

PIAZZA TRICOLORA

MOTORE ITALIA Il gruppo di vernici San Marco punta a 130 milioni di fatturato entro il 2023. La crescita sarà sostenuta da acquisizioni, Il mirino è sulla Germania. Con un occhio a digitale e sostenibilità

di Manuel Follis

Al'inizio le vernici non arrivavano sul mercato già colorate, bisognava mescolarle. Erano gli anni '30 e Pietro Tamburini, inizialmente titolare di una drogheria, usando l'olio cotto di lino aveva dato vita a un'azienda di colori che poi sarebbe cresciuta anno dopo anno e di generazione in generazione. San Marco Group a oltre 80 anni di distanza è diventata la società leader in Italia nella produzione e distribuzione di pitture e vernici per l'edilizia professionale e ha da poco incoronato al vertice, in qualità di ad e presidente, Pietro Geremia, che rappresenta la quarta generazione della famiglia. Quella della San Marco è una tipica storia di eccellenza italiana. La svolta nel percorso che ha portato la società a diventare una multinazionale tascabile, è arrivata all'inizio degli anni '60 quando è entrata in azienda Alessandrina, figlia di Pietro, laureata alla Ca' Foscari, che ha trasformato quella che era ancora una piccola realtà artigianale in una vera e propria industria. Da quel momento l'azienda non si è più fermata e negli anni '80 ha avviato un percorso di internazionalizzazione che non si è mai arrestato. «Tra il 1997 e il 2017 è iniziata poi una seconda fase che ha portato la società a realizzare molte acquisizioni», spiega il neo amministratore delegato Geremia. «Oggi la società conta su 300 dipendenti, 7 brand e otto siti produttivi, di cui quattro in Italia e quattro all'estero». Una crescita che ovviamente si è riflessa nei numeri. Il gruppo è passato dai 67,3 milioni di fatturato del 2015 ai 77 del 2019, con una marginalità salita al 16% e con utili raddoppiati.

Supportata dal gruppo Ambrosetti la società ha anche avviato un percorso di managerizzazione che da un lato ha permesso l'inserimento graduale in azienda della quarta generazione (Pietro e le sue due sorelle Mariluce e Marta, vicepresidenti) e dall'altro ha portato al rafforzamento delle business unit, reclutando manager anche

Il business è multicolor

I GRANDI NUMERI DI SAN MARCO GROUP
Dati in migliaia di euro

	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR % 15-19- Δ p.p.
◆ Ricavi	67.635	67.909	71.196	75.020	77.271	3,4%
◆ Reddito operativo	10.274	9.803	9.457	8.726	12.021	4,0%
◆ Reddito operativo/ ricavi%	15%	14%	13%	12%	16%	1,0
◆ Risultato netto	4.662	4.508	6.264	6.179	8.365	15,7%
◆ Pos. finanziaria netta*	-7.517	-12.937	-17.532	-22.595	-26.065	-18.548
◆ Pos. fin. netta/ redd. operat.	-0,7	-1,3	-1,9	-2,6	-2,2	-1,5
◆ Patrimonio netto	25.103	31.309	35.529	39.738	45.303	15,9%

* Valori di Posizione Finanziaria Netta negativi indicano la presenza di liquidità disponibile in azienda (cassa) superiore al valore dei Debiti Finanziari

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Buoni propositi e modelli di sostenibilità

di Antonella Negri Clementi

In Europa e nel mondo i cambiamenti climatici, le tensioni culturali (di genere e razziali) e più in generale la sostenibilità e le tematiche Esg sono elementi che stanno caratterizzando il modo di fare impresa e sono un trend avviato che non potrà essere ignorato dalle aziende. In particolare in Italia il tessuto imprenditoriale è costituito da aziende di piccole e medie dimensioni, spesso familiari e fortemente radicate nel territorio, pertanto è naturale o addirittura inevitabile che acquisiscano sempre di più un ruolo chiave per accelerare il cambiamento relativo a queste tematiche. Sempre più imprenditori si pongono la questione in merito al loro ruolo e questo dato è confermato dal fatto che la totalità delle aziende Eccellenti dell'Osservatorio Pmi di

Global Strategy dichiara di aver ben presente le tematiche Esg e sette su dieci adottano almeno una policy in uno dei tre ambiti. Gli aspetti prevalenti rimangono quelli ambientali (per i due terzi), a seguire il 60% degli imprenditori dichiara di riservare una grande importanza alla valorizzazione del territorio e del sociale ed infine il 50% sottolinea l'importanza di attuare policy a livello di governance. In sintesi, molti degli imprenditori Eccellenti adottano già oggi, spesso in modo inconsapevole e poco pubblicizzato, comportamenti virtuosi. La sfida sarà quella di integrare tali comportamenti nel loro modello di business. La metà di questi sostiene di aver definito una strategia di sostenibilità, ma solo il 10% l'ha formalizzata in modo chiaro. Tutti gli stakeholder coinvolti, consulenti ed advisor inclusi, dovranno supportare le aziende nel tradurre i buoni propositi in processi, procedure, modelli organizzativi e di business. (riproduzione riservata)

mature e che esprime la maggiore qualità nel nostro settore». Poi c'è l'Italia, che non è lontana dai pensieri della San Marco. «Il comparto nazionale è estremamente frammentato, ci sono 450 produttori di vernici e pitture. Noi siamo i più grossi e abbiamo solo il 5% del mercato, c'è spazio per il consolidamento». Gli altri due pilastri del piano so-



no la trasformazione digitale, dai processi interni fino a una customer experience più coinvolgente, ma soprattutto la grande attenzione alla sostenibilità. «Siamo un'azienda chimica, che è un comparto tra quelli che hanno maggiore impatto sull'ambiente». Il gruppo vuole che il termine Esg non sia solo un acronimo, ma rappresenti un impegno concreto. «Sui nostri prodotti indichiamo la Co2 che emettono nel loro ciclo di vita, emissioni che contiamo di continuare a ridurre», spiega Geremia, «e siamo stati anche il primo gruppo del settore a sostituire l'utilizzo di materiali derivanti da risorse fossili con quelli provenienti da fonti rinnovabili». Se l'impatto sull'ambiente vuole essere minimo, quello sul mercato al contrario punta sull'accelerazione. L'obiettivo, tra crescita organica e m&a, è arrivare a 100 milioni di ricavi nel 2022 e 130 milioni di fatturato a fine 2023 «e siamo già più avanti rispetto agli obiettivi che ci siamo prefissati», conclude Geremia. (riproduzione riservata)

da altre realtà industriali e alla nomina di un cda formato per il 50% da consiglieri indipendenti. Federico, papà di Pietro, è diventato presidente onorario mentre Alessandrina, che oggi ha 100 anni, continua a garantire allegria e consigli. In tutto questo l'ultimo esercizio per San Marco ha rappresentato l'anno dei record per fatturato e margini. «Il 2020 è stato un anno complesso per il settore dell'edilizia, che in media ha perso tra

l'8 e il 12%, ma noi siamo riusciti a registrare una crescita dei ricavi del 3% portandoli a 82 milioni, con un ebitda margin superiore al 21%», spiega Geremia. «Va detto che il 2020 era il terzo anno del nostro piano industriale triennale di cui abbiamo raccolto i frutti proprio nell'ultimo esercizio». Il futuro di San Marco Group è racchiuso oggi in un altro piano industriale, quello 2021-2023. «L'abbiamo definito un piano di continuità

nella discontinuità», commenta l'ad. «L'ambizione è proseguire la crescita a livello internazionale, anche attraverso operazioni straordinarie di m&a, che probabilmente arriveranno tra il 2022 e il 2023». E poi c'è l'espansione geografica. «La Germania è uno dei primi mercati cui penso se ipotizzo l'espansione del nostro business», commenta Geremia. «Si tratta di una sfida però, perché è anche il mercato più



IN EDICOLA CON MF

THE WOWNESS: DONATELLA VERSACE. UNA COVERSTORY ESCLUSIVA RACCONTA LA DESIGNER CHE HA FATTO DELL'EMPOWERMENT FEMMINILE LO STATEMENT DELLA MAISON DELLA MEDUSA. CON UNO SGUARDO AL FUTURO, SFILATE ICONICHE E SUPER MODELLE. FOTO JURJEN MARTINEZ LECLERC

Sfoggia la digital edition su mobile, tablet e pc. Scarica l'app MFFashion oppure accedi al sito www.classabbonamenti.com/mff

