, un anno che ha regalato risultati importanti: Euro&Promos, che negli ultimi anni ha conquistato un posto di primo piano nel mondo dei servizi - dalla pulizia alla logistica per arrivare ad energia, servizi culturali e assistenza socio sani-

taria - ha chiuso il bilancio 2015 a quota 96 milioni e 600mila euro (+13,6% rispetto al 2014) con un utile post imposte che, arrivando a 4 milioni di euro, è raddoppiato rispetto all'anno precedente; aumentato anche il numero degli occupati arrivato a superare quota 5mila, di cui un migliaio in Friuli Venezia Giulia. "Rispetto al 2014, i ristoranti sono aumentati del 50%, passando da 200mila a 300mila euro, cifra che sarà ridistribuita tra i nostri 700 soci - ha evidenziato il presidente Sergio Emidio Bini -. Si tratta di un risultato importante dettato da una sana e proficua gestione della società". In un momento economico che ancora risente della recente crisi, Euro&Promos diventa un esempio virtuoso, soprattutto per il mondo co-

operativo. I conti positivi hanno spinto il consiglio di amministrazione a investire in cultura. Il presidente Bini ha infatti annunciato un'iniziativa importante per i soci di Euro&Promos: "Purtroppo la cultura è uno dei fanalini di coda del governo, con investimenti sempre più risicati. La nostra convinzione invece è che la cultura sia uno dei pilastri fondanti per una società civile e per questo abbiamo deciso di promuoverla tra i nostri soci. Per incentivare la visita a mostre, musei e teatri, per un anno i nostri soci e le loro famiglie potranno andarci gratuitamente. Basterà che consegnino il biglietto all'azienda e saranno rimborsati integralmente".

IVISION GROUP si aggiudica il Global communication Key Award

Premio speciale per la comunicazione a iVision Group, azienda di comunicazione digitale e marketing con sedi in Friuli Venezia Giulia e Trentino: la società, con la sua divisione tecnologica di Trento iSite, e Cortina Marketing Se.Am, l'ente di promozione turistica della Regina delle Dolomiti, hanno vinto il Global Communication Key Award 2016 per lo sviluppo del portale cortinadolomiti.eu e di tutte le strategie di promozione digitale della destinazione turistica ampezzana. Il riconoscimento arriva dall'Interactive Key Award, uno dei più

importanti concorsi nazionali del settore web e tecnologie digitali, ed è stato conferito giovedì 19 maggio durante la serata di premiazione e Milano. "L'eccezionalità del progetto Cortina Digital 2.0 - commenta l'ad di iSite Matteo Macoratti - è quella di aver creato una innovativa rete di strumenti interattivi, a partire da quelli dedicati alla gestione aziendale fino a quelli rivolti alla comunicazione emozionale verso l'utente finale. Dal portale, on line da febbraio, alla App per smartphone con tour virtuale del centro e delle piste; dai totem informativi a bre-

ve presenti sul territorio e collegati al portale, fino ad arrivare, nei prossimi mesi, allo shop on line, al museo virtuale di Cortina e a realtà ancora più innovative". A conquistare la giuria sono stati soprattutto la completezza, la dinamicità e l'impiego integrato di diverse tecnologie digitali che hanno dimostrato "l'efficacia degli strumenti utilizzati per "raccontare e vendere" in modo innovativo e moderno la destinazione turistica".