

Realtà multinazionale Previsioni 2011: ricavi stabili con una possibile lieve crescita

Linclalor, 36 milioni di fatturato

Il gruppo monferrino lavora in Romania, Francia e Spagna

► **VILLANOVA MONF.**

La Linclalor è oggi la maggiore azienda del settore abbigliamento della nostra zona in un particolare "segmento": quello dell'abbigliamento per notte, intimo e mare. Linclalor, creata nel 1958 dai fratelli Giovanni e Cristoforo Giambruno per la produzione di abbigliamento da notte, è giunta oggi alla terza generazione della famiglia e ha una posizione internazionale nel made in Italy. Oggi l'azienda ha alla presidenza **Renato Baroni** e quattro consiglieri delegati: **Claudio Giambruno, Lorenzo Giambruno, Lorenzo Giambruno e Laura Ferraris** (altri consiglieri di amministrazione sono **Rosalina Damonte, Giovanni Giambruno e Gloria Baroni**). L'azienda di Villanova, nella sua specializzazione, può essere definita di primario livello, grazie ad una continua ricerca e innovazione stilistica, ad alti livelli qualitativi (tra i numerosi riconoscimenti conseguiti l'Outstanding Performance Award attribuito dall'American Merchandising Corp nel 1998).

La struttura del gruppo

L'azienda è strutturata, intorno alla capogruppo Linclalor, come un gruppo composto da quattro società (delle quali citiamo il fatturato aggregato 2010):

- Linclalor Spa (24.558 mila euro di fatturato), che opera attraverso due sedi: quella di



Villanova è la divisione per le linee di pigiama e abbigliamento nonché sede centrale delle attività di finissaggio materie prime, servizi logistici per la produzione, taglio, direzione commerciale, finanziaria e amministrativa. La sede di Bra (incorporata a partire da quest'anno, la controllata Hermar, 3.560 mila euro di fatturato nel 2010) opera quale divisione per le linee *beachwear* e *underwear*. E a Villanova è attivo anche un outlet, per gli acquisti diretti di mercato del gruppo:

- Flessione riconducibile essenzialmente all'azzeramento del rapporto di distribuzione con la società francese Huit e ad una contrazione del 5% sul canale dell'ingrosso.
- Molta buona è risultata invece la performance delle vendite ai Grandi Magazzini, che con una crescita di oltre 10 punti percentuali rispetto al 2009 è riuscita a compensare quasi totalmente la riduzione dell'ingrosso Italia.

Fatturato in linea col 2009

Il fatturato aggregato complessivo 2010 del gruppo è stato di 36,2 milioni di euro, in linea di sostanziale tenuta con il 2009, ma è sceso da 37,3 milioni del 2008 (una flessione peraltro inferiore a quella media del settore). I ricavi consolidati del gruppo scendono lievemente (-3,63%), tra il 2009 e il 2010, da 25,4 a 24,5 milioni di euro. La relazione di bilancio di Linclalor ci illustra così le condizioni di mercato del gruppo:

- Flessione riconducibile essenzialmente all'azzeramento del rapporto di distribuzione con la società francese Huit e ad una contrazione del 5% sul canale dell'ingrosso.
- Molta buona è risultata invece la performance delle vendite ai Grandi Magazzini, che con una crescita di oltre 10 punti percentuali rispetto al 2009 è riuscita a compensare quasi totalmente la riduzione dell'ingrosso Italia.

- Stabili risultano invece i ricavi del dettaglio Italia e dell'estero stabilizzati rispettivamente al 13% e al 17% del totale ricavi dell'azienda.
- Il mercato interno ha quindi confermato nel 2010 i segnali di debolezza già manifestati nel corso degli ultimi due anni con una scarsa propensione ai consumi ed un significativo spostamento dei volumi d'acquisto verso i prodotti di prezzo più contenuto.
- Sul fronte estero si è registrata ripresa degli ordinativi sul mercato russo ed una complessiva tenuta dei mercati storici quali quelli portoghese, turco e francese, mentre il mercato spagnolo risulta ancora fortemente penalizzato dalla fase recessiva.

Previsioni per il 2011

Per l'anno in corso nella relazione di bilancio si afferma di ritenere «di potere contare per il 2011 su una complessiva tenuta dei ricavi se non addirittura su

una linea di lieve crescita degli stessi». Riteniamo infine di sottolineare gli aspetti del gruppo Linclalor per quanto riguarda le materie prime, la ricerca e sviluppo, il reparto prototipi, la stesura e taglio. Afferma testualmente, su questi punti, la società di Villanova: «La maggior parte delle nostre materie prime è ottenuta mediante un processo verticalizzato. Partendo dal cotone greggio o dal filato controlliamo ogni fase della nobilitazione mediante processi di tessitura, tintura e stampa seguiti direttamente dalla nostra azienda. Ogni anno movimentiamo oltre 4 milioni di metri di materie prime mediante un magazzino completamente automatizzato. L'attività di ricerca e sviluppo è il cuore del nostro lavoro, ogni anno Linclalor investe oltre 1,5 milioni di euro per la progettazione e realizzazione delle nuove collezioni. Complessivamente le due sale creazioni Linclalor impiegano un indotto di 30 addetti e generano oltre 600 nuove referenze a stagione. Il reparto prototipi impiega 20 sartie altamente specializzate. Ogni singolo modello viene progettato in Italia ed inviato in Romania solo dopo l'approvazione della nostra sala creazioni. Stesura e taglio sono processi completamente automatizzati. Cinque tavoli garantiscono il taglio di oltre 8.000 capi al giorno indispensabili per alimentare i nostri poli produttivi».

Carlo Beltrame**Convegno** Il 60% della produzione di condizionamento per l'Europa arriva dall'Italia

Pompe di calore: «Un'opportunità»

Molti gli aspetti in comune con l'industria del freddo casalese

**Marco Buoni del Centro Studi Galileo durante il convegno nella sala consiliare di Casale****Oggi a Milano Meeting sul freddo con gli argomenti trattati a Casale**► **CASALE MONFERRATO**

Si è svolto ieri mattina, giovedì, nella sala Consiliare del Comune di Casale, il convegno internazionale incentrato sulle possibilità di produzione delle pompe di calore anche in Monferrato. Ad aprire l'incontro è stato **Marco Buoni**, del Centro Studi Galileo, che si è soffermato proprio sulle potenzialità del nostro territorio e di come il know how del "freddo" possa essere applicato alla produzione di pompe di calore con l'obiettivo di rivitalizzare le sorti economiche del Monferrato. Secondo uno studio presentato durante

la mattinata dallo stesso Buoni l'installazione di pompe di calore in Europa crescerà arrivando a toccare 20 milioni di installazioni all'anno entro il 2030. Ma quali le opportunità per Casale? Il 60% della produzione di condizionamento europeo arriva dall'Italia e Casale ha le conoscenze tecniche del freddo che possono essere applicate per il caldo. Molti sono gli elementi in comune tra refrigeratori e pompe di calore: compressori, fluidi refrigeranti, ventilatori, circuito frigorifero, tubi di rame, condensatori ed evaporatori. Le problematiche e le proposte sorte durante il convegno verranno presentate oggi, venerdì 10, e domani, sabato 11, al Politecnico di Milano all'interno del convegno internazionale per il Freddo e il Condizionamento.

Dalla Borsa Risi di Vercelli

PREZZI ALL'INGROSSO

(Per tonnellate franco partenza più I.V.A.)

RISONI	Min.		Max	
	Min.	Max	Min.	Max
Bailla-Centauro-Brio (1)	352,00	360,00	-25,00	-25,00
Selenio (1)	372,00	390,00	-15,00	-15,00
Flipper, Lido e similari	352,00	380,00	-5,00	-5,00
Liace (1)	369,00	380,00	-10,00	-10,00
Alato, Ariete e similari	357,00	385,00	-10,00	-10,00
Augusto	357,00	385,00	-10,00	-10,00
Sant'Andrea (1)	369,00	410,00	-20,00	-20,00
Roma (1)	425,00	450,00	-30,00	-30,00
Baldo e similari	375,00	400,00	-30,00	-30,00
Arborio-Volano e similari	646,00	676,00	invariato	invariato
Camaroli	848,00	865,00	invariato	invariato
Thaibonnet-Gladio e similari	319,00	325,00	invariato	invariato

(dati e commento di **Andrea Cisnetti**, agente della Borsa Risi di Vercelli)**(1) Nominale**

Il listino ufficiale della Borsa Risi di martedì scorso può essere considerato "sconvolgente" rispetto alla storia del listino stesso. Non era mai successo che alla stessa data convessero crolli di prezzo reale assieme a crolli virtuali, a causa della quotazione nominale di alcune voci, insieme a varietà concretamente stabili. Questa è la sintesi di un listino difficilmente commentabile nel dettaglio poiché ogni singola voce necessiterebbe di una spiegazione approfondita. Facciamo che sostenere che lo sconcerto delle notizie giunte da Pavia che riportano l'arresto del dottor Scotti potrebbero avere influito sul comportamento di buona parte degli operatori del settore.

Questa rubrica è offerta agli agricoltori da
BERTONE SEMENTI
Tutti i Prodotti per l'Agricoltura
Centro selezione sementi, riso, frumento, orzo
Terruggia (AL) - Strada Cacciolo 35
Tel. 0142.401414/0142.401484 - Fax 0142.401515

IL CENTRO ERRE ESSE DI TORTONA ANNUNCIA L'ANTEPRIMA

Nuova Porsche Panamera

La prima supersportiva 4 posti con autonomia di 1200 chilometri.

Con la nuova Porsche Panamera Diesel il concetto di Gran Turismo estende i propri confini e diventa ancora più grande. Sportività, assoluto comfort di guida e prestazioni eccellenti sono per l'ennesima volta una conferma annunciata. Ma a caratterizzare ulteriormente questo modello c'è la novità di un ridimensionamento davvero significativo per quanto riguarda i consumi: solo 6,3 l'ogni 100 km*. Panamera Diesel si propone infatti come berlina decisamente votata all'autonomia. Il suo capiente serbatoio da 80 litri permette di coprire senza problemi una distanza di circa 1.200 chilometri. Come dire Bologna/Berlino senza sosta carburante. Bastano da sole queste prime caratteristiche per definire l'assoluta unicità della nuova Panamera Diesel. Ben più di una semplice 4 posti sportiva. Lo si capisce dalla sua attitudine, ma anche dal suo equipaggiamento: il propulsore è un V6 turbodiesel da 250 CV con 550 Nm di coppia massima (valore raggiunto anche grazie agli iniettori piezoelettrici da 2000 bar di pressione). Il cambio è un automatico ad otto rapporti Tiptronic S, che consente uno scatto da 0 a 100 km/h in 6,8 secondi per una velocità massima di 242 km/h ed emissioni di CO2 di soli 172 g/km. Anche con Panamera Diesel, dunque, l'innovazione tecnologica PIP, Porsche Intelligence Performance, conquista nuovi traguardi. Portando al massimo la potenza di un motore riducendo al minimo consumi ed emissioni, Porsche detta ancora una volta il passo nel mondo dei motori di ultima generazione. Concepita per essere una quattro posti, Panamera Diesel non rinuncia a nulla in fatto di stile. Pur mantenendo la tipica ed immane silhouette bassa e

tivamente a Tortona, Borgomano (No) e Cuneo. La sede di Tortona (AL), che ospita il Centro Porsche Alessandria, è situata nei pressi del crocevia delle principali direttrici autostradali del Piemonte orientale (A7 e A21), rendendosi facilmente raggiungibile da tutti gli appassionati Porsche residenti sia in provincia di Alessandria sia nelle zone limitrofe. La vasta superficie espositiva di oltre 1.000 mq offre la possibilità di visionare non solo i nuovi modelli della gamma Porsche, ma anche di poter scegliere tra un vasto assortimento di vetture usate rigorosamente certificate e garantite. Lo staff di vendita mette a disposizione la propria esperienza a servizio di chi, nello scegliere la propria automobile, decide di intraprendere un percorso pensato "a misura" delle proprie esigenze. Un'attenzione e una professionalità che si estende anche nell'offerta dei servizi post



* (NEDC Nuovo Ciclo di Guida Europeo)

Erre Esse S.p.A.**Centro Porsche Alessandria**

Dopo aver raccolto il testimone dall'esperienza quarantennale della prima concessionaria Porsche per il Piemonte e Valle d'Aosta la Erre Esse S.p.A. negli anni successivi l'inaugurazione della nuova sede di Torino, ha proseguito la sua scelta strategica di copertura del territorio attraverso l'apertura di tre nuove sedi rispet-

vendita, quali l'assistenza tecnica specializzata Porsche e il servizio vendita ricambi originali. Il reparto service, composto da tecnici qualificati e certificati Porsche, garantisce un servizio di eccellenza in grado di soddisfare le esigenze di tutti i modelli Porsche in circolazione indipendentemente dall'età. Il Centro Porsche Alessandria si propone come migliore guida alla scoperta del mondo Porsche a 360°.

Parliamo di Energia

Tutte le valutazioni tecniche che si fanno in campo energetico hanno come scopo quello cercare il risparmio in termini economici. Certamente in quest'ottica l'acquisto oculato della materia prima, sia essa gas o energia elettrica, ha una importanza rilevante. Cercheremo di addentrarci nel dedalo delle offerte che il mercato ci propone

Per gestire meglio la propria bolletta energetica occorre, prima di tutto, scegliere tra il mercato libero e quello a maggior tutela. Meglio conservare il vecchio operatore o cambiare del tutto? Aderire ad un'offerta tradizionale o ad una online? Tenere separata la fornitura del gas da quella della elettricità oppure optare per un contratto unico?

Chi si accinge a questa analisi ha a disposizione un'ampia gamma di offerte e soluzioni.

Se si guarda solo al prezzo non è semplice effettuare un confronto diretto, anche perché i fattori che incidono sulla bolletta dipendono dalle abitudini dei singoli consumatori. Ci sono però alcune "regole d'oro" per orientarsi.



- Le tariffe web sono più economiche rispetto a quelle tradizionali;
- Quelle a prezzo bloccato sono più "salate" nell'immediato, ma mettono al riparo da aumenti futuri di materie prime ed elettricità;
- Le tariffe biorarie convengono soprattutto a chi trascorre gran parte della giornata fuori casa o chi conduce orari d'ufficio;
- Le soluzioni a "canone zero" possono essere una valida opzione per le seconde case.

Passare al mercato libero conviene dal punto di vista economico anche se non ci si deve illudere di avere grandi risparmi all'anno (in media 50÷60 euro all'anno sulla bolletta).

La transizione non è semplice: richiede un processo decisionale composto da numerosi stadi.

1. Fase in cui si entra in contatto con la proposta commerciale. Se è il personale commerciale dell'azienda ad avvicinare il potenziale cliente, bisogna evitare di firmare senza aver avuto tempo di esaminare accuratamente la documentazione. Purtroppo accadono spesso casi in cui le informazioni sono poche e scorrette. Tutti i contratti firmati in casa garantiscono, comunque, la facoltà di avvalersi del recesso entro 10 giorni.

2. Fase in cui si entra in contatto con la proposta commerciale. Se è il personale commerciale dell'azienda ad avvicinare il potenziale cliente, bisogna evitare di firmare senza aver avuto tempo di esaminare accuratamente la documentazione. Purtroppo accadono spesso casi in cui le informazioni sono poche e scorrette. Tutti i contratti firmati in casa garantiscono, comunque, la facoltà di avvalersi del recesso entro 10 giorni.

3. Se è il cliente a cercare l'azienda, in genere via internet, per prima cosa leggere bene il contratto, le condizioni, le modalità di fatturazione per evitare bollette troppo consistenti per le proprie abitudini. Con la liberalizzazione del mercato sono nate "offerte civetta" che servono ad attrarre nuovi clienti sui quali i costi verranno recuperati successivamente. E' molto importante informarsi sia al numero verde dell'Autorità dell'Energia elettrica e del gas, sia sui blog delle associazioni dei consumatori che mettono a disposizione servizi di informazione utili ed efficaci per facilitare il confronto tra le offerte e stimare la spesa complessiva in base ai propri parametri di consumo. Per accedere digitare l'indirizzo web www.autorita.energia.it, scegliere la sezione

...l'articolo prosegue sul sito www.muziosrl.com

In collaborazione con**Muzio Giuseppe srl****Impianti idro-termo sanitari - elettrici - condizionamento - gestione del calore****Via F. Negri, 43 - Casale Monferrato
Tel. 0142.454632 - Fax 0142.74489****Storia di un imprenditore monferrino**

Da Villanova agli USA è in testa alle vendite delle App per smartphone

► **(a.m.)** - Il 36enne villanovese **Paolo Perazzo** (nella foto) è stato intervistato da Radio 24, l'emittente de "Il Sole 14 Ore", all'interno del contenitore «Giovani Talenti». Perazzo è infatti un giovane imprenditore formato tra Italia e Stati Uniti. Dopo la laurea in Ingegneria delle Telecomunicazioni al Politecnico di Torino nel 1994, il villanovese è stato selezionato per un'internship con Cisco Systems nella Silicon Valley in California: una delle più grandi compagnie di networking del globo. Il suo percorso di crescita passa attraverso la creazione di "storage system" (sistemi di memorizzazione) e della sponsorizzazione di questi tramite lavoro di marketing. Il poliedrico imprenditore con l'avvento del web 2.0 decide di fondare un'azienda per la realizzazione di applicazioni per smartpho-

ne. In tempi record nasce "iSocialize" che ben presto entra nelle top cento delle App più scaricate al mondo. Il lavoro di Perazzo non passa inosservato ad Apple che nel 2010 nomina la sua applicazione tra le dieci migliori al mondo per il social networking. Anche Microsoft nota il villanovese e gli propone di preparare un'App anche per gli smartphone di "casa Gates". A Radio 24 Paolo Perazzo ha paragonato l'attuale Silicon Valley alla Firenze del 1400: «C'è il rinascimento, anzi: Firenze era ben di più. In Italia abbiamo bisogno di combinazione di talenti capitali e ispirazione che fu origine vitale e straordinaria per la rinascita culturale e scientifica». La doppia veste di dipendente e imprenditore dell'ingegnere del software è nata in mezz'ora: «Ci ho messo



mezz'ora a creare la mia impresa negli Stati Uniti e cinque o seicento dollari...»

Paolo Perazzo lancia un monito all'Italia: «Negli Usa il fallimento non è un dramma. Qui in Silicon Valley conta più uno che ha fallito tre volte, rispetto a uno che non ci ha mai provato; gli imprenditori di successo negli Usa non hanno come obiettivo l'accumulo di capitale; per innovare serve un ambiente rinascimentale, ricco di infrastrutture per facilitare il successo delle "start-up" innovative; infine, la scuola deve stimolare i propri studenti a creare, proponendo modelli che ispirino l'intraprendenza imprenditoriale».