

## Piccoli campioni di profitto

Ragione sociale	Regione	Fatturato 2016	Fatturato 2010	Cagr 2010-2016	Ebitda 2016	Ebitda % media 3 anni	Risultato netto 2016	Roe 2016	Indebitamento	Rating 2016	Addetti 2016	Attività
Fondamenta S.A.P.A. (Gruppo Mevis)	Veneto	80.837	51.275	7,88%	12.565	13,59%	4.693	8,43%	42,65%	A	477	Holding di MEVIS SPA - Produzione molle e componenti metallici
Galdi	Veneto	24.720	16.407	7,07%	6.959	23,90%	4.702	13,17%	16,52%	AA	85	Produzione sistemi automatici per imbottigliamento e riempimento di prodotti alimentari
F.O.M.E.T.	Veneto	22.504	8.520	17,57%	4.281	14,70%	2.573	27,08%	47,83%	AA	44	Produzione di fertilizzanti liquidi, correttivi e organici
Surmont	Veneto	21.308	14.007	7,24%	2.708	12,51%	1.691	14,40%	29,08%	AA	39	Produzione e distribuzione di piatti pronti, semilavorati, funghi, frutta e vegetali surgelati

Le quattro nuove aziende (sulle otto totali) che L'Economia del Corriere della Sera e Italy Post presenteranno nel primo degli «Incontri Champions» sul territorio. Prima tappa venerdì 13 a Vicenza. Tutte fanno parte della classifica dei «500 Champions» cui abbiamo dedicato il numero speciale del 16 marzo. I criteri di selezione partono dalla base di tutte le piccole e medie imprese (fatturato 20-120 milioni), escluse quelle a partecipazione pubblica; quelle controllate dall'estero, o da fondi, o da gruppi italiani con oltre 120 milioni di ricavi; infine le cooperative

## MADE IN ITALY

## FOMET/SAN PIETRO DI MORUBIO (VERONA)

## Agricoltura bio con residui vegetali e cialde da caffè



## Chimica

Paolo Cappellari, fondatore di Fomet, tra i leader italiani dei fertilizzanti organici. L'azienda, nata 45 anni fa, esporta anche in Asia e Medio Oriente

25

## Milioni

il fatturato nel 2017. Erano 22,5 nel 2016

17,6%

Il tasso di crescita annuale composto (Cagr) tra il 2010-2016

La richiesta di alimenti sani fa crescere il business delle coltivazioni «pulite»

Mangiare sano oggi è importante per gli italiani e l'agricoltura biologica guadagna terreno. «Ma cinquant'anni fa, quando abbiamo cominciato, nessuno sapeva cosa fosse», racconta Paolo Cappellari, fondatore di Fomet, tra i leader italiani dei fertilizzanti organici, pensati per rispondere soprattutto alle esigenze dell'agricoltura biologica e biodinamica.

L'azienda veronese, che impiega 80 persone, è ormai conosciuta in tutta Europa — dove compete con altre tre «rivali» —, ma anche in Medio Oriente e nel Sud Est asiatico, i principali mercati di esportazione. «L'attenzione per gli ingredienti sani e il rifiuto dei fertilizzanti chimici cresce a vista d'occhio e noi di conseguenza», spiega Cappellari, che in questo mezzo secolo ha scommesso con costanza sull'agricoltura a basso impatto, puntando sulla qualità e sulla capacità d'innovare.

«Siamo stati i primi in Europa a lanciare una linea di produzione di fertilizzanti organici biologicamente attivi e a unire in forma coesiva un fertilizzante organico con molecole di sintesi del ferro e dello zolfo», precisa Cappellari, che conta nove brevetti internazionali e collabora con le facoltà di agraria delle università di Padova, Bologna e Torino. Grazie a questo impegno, l'azienda ha continuato a espandersi sempre, anche negli anni della crisi, con uno stabilimento dotato di quattro linee robotizzate in un'area di centomila metri quadri a San Pietro di Morubio, e ha chiuso il 2017 con 25 milioni di fatturato, in crescita del 12% sul 2016, e utili nell'ordine di 2,5 milioni. Sfruttando materiali poveri, dallo stallatico ai residui vegetali delle produzioni agricole, fino alle cialde di caffè esauste, Cappellari ha fatto dell'economia circolare il suo credo, estraendo valore da quelli che in generale si considerano rifiuti e trasformandoli in 90 diversi prodotti pluricertificati per la nutrizione organica delle piante, che ora esporta in 37 Paesi del mondo, con sedi in India, Vietnam, Thailandia, Bangladesh, a Shanghai in Cina e da poco anche in Argentina.

«I nostri clienti sono aziende agricole e cooperative molto impegnate sul fronte dell'agricoltura di alta qualità, fra cui molti marchi vitivinicoli di prestigio, che comprano i nostri prodotti da decenni e ci considerano parte integrante del loro successo», commenta Cappellari. L'azienda veronese cavalca un trend in crescita, ma non può perdere l'autenticità di una produzione legata al territorio: «Non vogliamo fare dei nostri prodotti una commodity», specifica Cappellari. Solo così resta saldo il rapporto con una clientela molto esigente, che rappresenta nel mondo il made in Italy alimentare.

Elena Comelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## MEVIS/ROSÀ (VICENZA)

## Modello giapponese per le molle prodotte in famiglia



## Prodotti in metallo

Federico Visentin è presidente e ceo di Mevis, fondata dai genitori Adriano e Maria a Rosà, in provincia di Vicenza, nel 1961

85

## Milioni

Il fatturato nel 2017. È in crescita del 4%, l'85% viene dall'estero

7,88%

Il tasso di crescita annuale composto (Cagr) tra il 2010-2016

Da anni sono fitti i rapporti con il mondo delle auto in tutta Europa

«Mio padre sapeva riconoscere il merito delle persone. Gli bastava ascoltarle per «estrarre» valore da loro». Fa parte del dna di Federico Visentin mettere al centro del lavoro le persone, in modo particolare «chi si trova ogni giorno davanti ai problemi». Visentin è presidente e amministratore delegato di Mevis e, insieme a quattro dei suoi cinque fratelli, guida il mollificio di famiglia, fondato dai genitori Adriano e Maria a Rosà, in provincia di Vicenza, nel 1961. La gamma dei prodotti metallici si è ampliata tantissimo nel corso degli anni e ora il 70% dei guadagni del gruppo proviene dall'automotive. «Questo modo di intendere il lavoro — osserva il presidente — può sembrare uno slogan ma non per noi che, storicamente e non per moda, crediamo da sempre in questa filosofia».

Una cultura basata sul coinvolgimento dal basso per essere più competitivi sul mercato e che prevede anche un «Comitato per le contrattazioni», per esaminare ogni anno le aspettative dei 600 dipendenti che operano tra Italia, Slovacchia e Cina. Ma anche un esempio di organizzazione aziendale che ha trovato terreno fertile in realtà come Federmeccanica e la Fondazione Cuoa, di cui Visentin è rispettivamente vicepresidente, con delega all'education, e presidente. «Il nostro — precisa l'imprenditore — è un modello di ispirazione giapponese che punta ad eliminare gli sprechi grazie ai consigli di chi la produzione la vive ogni giorno. Per questo, gli strumenti di ascolto sono fondamentali: l'azienda cambia, così come le motivazioni delle persone che ci lavorano».

Un approccio vincente non solo a livello umano, ma capace di riflettersi nei numeri, visto che il gruppo vicentino continua la sua crescita anno dopo anno, per arrivare (secondo i dati preconsuntivi) a fatturare 85 milioni di euro nel 2017 (+4% sul 2016), dei quali l'85% realizzati all'estero. «Già dai primi anni Novanta — conclude Visentin — abbiamo iniziato a coltivare il rapporto con le case automobilistiche europee, in primis con la Germania. Un legame che si è amplificato nel tempo (l'export era il 5% nel 1990) anche grazie ai continui investimenti in nuove tecnologie (oltre il 5% la percentuale del fatturato dedicata all'innovazione ogni anno) che ci permettono di essere sempre più competitivi nei prezzi, senza perdere la nostra qualità. Ora, la sfida è tracciare il futuro, intercettando prima degli altri le tecnologie che domineranno l'evoluzione del mondo dell'automobili».

Carlotta Clerici

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Parte da Vicenza la (ri)scoperta delle eccellenze

di Filiberto Zovico\*

Gli incontri con le imprese Champions sono forse la parte più importante del lavoro di ricerca sviluppato con il Centro Studi di ItalyPost. L'analisi dei bilanci delle singole società ci ha permesso di «certificare» i risultati, ma nella vita delle aziende è soprattutto il percorso imprenditoriale quello che conta. Le domande alle quali cercheremo risposte sono davvero tante. Come hanno reagito queste imprese alla crisi? Come competono con i colossi globali? Come attivano i processi di innovazione? Come e quanto pensano di crescere nei prossimi anni? Come impatteranno la rivoluzione digitale o la guerra dei dazi? Raccoglieremo le testimonianze degli imprenditori sulle loro scelte strategiche. Se è vero che queste aziende sono profondamente diverse da quelle del passato, gli incontri serviranno a evidenziare la complessità di fattori che ne hanno determinato il successo: valori costitutivi, risorse umane, finanza, organizzazione aziendale, internazionalizzazione, customer service, innovazione di prodotto o dei processi, gestione della logistica. Sarà un percorso utile prima di tutto agli stessi imprenditori, che hanno sempre meno occasioni di confrontarsi con colleghi di pari livello e mettere a frutto, in settori diversi, esperienze e strategie. A dialogare con loro saranno esperti del mondo della consulenza, docenti universitari, operatori economici. Perché l'obiettivo di questi incontri è anche quello di rendere evidente che, se sono cambiate le imprese, anche chi sta al loro fianco deve cambiare. Al termine di questo lungo viaggio avremo gettato un po' di luce su realtà imprenditoriali che, ne siamo certi, dovremo re-interrogare presto. Sia perché sono imprese che evolvono con stupefacente rapidità, sia perché la realtà dei mercati globali non lascia tempo per distrarsi o crogiolarsi su risultati che, acquisiti oggi, già non sono certi domani.

\*Editore di Italy Post

© RIPRODUZIONE RISERVATA