

Meccanica

Beta Utensili, shopping in Italia e nuovo record di ricavi e addetti

Rilevati i saldatori industriali di Helvi, sesta operazione di acquisizione dal 2018

Organico oltre quota mille e vendite a 225 milioni
Nel 2023 target a 270-280

Luca Orlando

«Arrivare a 300 milioni nell'anno del centenario sarebbe davvero la ciliegina sulla torta. Siamo ad un passo, si vedrà». Problemi relativi, quelli di Roberto Ciceri, tenendo conto che il gruppo che guida, Beta Utensili, punta comunque nel 2023 ad una crescita ampiamente a doppia cifra, con target di ricavi a 270 milioni, forse 280 se una nuova acquisizione dovesse concretizzarsi. Shopping che ad ogni modo per il gruppo brianzolo sta diventando consueto, come confermato dall'acquisizione appena conclusa per l'80% di Helvi, produttore di saldatrici industriali, sesta operazione in sei anni che porta in dote al gruppo altri 17 milioni di ricavi e 85 addetti. «Dal punto di vista strategico puntiamo ad allargare la nostra offerta di prodotti - spiega il presidente e ad - e quando si tratta di categorie importanti, ad alto contenuto tecnologico, preferiamo controllare in modo di-

retto la produzione. Come facciamo ad esempio in questo caso. Che riguarda un'azienda con prodotti di qualità e in cui la famiglia imprenditoriale mantiene una quota: la soluzione che in genere preferisco».

Il mercato di riferimento per il gruppo Beta è quello degli utensili professionali, area vasta che abbraccia le manutenzioni industriali così come ferramenta o ancora le officine legate al mondo dell'auto, clienti ai quali si forniscono anche l'arredo e le

soluzioni specifiche in grado di accogliere i prodotti. Canali serviti dal gruppo nato nel 1923 con una miriade di referenze diverse, oltre 20 mila. Che spaziano dalla piccola chiave a brugola da pochi millimetri agli avvitatori pneumatici; da cacciaviti e chiavi inglesi ai carrelli attrezzati per contenerli. Pandemia e crisi della supply chain non hanno interrotto il percorso di sviluppo: dopo il progresso di 25 punti del 2021, che per la prima volta ha portato i ricavi oltre i 200 milioni, lo scorso anno la crescita è stata dell'11%. «Risultati ottimi - aggiunge Ciceri - anche perché ottenuti guadagnando quote di mercato in un contesto esterno non favorevole. Il 2022, tra l'altro, è stato l'anno in cui abbiamo spinto maggiormente sugli investimenti industriali e di sviluppo, mettendo in campo una ventina di milioni». Cifre in parte impiegate per avviare la costruzione di un nuovo impianto a pochi chilometri dalla sede del gruppo, sito in cui verranno realizzate soluzioni di arredo per gli ambienti di lavoro. «Settore ancora di nicchia - spiega - ma che presenta tassi di crescita rilevanti, oltre il 25%. E che riusciamo a sviluppare anche grazie alle collaborazioni che realizziamo con team di Formula 1 o di Moto Gp, dove l'organizzazione dell'officina è un aspetto cruciale dell'attività». Altro filone di investimento riguarda la logistica e l'organizzazione interna, con l'obiettivo di dare risposte im-

mediate al mercato. «Ogni ordine presenta centinaia di righe - spiega Ciceri - ed è complicato da comporre guardando al numero sterminato di referenze in catalogo. La rapidità però è importante ed è qui che abbiamo investito. Oggi riusciamo a gestire e consegnare il 97% degli ordini entro un massimo di 48 ore». Dal 2016, anno del riassetto azionario che ha visto l'ingresso nel capitale di nuovi investitori, tra cui Tamburi Investment



L'ad Ciceri: «Mai fatti così tanti investimenti, prosegue la strategia di allargare l'offerta dei nostri prodotti»

Partners, la crescita è stata continua, con ricavi raddoppiati, così come il personale. «Assumiamo di continuo - spiega Ciceri - e in ogni momento, anche ora, abbiamo 30-40 posizioni aperte. Il problema, comune a tanti, è quello di trovare le figure richieste».

© RIPRODUZIONE RISERVATA