

Ercos spa rileva lo stabilimento della Ponsi a Viareggio

Il gruppo di Monticelli Brusati (termosanitario) investe nel ramo rubinetti di alta gamma

MONTICELLI BRUSATI Nuova acquisizione per Ercos Spa, storica realtà attiva nel settore termoidrosanitario. L'azienda, che ha sede a Monticelli Brusati, ha concluso da poche settimane l'accordo col quale integra il ramo industriale di Ponsi, azienda di Viareggio che produce e distribuisce rubinetteria di alta gamma. Ad annunciarlo, nella sede Aib, è il presidente di Ercos, Giorgio Ruffini (guida l'impresa, fondata nel 1967 dal nonno Pietro Bellesi, assieme al fratello e al cugino), affiancato da Paolo Chiari di Clarium, che gestisce interventi di M&A (Merger & Acquisitions) per le aziende.



Giorgio Ruffini,
presidente
di Ercos

«Siamo specializzati nella produzione di radiatori in acciaio, da bagno e per riscaldamento, abbiamo una rete commerciale diffusa capillarmente sul territorio nazionale, di cui vogliamo usufruire anche con l'offerta di prodotti collaterali» spiega Ruffini.

Ercos non è nuova a tali operazioni: nel 2013 è stata compiuta l'acquisizione della bergamasca Sedile Acb, operante nella produzione di sedili per bagno. Da qualche anno, con il supporto dell'advisor Clarium, sta perseguendo una strategia di crescita tramite acquisizioni di operatori dell'idrotermosanitaria. In par-

ticolare, Ponsi è leader nella realizzazione di rubinetterie di elevato livello, dal design molto curato e all'avanguardia. A causa della crisi, la società toscana (fatturato di 5 milioni) ha dovuto immaginare la dismissione di un fondo d'investimento del 2008. Da qui, la proposta di integrazione dell'azienda bresciana, che "porta a casa" macchinari, magazzini, avviamento e, soprattutto, un capitale di 60 persone, che diversamente sarebbero rimaste senza lavoro. «Abbiamo tenuto tutte le maestranze - conferma Ruffini - chiaramente la nuova gestione passerà attraverso un piano di ristrutturazione.

L'obiettivo è far funzionare la fabbrica, che fino a qualche anno fa fatturava 12-13 milioni, a pieno regime. Per il 2015, abbiamo già una previsione di 7 milioni». Come? «Contraendo i margini, facendo una politica di prezzo e rispondendo alle esigenze dei mercati».

In pratica, una applicazione della business strategy che Ercos ha abbracciato con lungimiranza da tempo. «Spesso le aziende si concentrano sulla produzione e non sul mercato - commenta il presidente -. Noi siamo cresciuti del 15% tra il 2009 e il 2014: da 23 a 27 milioni. Se non avessimo introdotto nuove linee, saremmo calati del 40%. Abbiamo puntato sull'ottimizzazione dei costi e percorso nuovi canali distributivi». Un risultato in controtendenza, considerato che è ottenuto sulla "piazza" italiana (solo il 13-14% è destinato alle esportazioni).

Anita Loriana Ronchi