



Vanguard

VALUE TO INVESTORS



BTP PIÙ LA CEDOLA SALE I NUOVI CALCOLI DA FARE

CASA PIÙ GREEN QUANDO CONVIENE RISTRUTTURARE

MILANO FINANZA

www.milanofinanza.it

Vanguard

VALUE TO INVESTORS



€ 4,50

Sabato 22 Febbraio 2025 Anno XXXVI - Numero 038

MFil quotidiano dei mercati finanziari

Classedtori

Spedizione in A.P. art. 1 c.1 L. 46/04, DCB Milano



UNICREDIT PARLA IL CEO ORCEL
La Germania, il risiko e la quota in Generali

INVESTIMENTI ANOMALIA ITALIANA
Gli Etf costano poco ma non sfondano: perché?



BORSE

La Ue è messa all'angolo dall'asse Trump-Putin sull'Ucraina, ma i suoi listini da inizio anno corrono più di quelli americani. E le valutazioni, soprattutto a Milano, restano convenienti

Scommessa Europa

Da Piazza Affari a Francoforte le azioni che saliranno ancora

ORSI & TORI

DI PAOLO PANERAI

Un'opa di Bpm su Anima, società di gestione del risparmio; un'ops di Unicredito su Bpm; un'ops di Monte dei Paschi di Siena su Mediobanca, con riflesso principale, nonchè vero obiettivo, consentire al gruppo Caltagirone e a Delfin (la holding lussemburghese della famiglia Del Vecchio) di diventare determinanti nel consiglio d'amministrazione di Generali, la maggiore compagnia assicurativa italiana e ai vertici europei, dove

finora il ruolo decisivo per l'organo amministrativo è stato detenuto da Mediobanca, fra l'altro singolo maggior azionista e quindi proponente dei membri del consiglio Generali che costituiscono la maggioranza.

Non c'è mai stato, neppure ai tempi frenetici del bancarottiere Michele Sindona e di Anna Bonomi, un movimento così importante e così complesso per il listino della Borsa italiana.

Non è difficile comprendere, quindi, l'imbarazzo su quella parte di italiani che hanno avuto il coraggio di operare e investire su quel mercatino che, a prescindere dalla attuale bagarre, è diventato Piazza Affari da quando è nato Euronext e le società più importanti si sono potute trasferire, senza vergogna, ad Amsterdam per godere del favore fiscale che l'Olanda, nonostante



IL BIG DEI PAGAMENTI DIGITALI
Per risollevarsi in borsa Nexi deve tagliare il debito

I FUNZIONARI DELL'UNIONE
Chi sono e quanto contano gli gnomi italiani a Bruxelles

RISPARMIO IN PERICOLO
Ecco le nuove trappole dei signori delle truffe online



**COMODA, VELOCE
E OGGI ANCHE PIÙ BELLA.**

L'app prima in Italia si è rifatta il look.

SCARICA INTAXI.



www.intaxi.it



NORDEST FINANZA



di **Alessandro Bozzi Valenti**

Prosegue il percorso di consolidamento della Caccaro, storica azienda padovana del mobile. E di questi giorni l'annuncio della conferma del fatturato 2024 a quota 23 milioni, in linea con l'esercizio precedente. Un risultato che da un lato segna un +80% rispetto al 2018 e dall'altro valida la strategia di riposizionamento del brand e dell'evoluzione industriale in ottica 4.0, consolidando al tempo stesso la presenza della società sui mercati nazionali e internazionali. Strizzando l'occhio anche a mercati promettenti, come quello cinese. Aspetto non di poco conto per una realtà nata come mobilificio e che negli anni è riuscita ad affermarsi ogni giorno di più come brand attento alla personalizzazione e alla qualità. «I risultati 2024 affondano in un percorso strategico di lungo periodo iniziato nel 2017 che ha messo al centro la focalizzazione sui sistemi, la fiducia nel mercato domestico, il rinnovamento di macchine e l'aggiornamento delle competenze» dice a *Milano Finanza* il presidente Pierluigi Caccaro, «Il frutto di questi sforzi non era affatto scontato ma la concentrazione sui nostri obiettivi e l'attento controllo sulla gestione economica ci hanno premiato». Anche l'Ebitda, parallelamente, si attesta intorno al 15%, un dato che ricalca quello del 2023 e dimostra la solidità della gestione finanziaria dell'azienda. Un equilibrio tra sviluppo industriale e sostenibilità economica che da sempre contraddistingue la realtà guidata da una visione chiara e orientata al futuro. La crescita dell'azienda è frutto di un lavoro costante sulla rete distributiva italiana, che ha saputo interpretare il percorso di rinnovamento intrapreso da Caccaro. L'attenzione alla progettualità e all'organizzazione dello spazio attraverso sistemi d'arredo innovativi ha permesso di rafforzare il rapporto con i ri-

CACCARO La storica azienda padovana del mobile prosegue il processo di consolidamento. Il fatturato 2024 si è attestato a 23 milioni, in linea con l'esercizio precedente ma in crescita dell'80% rispetto al 2018

Arriva Architype

Il colosso bresciano Clerici compra Idra

Ancora effervescenza nel settore dell'idrotermosanitario e arredobagno nel Triveneto. E di queste settimane l'annuncio dell'acquisizione del 100% del capitale sociale di Idra, importante realtà veneta che opera nella distribuzione di articoli termoidraulici, da parte del colosso bresciano Clerici. Con sede centrale a Bassano del Grappa (Vicenza), Idra conta 13 punti vendita in Veneto - nelle province di Venezia, Padova, Vicenza, Verona, Treviso - e uno in Lombardia, nella provincia di Mantova. L'azienda impiega oltre 100 dipendenti e nel 2023 ha superato i 30 milioni di euro di fatturato. L'operazione, la sesta negli ultimi 7 mesi, rappresenta una significativa espansione a Nordest per Clerici, dove il gruppo ha fatto il suo ingresso quattro anni fa e, prima dell'acquisizione di Idra, contava già 18 punti vendita tra Veneto, Friuli-Venezia Giu-

lia e Trentino-Alto Adige con le insegne Unicom, Idras, fis, HydrossTico, Tfr Clima e Scarpis.

«Con questa acquisizione portiamo a termine un investimento strategico di grande valore, che ci consente di raddoppiare il nostro impegno in Triveneto, uno dei territori più ricchi e dinamici d'Italia» ha detto il presidente del gruppo, Paolo Clerici. A fargli eco Fabio Ciccarelli, cfo di Clerici: «Pensiamo che, grazie al nostro supporto finanziario e organizzativo, riusciremo a valorizzare appieno l'enorme potenziale commerciale di Idra, rafforzandone la posizione sul mercato e creando nuove sinergie all'interno del gruppo». Con l'acquisizione di Idra, Clerici, nel 2025 è pronta a superare i 100 milioni di euro di fatturato nel solo Nordest. Nel 2023 il fatturato complessivo di gruppo aveva raggiunto quota 785 milioni di euro.

come mercato profittevole e ricettivo. Segnali positivi, quindi, che si inseriscono in un'ottica strategica che, dicono dalla società, «i propone di aumentare gradualmente e con equilibrio la quota di mercato estero».

Parallelamente alla crescita commerciale, negli ultimi anni, l'azienda ha avviato un importante piano di efficientamento interno volto a migliorare ulteriormente il livello di servizio e l'efficienza operativa. Dopo anni di investimenti in impianti produttivi e infrastrutture digitali, il 2024 ha segnato l'inizio di un progetto strutturato secondo una logica lean: l'obiettivo è quello di ottimizzare i processi aziendali, garantendo una gestione ancora più fluida e performante. Il tutto affianco a novità di prodotto. Architype, menzionato dal presidente, rappresenta il più recente progetto di Caccaro.

«È sistema sartoriale di boiserie e porte che rivoluziona il concetto di parete» spiegano dall'azienda, «La sua presentazione presso le esposizioni di alcuni dealer italiani ed esteri alla fine del 2024 ha già iniziato a generare ordini e a dimostrare il potenziale di questo nuovo approccio progettuale. Architype rappresenta una soluzione che risponde con innovazione e versatilità alle esigenze di un pubblico sempre più attento al design e alla funzionalità».

Un percorso di evoluzione costante, quello della società, in cui tradizione e innovazione si fondono per ridefinire gli spazi dell'abitare. Pronti a stupire, da Caccaro guardano al futuro con solidità e visione, per trasformare ogni sfida in un'opportunità di crescita. (riproduzione riservata)

venditori più affini alla filosofia aziendale, portando risultati che hanno superato le aspettative in un mercato ormai maturo ma ancora ricco di opportunità. Anche per il 2025 si prospettano interessanti margini di crescita, a testimonianza di una strategia ben strutturata. Pur in un comparto che sta affrontando delle complessità. «A livello di comparto generale legno arredo non ci aspettiamo un 2025 semplice. Incertezza geopolitica e instabilità del mercato delle materie prime non ci consentono di lasciare nulla al caso. Il nostro obiettivo è continuare sul percorso strategico di focalizzazione sui sistemi - e abbiamo grandi aspettative sul nuovo si-



Pierluigi Caccaro

stema Architype -, ottimizzazione dei processi e impegno su mercati esteri scelti. Non sarà semplice ma abbiamo tutta l'intenzione di giocare al meglio que-

sta sfida» racconta la guida della società. Il tutto pronti a cogliere tutte le opportunità che arriveranno anche dall'estero. Sui mercati internazionali, nonostante il contesto geopolitico complesso a cui fa riferimento Caccaro, l'azienda registra segnali positivi. Il percorso di consolidamento nei mercati europei procede con focus su Benelux, Spagna e Francia, aree chiave per lo sviluppo commerciale del 2025.

Ma si guarda anche al Dragone. In Cina prosegue la realtà padovana prosegue nella sua espansione della rete distributiva - che oggi conta 16 rivenditori monomarca - in un'area che si conferma ancora

Capital

LA RIVISTA CHE DA 40 ANNI RACCONTA E ISPIRA LE STORIE DI SUCCESSO DI IMPRENDITORI, MANAGER E INNOVATORI ITALIANI

DISPONIBILE PER



ogni mese in edicola

WWW.CLASSABBONAMENTI.COM

Class ditori