



**CLASSIFICA DELLE PRINCIPALI IMPRESE
MANIFATTURIERE MARCHIGIANE
ANNO 2002**

a cura di

Valeriano Balloni e Donato Iacobucci

Ancona, ottobre 2003

FONDAZIONE ARISTIDE MERLONI

CLASSIFICA DELLE PRINCIPALI IMPRESE MANIFATTURIERE MARCHIGIANE: ANNO 2002

(a cura di Valeriano Balloni e Donato Iacobucci)

Indice

1.	Introduzione.....	1
2.	L'analisi dei bilanci somma	2
	Vendite e occupati.....	2
	Redditività e struttura patrimoniale	3
	I risultati per settore e per dimensione.....	6
3.	La classifica dei gruppi e delle società	8
	La classifica dei gruppi.....	8
	La classifica delle società	10
4.	Alcune considerazioni conclusive	16

Indice delle Tabelle

Tabella 1 – Conto economico somma delle principali imprese manifatturiere.....	4
Tabella 2 – Stato patrimoniale somma delle principali imprese manifatturiere.....	5
Tabella 3 – Indici calcolati sui bilanci somma.	6
Tabella 4 – Andamento delle vendite per settore	7
Tabella 5 – Vendite per dimensione d'impresa	7
Tabella 6 – Export per dimensione d'impresa	7
Tabella 7 – Società controllate dai gruppi per area di localizzazione.....	8
Tabella 8 – Classifica dei principali gruppi manifatturieri marchigiani.....	9
Tabella 9 – Classifica delle principali società manifatturiere marchigiane.....	11
Tabella 10 – Classifica delle principali società per settore.....	18

1. Introduzione

Con l'edizione 2002 la *Classifica delle principali imprese manifatturiere marchigiane* è giunta alla diciassettesima edizione. Al pari delle precedenti edizioni, essa si propone alla comunità economica locale come strumento di analisi della performance delle principali imprese della regione. I risultati conseguiti nel 2002 da tali imprese sono posti in comparazione con i risultati conseguiti nel 2001 e con quelli delle principali imprese italiane rilevati da Mediobanca. L'esame periodico dei bilanci delle imprese, ordinari e consolidati, consente inoltre di acquisire informazioni utili alla comprensione dei cambiamenti in atto nelle strategie competitive e nelle strutture organizzative di tali imprese¹.

Rispetto alle precedenti edizioni, nella presente riportiamo i risultati di un'indagine diretta presso le imprese esaminate volta ad accertare l'andamento delle vendite nell'anno in corso. In particolare, sono state rilevate le variazioni delle vendite e dell'utile operativo nel primo semestre dell'anno rispetto al primo semestre 2002 e le previsioni di andamento delle vendite per l'intero 2003. Inoltre l'indagine ha consentito di rilevare alcuni elementi qualitativi utili a spiegare i risultati conseguiti in corso d'anno e i fattori sui quali le imprese intendono investire al fine di consolidare il proprio vantaggio competitivo.

Le informazioni contenute nel presente rapporto sono basate sui bilanci consolidati di 32 gruppi e sui bilanci ordinari di 219 società. Sulla base dei dati provvisori del Censimento 2001 le società incluse nella classifica rappresentano circa il 20% dell'occupazione manifatturiera della regione. Se si tiene conto del fatto che le imprese comprese nella classifica operano per lo più nelle fasi finali della filiera produttiva, è evidente che la rilevanza di tali imprese nel sistema manifatturiero regionale è superiore a quella che emerge dalla semplice quota sugli addetti. Diverse indagini svolte sul campo hanno, infatti, dimostrato che la rete dei sub-fornitori delle imprese operanti nei principali sistemi locali della regione (calzatura, meccanica, mobile) è in gran parte localizzata all'interno dello stesso sistema locale.

L'importanza delle imprese riportate nella Classifica si coglie con maggiore evidenza se si considera che esse rappresentano circa un quarto del valore aggiunto prodotto dall'industria manifatturiera marchigiana, e che le vendite all'estero hanno rappresentato, nel 2002, oltre il 40% dell'export manifatturiero regionale.

Il commento dei dati fa riferimento anche ad una suddivisione delle imprese per classi dimensionali secondo la seguente classificazione:

imprese grandi:	vendite superiori a 100 milioni di Euro
imprese medio-grandi:	vendite comprese fra i 50 e i 100 milioni di Euro
imprese medie:	vendite comprese fra i 20 e i 50 milioni di Euro
imprese piccole	vendite inferiori ai 20 milioni di Euro

Il rapporto è organizzato nel modo seguente:

- nel paragrafo 2 sono esaminati i dati cumulativi, basati sui bilanci somma, per il totale delle imprese e per settore, confrontati con i dati cumulativi di Mediobanca relativi alle medie e grandi imprese italiane;
- nel paragrafo 3 è commentata la classifica dei gruppi e la classifica delle società;

¹ Un'analisi maggiormente approfondita dei risultati relativi al 2002 sarà pubblicata sul numero 3, 2003 della rivista *Economia Marche*.

- nel paragrafo 4 sono esaminate le risposte delle imprese all'indagine diretta e sono sviluppate alcune considerazioni conclusive.

2. L'analisi dei bilanci somma

Vendite e occupati

Nel 2002 l'attività produttiva nel settore industriale ha subito un ulteriore rallentamento dopo quello verificatosi nel corso del 2001. Le principali imprese industriali italiane, censite da Mediobanca, hanno fatto registrare un decremento delle vendite dell'1,6%; quelle di medie dimensioni si sono attestate su una crescita dell'1,6%. Si tratta del risultato peggiore conseguito dalle grandi e medie imprese industriali italiane nell'ultimo decennio.

Le principali società manifatturiere della regione hanno invece registrato un tasso di crescita delle vendite pari al 3,8%. Si tratta di un risultato apparentemente mediocre ma comunque migliore della media nazionale (vedi Tabella 1)².

Vale la pena sottolineare che la superiore performance delle imprese marchigiane è interamente dovuta alla crescita del fatturato sui mercati esteri (+8,5%); il fatturato interno è, infatti, rimasto invariato. Anche nelle imprese italiane la performance sui mercati esteri è risultata superiore a quella realizzata sul mercato interno.

Il maggiore dinamismo delle vendite all'estero ha determinato un ulteriore aumento della già elevata propensione all'export delle imprese regionali: fra il 2001 e il 2002 la quota del valore delle esportazioni sul totale delle vendite è aumentata di due punti percentuali, passando dal 45,6% al 47,6%.

A differenza di quanto osservato nel 2001, le società presenti nella Classifica hanno fatto registrare una crescita degli occupati. Il tasso di variazione dei dipendenti rispetto al 2001 è stato, infatti, di poco inferiore a quello delle vendite (+3,7%). La variazione positiva degli addetti è dunque in controtendenza sia con quanto registrato nelle medie imprese italiane (i cui addetti sono rimasti sostanzialmente invariati) sia con il dato relativo alle imprese di maggiore dimensione le quali continuano ad evidenziare una sistematica perdita dei livelli occupazionali (-2,2% fra il 2001 e il 2002).

Pur in presenza di una marcata crescita dei livelli occupazionali le principali imprese marchigiane hanno fatto rilevare un incremento del valore aggiunto per addetto, passato dei 52.000 Euro del 2001 a circa 54.000 Euro nel 2002. Malgrado tale crescita i valori di produttività per addetto delle imprese marchigiane rimangono più bassi di quelli medi italiani. Ciò è dovuto sia alla diversa composizione settoriale dell'industria manifatturiera marchigiana (nella quale sono maggiormente rappresentati settori a più basso valore aggiunto per addetto) sia alla diversa composizione degli occupati (nelle imprese marchigiane è maggiore la quota di operai rispetto alle altre categorie).

Il dato relativo alla crescita dell'occupazione e della produttività, superiori nelle imprese marchigiane rispetto alla media italiana, evidenzerebbe una "rincorsa" delle imprese regionali, presumibilmente alimentata dagli investimenti nelle risorse umane imposti dall'adozione delle nuove tecnologie e dalla pressione competitiva dei mercati, verso le frontiere dell'efficienza.

² Tale risultato è influenzato in modo rilevante dalla notevole performance di crescita della Merloni Elettrodomestici (+12,7% delle vendite nel bilancio ordinario e +25,9% del bilancio consolidato). Se si esclude il dato della Merloni Elettrodomestici la variazione delle vendite delle imprese presenti in classifica risulta pari al +2,2%, comunque superiore alla media italiana delle grandi e delle medie imprese.

Redditività e struttura patrimoniale

Nel 2002 le principali imprese marchigiane hanno registrato una crescita della redditività operativa e netta. La redditività operativa si è giovata di un calo di circa 1 punto percentuale dell'incidenza sulle vendite dei consumi di merci e servizi. Tale calo ha controbilanciato l'aumentata incidenza delle spese di personale, il cui peso sulle vendite è passato dal 14,1% del 2001 al 14,5% del 2002. Il peso delle spese di personale sulle vendite è maggiore nelle imprese marchigiane rispetto alla media nazionale. Ciò è spiegato dal fatto che nella nostra regione sono prevalenti settori a più alta intensità di lavoro rispetto al capitale. L'incidenza degli ammortamenti è, infatti, decisamente inferiore nelle imprese marchigiane rispetto a quanto si registra nelle principali imprese manifatturiere italiane.

L'incidenza dei proventi finanziari è cresciuta fra il 2001 e il 2002, anche se il suo valore si mantiene decisamente inferiore a quello delle principali imprese italiane. Tale aumento è il risultato dell'accresciuta rilevanza delle attività finanziarie, ed in particolare delle partecipazioni, nell'attivo patrimoniale delle imprese. Ciò è a sua volta il risultato della peculiare modalità di crescita delle imprese, basata sulla formazione di gruppi piuttosto che sull'espansione dell'unità giuridica originaria. Indagini svolte su tale fenomeno hanno rilevato che nelle fasi iniziali prevale la costituzione di nuove imprese mentre con l'aumento delle dimensioni del gruppo prevalgono le acquisizioni. Qualunque sia la modalità di espansione del gruppo, il risultato di tale processo è che nelle imprese che sono al vertice del gruppo le partecipazioni di controllo in altre imprese assumono rilevanza crescente all'interno dell'attivo patrimoniale. Nelle società marchigiane presenti nella Classifica l'incidenza delle partecipazioni sul totale delle immobilizzazioni nette è passata dal 33% del 2001 al 37% del 2002 (vedi Tabella 2)³.

L'accresciuta redditività operativa delle vendite (ROS) delle principali imprese marchigiane, insieme con il più contenuto immobilizzo di capitale per unità di vendite fanno sì che esse presentino valori della redditività del capitale (ROI) decisamente superiori alla media nazionale (Tabella 3).

Nel 2002 si è registrata una ripresa della redditività netta, dopo il calo subito nel 2001; tale aumento è evidente sia se misurato con riferimento alle vendite sia con riferimento al capitale netto (ROE). A tale crescita ha contribuito soprattutto il miglioramento della redditività operativa.

Per quanto concerne le altre componenti gestionali si può notare che all'ulteriore calo dell'incidenza degli oneri finanziari si è associato un incremento dell'incidenza delle imposte.

Andamenti sostanzialmente simili, anche se meno brillanti, si evidenziano nelle medie imprese italiane. Le imprese di maggiore dimensione presentano, al contrario, un andamento difforme, con un'accresciuta incidenza degli oneri finanziari e delle componenti straordinarie ed una riduzione delle imposte.

³ Proprio per la rilevanza delle partecipazioni nel capitale investito delle imprese e per la loro natura strategica piuttosto che di mero impiego finanziario, i proventi finanziari che da essi in gran parte derivano sono considerati parte del reddito operativo.

Tabella 1 – Conto economico somma delle principali imprese manifatturiere

Bilanci ordinari (Milioni di Euro salvo diversa indicazione).

MARCHE 207 SOCIETA' MANIFATTURIERE	2002	2001	2002 %	2001 %	Variazione 2002-2001 %
Vendite	8.866	8.537	100,0	100,0	3,8
Valore aggiunto	2.211	2.057	24,9	24,1	7,5
Spese di personale	-1.288	-1.207	-14,5	-14,1	6,7
Margine operativo lordo	922	850	10,4	10,0	8,5
Ammortamenti	-411	-392	-4,6	-4,6	4,8
Proventi finanziari	213	123	2,4	1,4	73,2
Utile operative	724	581	8,2	6,8	24,7
Oneri finanziari	-184	-193	-2,1	-2,3	-4,4
Saldo proventi e oneri straordinari	-73	-47	-0,8	-0,6	55,9
Imposte	-211	-173	-2,4	-2,0	22,2
Risultato d'esercizio	256	168	2,9	2,0	52,0
Italia	4.647	4.649	52,4	54,4	0,0
Esteri	4.219	3.889	47,6	45,6	8,5
Addetti (numero)	41.115	39.639			3,7
Valore aggiunto / addetto (migliaia di Euro)	53,8	51,9			3,6
ITALIA 1787 SOCIETA' MANIFATTURIERE	2002	2001	2002 %	2001 %	Variazione 2002-2001 %
Vendite	341.869	347.405	100,0	100,0	-1,6
Valore aggiunto	75.886	80.678	22,2	23,2	-5,9
Spese di personale	-42.063	-41.838	-12,3	-12,0	0,5
Margine operativo lordo	33.823	38.840	9,9	11,2	-12,9
Ammortamenti	-25.249	-24.953	-7,4	-7,2	1,2
Proventi finanziari	15.193	12.991	4,4	3,7	16,9
Utile operative	23.767	26.878	7,0	7,7	-11,6
Oneri finanziari	-11.826	-11.535	-3,5	-3,3	2,5
Saldo proventi e oneri straordinari	-15.732	638	-4,6	0,2	-2564,2
Imposte	-2.762	-6.615	-0,8	-1,9	-58,2
Risultato d'esercizio	-6.554	9.367	-1,9	2,7	-170,0
Italia	238.849	243.989	69,9	70,2	-2,1
Esteri	103.020	103.417	30,1	29,8	-0,4
Addetti (numero)	972.922	994.656			-2,2
Valore aggiunto / addetto (migliaia di Euro)	78,0	81,1			-3,8
ITALIA 494 SOCIETA' DI MEDIE DIMENSIONI	2002	2001	2002 %	2001 %	Variazione 2002-2001 %
Vendite	25.320	24.918	100,0	100,0	1,6
Valore aggiunto	5.468	5.350	21,6	21,5	2,2
Spese di personale	-3.221	-3.123	-12,7	-12,5	3,1
Margine operativo lordo	2.248	2.227	8,9	8,9	0,9
Ammortamenti	-1.234	-1.198	-4,9	-4,8	3,0
Proventi finanziari	357	379	1,4	1,5	-5,8
Utile operative	1.370	1.408	5,4	5,6	-2,7
Oneri finanziari	-540	-582	-2,1	-2,3	-7,2
Saldo proventi e oneri straordinari	100	64	0,4	0,3	57,0
Imposte	-543	-538	-2,1	-2,2	0,9
Risultato d'esercizio	387	352	1,5	1,4	10,1
Italia	17.382	17.156	68,6	68,9	1,3
Esteri	7.938	7.762	31,4	31,1	2,3
Addetti (numero)	87.218	87.211			0,0
Valore aggiunto / addetto (migliaia di Euro)	62,7	61,3			2,2

Fonte: per l'Italia, Mediobanca – Dati cumulativi di 1941 società italiane (2003)

Tabella 2 – Stato patrimoniale somma delle principali imprese manifatturiere.

Bilanci ordinari (Milioni di Euro salvo diversa indicazione).

MARCHE 207 SOCIETA' MANIFATTURIERE	2002	2001	2002 %	2001 %	Variazione 2002-2001 %
Liquidità	509	512	9,2	9,7	-0,6
Circolante netto operative	1.523	1.388	27,5	26,2	9,7
Immobilizzazione tecniche nette	1.613	1.560	29,2	29,4	3,4
Partecipazioni	1.293	1.118	23,4	21,1	15,7
Altre immobilizzazioni	592	719	10,7	13,6	-17,7
Capitale investito netto	5.531	5.298	100,0	100,0	4,4
Debiti finanziari a breve	1.443	1.411	26,1	26,6	2,3
Debiti finanziari a m/l	946	920	17,1	17,4	2,8
Fondi	496	467	9,0	8,8	6,3
Capitale netto	2.645	2.500	47,8	47,2	5,8
Totale passivo e netto	5.531	5.298	100,0	100,0	4,4
ITALIA 1787 SOCIETA' INDUSTRIALI	2002	2001	2002 %	2001 %	Variazione 2002-2001 %
Liquidità	15.368	15.921	4,3	4,5	-3,5
Circolante netto operativo	54.102	50.512	15,1	14,3	7,1
Immobilizzazione tecniche nette	104.626	104.946	29,2	29,8	-0,3
Partecipazioni	114.002	122.689	31,8	34,8	-7,1
Altre immobilizzazioni	69.945	58.011	19,5	16,5	20,6
Capitale investito netto	358.042	352.079	100,0	100,0	1,7
Debiti finanziari a breve	82.029	75.405	22,9	21,4	8,8
Debiti finanziari a m/l	63.114	62.625	17,6	17,8	0,8
Fondi	31.949	30.528	8,9	8,7	4,7
Capitale netto	180.951	183.521	50,5	52,1	-1,4
Totale passivo e netto	358.042	352.079	100,0	100,0	1,7
ITALIA 494 SOCIETA' DI MEDIE DIMENSIONI	2002	2001	2002 %	2001 %	Variazione 2002-2001 %
Liquidità	1.902	1.922	10,7	11,2	-1,1
Circolante netto operativo	7.271	7.077	41,1	41,3	2,7
Immobilizzazione tecniche nette	5.309	5.195	30,0	30,3	2,2
Partecipazioni	1.551	1.464	8,8	8,5	6,0
Altre immobilizzazioni	1.666	1.472	9,4	8,6	13,2
Capitale investito netto	17.700	17.131	100,0	100,0	3,3
Debiti finanziari a breve	4.606	4.578	26,0	26,7	0,6
Debiti finanziari a m/l	2.860	2.795	16,2	16,3	2,3
Fondi	1.505	1.429	8,5	8,3	5,3
Capitale netto	8.729	8.329	49,3	48,6	4,8
Totale passivo e netto	17.700	17.131	100,0	100,0	3,3

Fonte: per l'Italia, Mediobanca – Dati cumulativi di 1941 società italiane (2003)

Tabella 3 – Indici calcolati sui bilanci somma.

MARCHE 207 SOCIETA' MANIFATTURIERE	2002	2001
ROS %	8,2	6,8
Vendite / capitale investito	1,6	1,6
ROI %	13,1	11,0
ROE %	9,7	6,7
Capitale netto / immobilizzazioni	0,8	0,7
Capitale permanente / immobilizzazioni	1,2	1,1
ITALIA 1787 SOCIETA' INDUSTRIALI	2002	2001
ROS %	7,0	7,7
Vendite / capitale investito	1,0	1,0
ROI %	6,6	7,6
ROE %	-3,6	5,1
Capitale netto / immobilizzazioni	0,6	0,6
Capitale permanente / immobilizzazioni	1,0	1,0
ITALIA 494 SOCIETA' DI MEDIE DIMENSIONI	2002	2001
ROS %	5,4	5,6
Vendite / capitale investito	1,4	1,5
ROI %	7,7	8,2
ROE %	4,4	4,2
Capitale netto / immobilizzazioni	1,0	1,0
Capitale permanente / immobilizzazioni	1,5	1,5

Fonte: per l'Italia, Mediobanca – Dati cumulativi di 1941 società italiane (2003)

I risultati per settore e per dimensione

La performance in termini di crescita delle vendite e di redditività presenta, come sempre, significative differenze settoriali (vedi Tabella 4). Nell'esaminare gli andamenti settoriali, va ricordato che la Classifica delle imprese rileva solo quelle di maggiore dimensione all'interno dei rispetti settori. Ciò pone due problemi. Il primo è che a seconda della struttura dimensionale che caratterizza le imprese di un settore il grado di rappresentatività delle imprese presenti nella Classifica è diverso⁴. Il secondo è che non sempre la performance all'interno del settore risulta omogenea fra imprese di diversa dimensione.

Ci sembra emblematico in questo senso il dato relativo al settore calzaturiero. Mentre il settore nel suo complesso ha subito, nel corso del 2002, una decisa contrazione dei livelli produttivi e delle vendite, le principali imprese calzaturiere inserite nella classifica hanno registrato un significativo incremento delle vendite.

⁴ La rappresentatività è, ad esempio, molto elevata nel caso degli elettrodomestici, caratterizzato dalla presenza di imprese grandi e medie, ma decisamente inferiore nel caso della calzatura poiché questo settore è caratterizzato da una maggiore frammentazione dell'offerta.

Tabella 4 – Andamento delle vendite per settore

(milioni di Euro salvo diversa indicazione)

	Numero imprese	Vendite 2002	Vendite 2001	Variazione 2002-2001 %
Alimentare	16	569	576	-1,2
Apparecchi elettrici ed elettronici	24	615	658	-6,6
Carta e stampa	16	360	388	-7,3
Chimica	1	215	203	6,0
Elettrodomestici	17	3.076	2.829	8,7
Gomma e plastica	14	537	543	-1,1
Legno, mobili e arredamento	24	699	684	2,3
Macchine	21	648	602	7,6
Mezzi di trasporto	3	132	116	13,7
Minerali non metalliferi	5	122	119	2,5
Pelli, cuoio e calzature	30	1.072	1.037	3,3
Prodotti in metallo	20	552	517	6,7
Tessile Abbigliamento	12	225	221	1,7
Altre industrie manifatturiere	4	45	45	1,9
Totale	207	8.866	8.537	3,8

L'esame della performance per dimensione d'impresa evidenzia un'accentuarsi delle differenze fra le imprese di maggiore dimensione e quelle più piccole (Tabella 5)⁵. Di fatto, sono le piccole imprese ad avere sofferto maggiormente. Le imprese grandi hanno altresì mostrato un particolare dinamismo nella crescita sui mercati esteri, contrariamente alle piccole che hanno subito una contrazione delle loro esportazioni (Tabella 6). Ciò ha determinato un'ulteriore crescita della differenza nella propensione all'export per dimensione d'impresa.

Tabella 5 – Vendite per dimensione d'impresa

(valori in milioni di Euro salvo diversa indicazione)

	Numero imprese	Vendite 2002	Vendite 2001	Variazione 2002-2001 %
Grandi	14	4.239	3.977	6,6
Medio-grandi	21	1.505	1.447	4,0
Medie	56	1.732	1.715	1,0
Piccole	116	1.390	1.398	-0,6
Totale	207	8.866	8.537	3,8

Tabella 6 – Export per dimensione d'impresa

(valori in milioni di Euro salvo diversa indicazione)

	Numero imprese	Vendite 2002	Vendite 2001	Variazione 2002-2001 %	Export / vendite 2002 %	Export / vendite 2001 %
Grandi	14	2.563	2.297	11,6	60,5	57,7
Medio-grandi	21	707	657	7,6	47,0	45,4
Medie	56	556	529	5,1	32,1	30,9
Piccole	116	392	406	-3,2	28,2	29,0
Totale	207	4.219	3.889	8,5	47,6	45,6

⁵ Come già evidenziato, la rilevante crescita delle vendite osservata nelle imprese grandi è dovuta in buona parte ai brillanti risultati conseguiti dalla Merloni Elettrodomestici nel 2002. Va però notato che, con poche eccezioni, anche le altre imprese con oltre 100 milioni di Euro di fatturato hanno fatto registrare significativi incrementi delle vendite.

3. La classifica dei gruppi e delle società

La classifica dei gruppi

La classifica dei bilanci consolidati di gruppo è rimasta invariata nelle prime dieci posizioni, con l'unica eccezione del gruppo TOD'S che passa dalla sesta alla quinta posizione scavalcando il gruppo MANULI RUBBER (vedi Tabella 8).

Alcuni dei principali gruppi marchigiani si segnalano per gli eccezionali incrementi delle vendite, risultato di processi di acquisizione di altre imprese in Italia e all'estero. Per crescita delle vendite si segnalano MERLONI TERMOSANTARI (+93,7%), ELICA (+46,8%), SCAVOLINI (+35,3%), MERLONI ELETTRODOMESTICI (+25,9%), FORNARI (+20,2%).

Nelle altre posizioni della classifica non si segnalano variazioni di rilievo nelle posizioni relative. Tassi di crescita delle vendite superiori al 10% sono stati registrati da FALC (+17,5%), TS (+19,6%), MANIFATTURA PAOLONI (+19,8%), FIORINI INTERNATIONAL (+15,9%).

La classifica per redditività vede sempre al primo posto la TOD'S, con il 10% di utile netto sulle vendite, seguita dalla MANIFATTURA PAOLONI (+7,2) e dalla FALC (5,0%). Ovviamente notevole, tenuto conto della dimensione delle vendite, è il risultato conseguito dalla MERLONI ELETTRODOMESTICI in valore assoluto (108 milioni di Euro, il più elevato). La percentuale di utile netto sulle vendite (+4,4%) e, comunque, tra le migliori nelle imprese europee del settore.

Fra le società censite nel 2002 sono compresi 91 gruppi (imprese con almeno due unità giuridiche controllate). A questi gruppi appartengono 752 società, con una media di circa 8 società per gruppo. Fra il 2001 e il 2002 si è avuto un incremento del 9% delle società controllate dai gruppi marchigiani (vedi Tabella 7).

La localizzazione geografica di tali società evidenzia il fatto che i processi di internazionalizzazione delle imprese regionali interessano soprattutto i paesi dell'Unione Europea e dell'Europa dell'est. Vi è però anche una significativa presenza di società commerciali e produttive in Nord America e in Estremo Oriente.

Tabella 7 – Società controllate dai gruppi per area di localizzazione.

Area	Numero società	%
Italia	430	57,2
Ue	178	23,7
Europa Extra Ue	59	7,8
Nord America	29	3,9
Estremo Oriente	27	3,6
Sud America	13	1,7
Medio Oriente	6	0,8
Australia	5	0,7
Nord Africa	3	0,4
Centro America	2	0,3
Totale	752	100,0
Totale gruppi	91	
Società appartenenti a gruppo nel 2001	690	
Incremento 2002/2001 %	9,0	
Società per gruppo	8,3	

Tabella 8 – Classifica dei principali gruppi manifatturieri marchigiani

Bilanci consolidati (migliaia di Euro salvo diversa indicazione).

Pos. 2002	Pos. 2001	Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Variaz. Vendite (%)	Risultato d'esercizio 2002	Risultato d'esercizio / Vendite (%)
1°	1°	MERLONI ELETTRODOMESTICI	2.480.225	1.970.752	25,0	108.018	4,4
2°	2°	ANTONIO MERLONI	978.970	973.248	0,6	-9.955	-1,0
3°	3°	MERLONI TERMOSANITARI ¹	963.958	497.557	93,7	20.801	2,2
4°	4°	BIESSE	370.733	353.760	4,8	-5.762	-1,6
5°	6°	TOD'S	358.211	318.501	12,5	36.276	10,1
6°	5°	MANULI RUBBER	347.908	344.077	1,1	14.104	4,1
7°	7°	FIMAG (GUZZINI)	303.093	300.113	1,0	20.060	6,6
8°	8°	ELICA ²	288.482	196.483	46,8	4.696	1,6
9°	9°	FINFABER	177.167	181.523	-2,4	235	0,1
10°	10°	SCAVOLINI	151.036	149.910	0,8	4.242	2,8
11°	12°	FORNARI ³	106.144	88.316	20,2	1.547	1,5
12°	11°	FRAPI (PIERALISI) ⁴	99.207	105.780	-6,2	5.067	5,1
13°	n.d.	IMAC	94.105	n.d.	n.d.	2.510	2,7
14°	13°	FALC	90.443	76.981	17,5	4.548	5,0
15°	14°	T.S.	73.231	61.211	19,6	1.005	1,4
16°	15°	TURBOAIR	63.490	59.167	7,3	-2.942	-4,6
17°	16°	EUGENIO TOMBOLINI	53.942	52.510	2,7	225	0,4
18°	17°	CLEMENTONI	51.924	45.783	13,4	1.326	2,6
19°	n.d.	MSC ITALIA	50.456	n.d.	n.d.	77	0,2
20°	19°	CURVET	47.451	42.592	11,4	1.543	3,3
21°	18°	I.P.R.	44.925	42.651	5,3	149	0,3
22°	20°	FEBAL	43.082	41.494	3,8	56	0,1
23°	21°	FIORINI INDUSTRIAL PACKAGING ⁵	42.560	41.139	3,5	-1.185	-2,8
24°	22°	SCHNELL	39.478	36.532	8,1	1.659	4,2
25°	25°	MANIFATTURA PAOLONI	36.267	30.268	19,8	2.609	7,2
26°	24°	FIORINI INTERNATIONAL	35.209	30.375	15,9	467	1,3
27°	23°	SICC	29.506	30.975	-4,7	-1.414	-4,8
28°	28°	FAAM	26.362	24.914	5,8	122	0,5
29°	27°	FINGROUP ALLEGREZZA	24.892	27.194	-8,5	374	1,5
30°	26°	BIZZARRI	23.822	28.105	-15,2	2.636	11,1
31°	30°	MELONI ⁶	20.231	6.854	195,2	32	0,2
32°	29°	MECCANICA GENERALE ⁷	15.908	17.290	-8,0	-362	-2,3

Note

¹ Dal 2002 la MERLONI TERMOSANITARI consolida i bilanci delle società dei gruppi Elco-Cuenod e Chaffoteaux et Maury acquisiti nel corso del 2001.

² Dal 2002 la ELICA consolida le società dei gruppi Fox Group Spa e FIME, acquistati nel 2001.

³ Nel corso del 2001 il gruppo FORNARI ha acquisito il controllo della Smarter Dragon Ltd di Hong Kong, capogruppo di società che producono e distribuiscono sul mercato cinese articoli di abbigliamento con marchio "Fornari".

⁴ I dati relativi al gruppo FRAPI (PIERALISI) sono provvisori in quanto il bilancio consolidato non è stato ancora formalmente approvato.

⁵ Il risultato negativo del consolidato della FIORINI INDUSTRIAL PACKAGING è in parte dovuto ai costi di avvio e di sviluppo della controllata FIPA (Australia).

⁶ Dal 2002 la MELONI Spa consolida la Meloni Heavy Industries Spa con sede operativa a Trieste. La società è il risultato dell'acquisizione di un ramo d'azienda dalla società Wartsila Italia Spa. La Meloni Heavy Industries Spa produce componenti di carpenteria pesante e media prevalentemente destinati al settore motoristico-navale.

⁷ Il risultato negativo della MECCANICA GENERALE nel 2002 è spiegato dalla realizzazione di un programma di ristrutturazione organizzativa. Per il 2003 l'azienda prevede una crescita del fatturato del 25% rispetto al 2002.

La classifica delle società

Le prime 10 posizioni della classifica 2002 delle società sono occupate dalle stesse imprese presenti nel 2001. Si evidenziano solo alcuni mutamenti di posizione: la TOD'S passa dal quarto al terzo posto; la BIESSE dal sesto al quinto; la ELICA dall'ottavo al settimo⁶.

Fra le prime 10 posizioni si segnalano per crescita delle vendite: la BIESSE (+18,1%) che ha però conseguito risultati reddituali negativi; la MERLONI ELETTRODOMESTICI (+12,7%) che, al contrario, mostra una eccezionale performance reddituale; la ELICA (+10%).

Nelle posizioni successive alla decima si segnalano per crescita delle vendite la PROFILGLASS (+25,5%), la BEST (+20,9%), la PERSHING (+42,6), la TECNOWIND (+26,6%).

E' interessante notare che, con poche eccezioni, tutte le principali imprese calzaturiere (TOD'S, FORNARI, FALC, ZEIS EXCELSA) mostrano incrementi delle vendite superiori alla media. Evidentemente la crisi subita dal settore nel corso del 2002 ha colpito in modo diverso le imprese in relazione alla loro dimensione. Quelle di maggiore dimensione, che da anni investono soprattutto nell'innovazione di prodotto e nel controllo delle reti commerciali, sembrano trovarsi in una posizione di relativo vantaggio rispetto alle imprese di minore dimensione, le quali sono maggiormente focalizzate sulle attività manifatturiere. Alcune di queste imprese calzaturiere risultano anche fra i best performer per redditività (TOD'S, FALC, IMAC, FORNARI).

⁶ Abbiamo già notato nella classifica precedente che la considerazione dei bilanci consolidati di gruppo fornisce indicazioni maggiormente attendibili riguardo alla dimensione effettiva e alla performance reddituale delle imprese. Il guadagno di posizione della TOD'S rispetto alla MERLONI TERMOSANITARI riflette una diversa strategia di crescita dei due gruppi: centrata sull'impresa principale (crescita interna) nel primo caso e sull'espansione per acquisizione (crescita esterna) nel secondo caso. Le vendite consolidate della TERMOSANITARI sono più che doppie rispetto a quelle consolidate della TOD'S (vedi Tabella 8).

Tabella 9 – Classifica delle principali società manifatturiere marchigiane*Bilanci ordinari (migliaia di Euro salvo diversa indicazione).*

Pos. 2002	Pos. 2001	RAGIONE SOCIALE	Vendite 2002	Vendite 2001	Variaz. Vendite (%)	Risultato d'esercizio 2002	Risultato d'esercizio / Vendite (%)
1°	1°	MERLONI ELETTRODOMESTICI SPA	1.514.857	1.343.988	12,7	107.495	7,1
2°	2°	ANTONIO MERLONI SPA	593.056	594.246	-0,2	1.358	0,2
3°	4°	TOD'S SPA	317.488	292.995	8,4	34.144	10,8
4°	3°	MERLONI TERMOSANITARI SPA	310.115	294.140	5,4	2.855	0,9
5°	6°	BIESSE SPA	236.872	200.631	18,1	-1.890	-0,8
6°	5°	A.C.R.A.F. SPA	214.954	202.854	6,0	9.402	4,4
7°	8°	ELICA SPA	167.997	152.755	10,0	2.784	1,7
8°	7°	CARTIERE MILIANI FABRIANO SPA ¹	165.296	188.867	-12,5	-11.562	-7,0
9°	9°	SCAVOLINI SPA	136.915	134.997	1,4	4.019	2,9
10°	10°	COOPERLAT SOC. COOP. A R.L.	125.063	122.574	2,0	2.704	2,2
11°	11°	FABER SPA	119.125	118.022	0,9	354	0,3
12°	12°	TEUCO GUZZINI SPA	113.293	115.796	-2,2	8.464	7,5
13°	14°	GUZZINI ILLUMINAZIONE SRL	112.626	105.061	7,2	9.879	8,8
14°	13°	MANULI RUBBER INDUSTRIES SRL	111.330	110.116	1,1	4.251	3,8
15°	18°	CUCINE LUBE OVER SPA	95.900	86.074	11,4	2.350	2,5
16°	20°	PROFILGLASS SPA	95.536	76.119	25,5	2.418	2,5
17°	16°	IMAC SPA	94.936	99.492	-4,6	3.991	4,2
18°	17°	C.A.R.N.J. COOP. ARL	93.652	97.552	-4,0	-481	-0,5
19°	24°	BEST SPA	86.196	71.302	20,9	2.712	3,1
20°	22°	FORNARI SPA	83.778	74.520	12,4	3.233	3,9
21°	23°	FALC SPA	83.120	72.481	14,7	4.580	5,5
22°	21°	BERLONI SPA	78.997	74.887	5,5	63	0,1
23°	26°	AETHRA SPA ²	72.923	68.006	7,2	-3.045	-4,2
24°	19°	BENELLI ARMI SPA	69.742	77.535	-10,1	13.188	18,9
25°	15°	ROAL ELECTRONICS SRL ³	67.836	100.802	-32,7	146	0,2
26°	25°	TVS SPA	66.128	68.144	-3,0	3.397	5,1
27°	31°	THERMOWATT SPA	62.298	55.572	12,1	-448	-0,7
28°	27°	PLA LAM SPA	62.003	64.033	-3,2	-4.369	-7,0
29°	28°	AVICOLA MARCHIGIANA SOC. COOP. A R.L.	60.438	62.327	-3,0	6	0,0
30°	30°	INDUSTRIE PICA SPA	59.356	57.305	3,6	1.077	1,8
31°	35°	FONTARELLI SPA	56.596	49.843	13,5	533	0,9
32°	46°	PERSHING SPA	55.173	38.692	42,6	4.876	8,8
33°	38°	TECNOWIND SPA	55.060	43.492	26,6	904	1,6
34°	32°	ROLAND EUROPE SPA	53.210	54.368	-2,1	902	1,7
35°	34°	NUOVA M.A.I.P. SPA	51.651	50.579	2,1	-351	-0,7
36°	29°	KNOW HOW SPA	48.488	61.650	-21,3	401	0,8
37°	33°	ALLUFLON SPA	47.313	53.931	-12,3	339	0,7
38°	36°	FATTORIE MARCHIGIANE CONS. COOP. A R.L.	47.212	45.203	4,4	16	0,0
39°	41°	CLEMENTONI SPA	46.339	42.199	9,8	743	1,6
40°	39°	I.P.R. SPA	44.977	42.987	4,6	622	1,4
41°	44°	BLUE LINE SPA	44.227	40.789	8,4	4.711	10,7
42°	45°	LO.MET. SPA	44.196	40.356	9,5	263	0,6
43°	47°	TURBOAIR SPA	41.340	38.620	7,0	-1.816	-4,4
44°	43°	CONCERIA DEL CHIANTI SPA	40.924	41.052	-0,3	761	1,9
45°	42°	EUROSUOLE SPA	40.697	42.130	-3,4	2.112	5,2
46°	37°	AUTOMOTIVE PRODUCTS ITALIA SPA	40.474	43.642	-7,3	-399	-1,0
47°	49°	URBIS SRL	40.309	37.797	6,6	53	0,1
48°	48°	GAMMA INDUSTRY SRL	39.834	37.868	5,2	229	0,6
49°	53°	T.S. SRL	39.732	35.015	13,5	716	1,8
50°	59°	CALZATURIFICIO ZEIS EXCELSA SPA	38.085	32.431	17,4	139	0,4

Segue

Segue Tabella 9

Pos. 2002	Pos. 2001	RAGIONE SOCIALE	Vendite 2002	Vendite 2001	Variaz. Vendite (%)	Risultato d'esercizio 2002	Risultato d'esercizio / Vendite (%)
51°	57°	CANTIERE NAVALE MARIO MORINI SPA	36.174	33.586	7,7	-3.247	-9,0
52°	51°	VIS INDUSTRIE ALIMENTARI SPA	35.331	36.535	-3,3	-1.421	-4,0
53°	54°	SILGA SPA	35.271	34.048	3,6	306	0,9
54°	95°	RAG-ALL SPA	34.420	20.098	71,3	784	2,3
55°	56°	FO.R.M. SRL	34.319	33.655	2,0	294	0,9
56°	60°	MOBILIFICIO FOGLIENSE SRL	33.721	32.279	4,5	248	0,7
57°	55°	CURVET SPA	33.511	33.771	-0,8	273	0,8
58°	72°	QS GROUP SPA 4	33.441	26.895	24,3	-222	-0,7
59°	61°	FEBAL CUCINE SPA	32.732	31.391	4,3	29	0,1
60°	50°	GOLDENPLAST SPA	32.301	37.047	-12,8	901	2,8
61°	65°	MONDIAL SUOLE SRL	31.619	28.768	9,9	980	3,1
62°	64°	INDEL B SPA	31.146	28.972	7,5	1.771	5,7
63°	68°	F.LLI MESSERSI' SPA	30.705	27.824	10,4	1.380	4,5
64°	73°	SCHNELL SPA	30.398	26.475	14,8	787	2,6
65°	70°	ELEKTROMECH SPA	29.918	27.398	9,2	542	1,8
66°	69°	CENTRALTUBI SRL	29.147	27.727	5,1	224	0,8
67°	79°	I.F.I. INDUSTRIA FRIGORIFERI ITALIANA SPA	28.580	25.046	14,1	1.703	6,0
68°	71°	SABELLI SPA	28.168	27.116	3,9	65	0,2
69°	76°	MIPA SPA	28.071	25.758	9,0	64	0,2
70°	40°	CALZATURIFICIO RUGGERI SPA	27.726	42.751	-35,1	-877	-3,2
71°	58°	FRATELLI GUZZINI SPA	27.367	32.533	-15,9	-1.254	-4,6
72°	66°	SACART SPA	27.361	28.645	-4,5	-18	-0,1
73°	90°	MALAVOLTA SPA	26.590	21.467	23,9	138	0,5
74°	82°	PICENUM PLAST SRL	26.547	23.768	11,7	431	1,6
75°	98°	SIMONETTA SPA	26.161	19.621	33,3	271	1,0
76°	52°	CARIAGGI LANIFICIO SPA	25.890	35.846	-27,8	113	0,4
77°	63°	BETA ROTOLI SPA	25.736	30.264	-15,0	162	0,6
78°	75°	CALZATURIFICIO MANAS SPA	25.285	25.855	-2,2	483	1,9
79°	83°	INDUSTRIE TOGNI SPA	24.708	23.646	4,5	756	3,1
80°	74°	SICC SPA	24.525	26.153	-6,2	327	1,3
81°	78°	LARDINI SRL	24.087	25.128	-4,1	197	0,8
82°	67°	BIZZARRI SPA	23.826	28.110	-15,2	2.452	10,3
83°	81°	AGROALIMENTARE F.LLI MONALDI SPA	23.535	24.185	-2,7	83	0,4
84°	77°	CIAR SPA	23.404	25.380	-7,8	769	3,3
85°	113°	INDUSTRIA CONFEZIONI FILOTTRANO SRL	23.399	17.429	34,3	1.648	7,0
86°	84°	ACCORRONI SRL	23.111	23.137	-0,1	73	0,3
87°	89°	H.S.D. SRL	22.603	21.797	3,7	38	0,2
88°	105°	GAMMA IMBALLAGGI SRL	21.794	18.021	20,9	446	2,0
89°	85°	ANNABELLA SPA	21.584	22.791	-5,3	323	1,5
90°	86°	SIRA SPA	20.983	22.617	-7,2	-620	-3,0
91°	93°	OMCE DI ROCCHETTI A. SPA	20.865	20.343	2,6	948	4,5
92°	96°	NUTRENDO SRL	20.777	20.044	3,7	-1	0,0
93°	87°	ERNESTOMEDA SPA	20.275	22.328	-9,2	224	1,1
94°	80°	SO.MA.CI.S. SPA	20.258	24.728	-18,1	-156	-0,8
95°	88°	MECTHERM SPA	19.994	21.879	-8,6	215	1,1
96°	100°	GRUPPO SPAR HOLDING	19.862	19.530	1,7	70	0,4
97°	122°	A.C.P. SRL	19.774	15.989	23,7	668	3,4
98°	99°	GATTO SPA	19.686	19.590	0,5	-114	-0,6
99°	119°	OFFICINE MECCANICHE DEFENDI SRL	19.565	16.472	18,8	25	0,1
100°	145°	SICAP SANGIORGIO SPA	19.549	13.489	44,9	143	0,7

Segue

Segue Tabella 9

Pos. 2002	Pos. 2001	RAGIONE SOCIALE	Vendite 2002	Vendite 2001	Variaz. Vendite (%)	Risultato d'esercizio 2002	Risultato d'esercizio / Vendite (%)
101°	128°	N.G. DIARIES SPA	19.290	15.228	26,7	-889	-4,6
102°	109°	MONDOLFO FERRO SPA	18.952	17.888	5,9	528	2,8
103°	97°	INCOM SPA	18.561	19.702	-5,8	58	0,3
104°	117°	UPPER SPA	18.491	16.728	10,5	17	0,1
105°	102°	CISEL SRL	18.483	19.323	-4,3	-239	-1,3
106°	112°	P. BARIGELLI & C SPA	18.222	17.503	4,1	-60	-0,3
107°	126°	LN DI NATALINI LINO & C. SRL	18.159	15.543	16,8	907	5,0
108°	104°	BOCCHINI SPA	17.956	18.078	-0,7	76	0,4
109°	110°	IMAB MOBILI E PREFABBRICATI SRL	17.851	17.847	0,0	240	1,3
110°	127°	CATENA BUILDING INDUSTRY	17.594	15.323	14,8	103	0,6
111°	123°	MERCANTINI MOBILI SPA	17.575	15.900	10,5	221	1,3
112°	114°	S.A.G.I. SPA	17.463	17.143	1,9	47	0,3
113°	146°	ROCCHEGGIANI SRL	17.298	13.398	29,1	2.444	14,1
114°	153°	CALZATURIFICIO ELIZABET SRL	17.131	12.333	38,9	90	0,5
115°	94°	MEP SPA	16.945	20.229	-16,2	-239	-1,4
116°	135°	NUOVA SIMONELLI SRL	16.919	14.887	13,7	1.475	8,7
117°	121°	F.I.S.I. SRL	16.645	16.152	3,1	-35	-0,2
118°	143°	PLAST MECCANICA SPA	16.626	13.761	20,8	35	0,2
119°	129°	MALAGRIDA MANIFATTURE SRL	16.588	15.217	9,0	25	0,1
120°	111°	PREMIATA SRL	16.586	17.545	-5,5	126	0,8
121°	92°	DA.MI. SRL	16.553	20.800	-20,4	1.072	6,5
122°	62°	SIGMA SPA	16.426	31.080	-47,1	968	5,9
123°	118°	ANDELINI SPA	16.377	16.680	-1,8	231	1,4
124°	120°	KING PLAST SPA	16.292	16.258	0,2	-150	-0,9
125°	91°	R.I.CO. SRL	16.290	21.224	-23,2	635	3,9
126°	116°	F.A.A.M. SPA	15.854	17.020	-6,8	27	0,2
127°	103°	SO.M.I. PRESS SPA	15.775	18.694	-15,6	150	1,0
128°	139°	REV SRL	15.498	14.725	5,2	1.689	10,9
129°	130°	RADIANT BRUCIATORI SPA	15.405	15.120	1,9	417	2,7
130°	101°	I.M.E.S.A. SPA	15.389	19.407	-20,7	-153	-1,0
131°	138°	A. & G. CALZATURIFICIO SPA	15.117	14.841	1,9	39	0,3
132°	115°	GRAMMER SRL	15.104	17.087	-11,6	708	4,7
133°	107°	LAMINOX SRL	15.094	17.905	-15,7	164	1,1
134°	134°	MANIFATTURA PAOLONI SRL	14.759	14.887	-0,9	314	2,1
135°	125°	CIAO BIMBI SPA	14.701	15.605	-5,8	995	6,8
136°	137°	BABINI SPA	14.634	14.879	-1,6	531	3,6
137°	140°	FBI ELETTRONICA SPA	14.618	14.457	1,1	578	4,0
138°	144°	ISA SPA	14.382	13.510	6,5	341	2,4
139°	141°	BISCI HIGH TECH SPA	14.264	14.309	-0,3	-315	-2,2
140°	108°	E.BORA SRL	14.256	17.896	-20,3	65	0,5
141°	142°	A & G BONTEMPI SPA	13.776	14.176	-2,8	30	0,2
142°	133°	CALZATURIFICIO SELENIA SRL	13.515	14.935	-9,5	-137	-1,0
143°	132°	RPM SPA	13.454	14.974	-10,2	-482	-3,6
144°	131°	ITS SRL	13.203	15.059	-12,3	29	0,2
145°	182°	SES SPA	12.983	8.358	55,3	-5	0,0
146°	151°	ITALPOLIMERI SRL	12.861	12.407	3,7	19	0,1
147°	152°	ELETTROMECCANICA ADRIATICA SPA	12.814	12.345	3,8	333	2,6
148°	149°	BALDI CARNI SRL	12.759	13.060	-2,3	30	0,2
149°	148°	ISOPAK ADRIATICA SPA	12.632	13.313	-5,1	53	0,4
150°	157°	GENERAL IMPIANTI SRL	12.552	11.426	9,9	37	0,3

Segue

Segue Tabella 9

Pos. 2002	Pos. 2001	RAGIONE SOCIALE	Vendite 2002	Vendite 2001	Variaz. Vendite (%)	Risultato d'esercizio 2002	Risultato d'esercizio / Vendite (%)
151°	159°	IPSA SPA	12.176	11.245	8,3	202	1,7
152°	147°	AEA SRL	11.722	13.366	-12,3	73	0,6
153°	172°	LATERIZI ALAN METAURO SRL	11.678	9.868	18,3	1.255	10,7
154°	156°	AZIENDA VINICOLA UMANI RONCHI SPA	11.182	11.568	-3,3	117	1,0
155°	154°	MECCANICA GENERALE SRL	11.156	12.068	-7,6	-194	-1,7
156°	158°	CANTORI SPA	11.136	11.302	-1,5	29	0,3
157°	166°	SIFA SPA	11.016	10.304	6,9	271	2,5
158°	161°	ROMCAFFE' SRL	10.974	11.056	-0,7	1.271	11,6
159°	160°	GABRIELLA FRATTINI SPA	10.847	11.181	-3,0	-386	-3,6
160°	164°	FIAM ITALIA SPA	10.681	10.517	1,6	69	0,6
161°	173°	ELE.CON SPA	10.555	9.229	14,4	78	0,7
162°	168°	NUOVA CENTAURO	10.553	10.188	3,6	78	0,7
163°	136°	CALZATURIFICIO ROMIT SPA	10.457	14.886	-29,7	-74	-0,7
164°	174°	TECNOSTAMPA SRL	10.396	9.188	13,1	-153	-1,5
165°	181°	ZARA SRL	10.330	8.597	20,2	18	0,2
166°	170°	OTTAVIANI INTERNATIONAL SRL	10.299	10.048	2,5	85	0,8
167°	163°	CASALI SPA	10.190	10.531	-3,2	182	1,8
168°	162°	CALZATURIFICIO MYRTO SRL	10.188	10.652	-4,4	-161	-1,6
169°	155°	CALZATURIFICIO 4 C SRL	10.185	11.944	-14,7	-59	-0,6
170°	192°	SAINT ANDREWS SPA	9.772	6.934	40,9	105	1,1
171°	176°	VERACI I.M.I. SPA	9.595	8.922	7,5	1.006	10,5
172°	194°	L.B.F. SPA	9.590	6.858	39,8	47	0,5
173°	171°	INDUSTRIA SEDIE ITALIANA SRL	9.538	9.908	-3,7	198	2,1
174°	165°	FELLOWES LEONARDI SPA	9.409	10.371	-9,3	-15	-0,2
175°	188°	BOX MARCHE SPA	9.359	7.722	21,2	175	1,9
176°	167°	FLONAL SPA	9.247	10.247	-9,8	326	3,5
177°	177°	ACI SRL FARFISA INTERCOMS	8.930	8.849	0,9	530	5,9
178°	183°	SACMA SPA	8.843	8.222	7,6	79	0,9
179°	106°	CONTINENT SPA ⁵	8.787	17.910	-50,9	453	5,2
180°	169°	NUOVA ITALIANA ESPANSI SRL	8.772	10.049	-12,7	-34	-0,4
181°	150°	BAIONI CRUSHING PLANTS SPA	8.764	12.993	-32,5	-62	-0,7
182°	178°	ALLEGREZZA SPA	8.664	8.827	-1,8	30	0,3
183°	180°	FULGINI ORILIO SPA	8.582	8.633	-0,6	-88	-1,0
184°	184°	VIDEX ELECTRONICS SRL	8.507	8.219	3,5	1.209	14,2
185°	185°	DOMO SRL	8.403	8.032	4,6	324	3,9
186°	186°	OSMA SPA	8.399	7.849	7,0	-127	-1,5
187°	189°	PIERALISI SPA	8.345	7.583	10,0	570	6,8
188°	175°	POLYPAK SRL	7.989	8.980	-11,0	131	1,6
189°	187°	ZANNINI SPA	7.627	7.761	-1,7	8	0,1
190°	195°	MELONI SPA	7.343	6.854	7,1	18	0,3
191°	199°	BBC ELETTROPOMPE SRL	7.092	6.039	17,4	82	1,2
192°	190°	BIGELLI MARMI SRL	7.068	7.365	-4,0	-23	-0,3
193°	196°	CALZATURIFICIO SPRING SRL	7.013	6.772	3,6	1	0,0
194°	205°	O.M.A.Z. SRL	6.973	4.881	42,8	109	1,6
195°	201°	CALZATURIFICIO MCR SPA	6.929	5.789	19,7	101	1,5
196°	179°	TEODORI SPA	6.792	8.765	-22,5	23	0,3
197°	206°	ALTA DEFINIZIONE SPA	6.740	4.871	38,4	4	0,1
198°	215°	NAZARENO GABRIELLI SPA	6.721	3.941	70,5	-848	-12,6
199°	191°	CIARE SPA	6.701	7.155	-6,3	170	2,5
200°	193°	CARTIERA MARCHIGIANA SRL	6.460	6.916	-6,6	40	0,6

Segue

Segue Tabella 9

Pos. 2002	Pos. 2001	RAGIONE SOCIALE	Vendite 2002	Vendite 2001	Variaz. Vendite (%)	Risultato d'esercizio 2002	Risultato d'esercizio / Vendite (%)
201°	204°	FEMA SPA	6.341	5.554	14,2	33	0,5
202°	124°	TECNOS SCRL ⁶	6.314	15.846	-60,2	78	1,2
203°	197°	LINEA QUATTRO SPA	6.252	6.101	2,5	-38	-0,6
204°	202°	MAGLIFICIO F.B. SRL	6.183	5.754	7,5	3	0,0
205°	200°	E.V.F. SPA	6.143	6.029	1,9	9	0,1
206°	203°	I.C.I. SRL	5.807	5.578	4,1	-123	-2,1
207°	208°	CASA VINICOLA G. GAROFOLI SPA	5.051	4.633	9,0	378	7,5
208°	209°	GIAMPAOLI INDUSTRIA DOLCIARIA SPA	5.050	4.604	9,7	26	0,5
209°	198°	NUOVA MB SRL	4.842	6.067	-20,2	18	0,4
210°	212°	LA FACONABLE SPA	4.368	4.062	7,5	83	1,9
211°	213°	FINTEL SPA	4.295	3.990	7,6	-181	-4,2
212°	211°	CAGNONI & C. SPA	4.283	4.122	3,9	58	1,3
213°	210°	SILC SPA	3.742	4.297	-12,9	777	20,8
214°	217°	FIORINI INDUSTRIAL PACKAGING SRL	3.556	2.894	22,9	-372	-10,5
215°	214°	MANDOLESI SRL	3.178	3.980	-20,2	4	0,1
216°	218°	FIORINI INTERNATIONAL SRL	3.099	2.609	18,7	572	18,5
217°	216°	ASA LINEA SRL	3.065	3.059	0,2	3	0,1
218°	207°	FRATELLI CARLI SPA	1.805	4.749	-62,0	-159	-8,8
219°	219°	CUCINE LUBE SPA	1.646	1.697	-3,0	52	3,1

Note:

- ¹ La riduzione delle vendite e il risultato negativo del 2002 delle CARTIERE MILIANI è giustificato dalle fermate produttive negli stabilimenti di Pioraco e Fabriano conseguenti alla realizzazione del piano di investimenti programmato dalla nuova proprietà (Gruppo Fedrigoni). La perdita 2002 è influenzata dalla presenza di oneri straordinari e dalla svalutazione di attività patrimoniali.
- ² Il risultato negativo della AETHRA nel 2002 è principalmente spiegato dalla sforzo di penetrazione commerciale sui mercati esteri. Tale sforzo si rende necessario per il perseguimento di due obiettivi: sganciamento dal cliente principale (Telecom); apertura strategica sui mercati internazionali nei quali la tecnologia AETHRA sulla videocomunicazione può risultare vincente (AETHRA è fra le prime quattro aziende mondiali in questo settore).
- ³ Le vendite ROAL 2002 e 2001 non sono del tutto omogenee poiché l'anno 2001 ha inglobato per i primi quattro mesi l'attività della divisione elettromeccanica successivamente scissa. Al netto di tale divisione il fatturato del settore elettronico ha subito una riduzione del 17%.
- ⁴ I ricavi conseguiti nel 2002 dalla QS GROUP comprendono anche quelli della divisione Perros, non confluiti, per undici mesi, nel bilancio chiuso al 31.12.2001. Su base omogenea i ricavi 2001 sarebbero stati di poco superiori ai 35 milioni di Euro.
- ⁵ La società CONTINENT è stata posta dal 1° luglio 2002 in liquidazione volontaria.
- ⁶ Le vendite 2001 TECNOS includono quelle verso la società Copilegno, incorporata nel corso del 2001. Al netto degli scambi commerciali intercorsi fra le due società le vendite del 2001 sarebbero state pari a 6.550.000 Euro.

4. Alcune considerazioni conclusive

Nel commentare i risultati conseguiti dalla principali imprese manifatturiere marchigiane nel 2002, ci serviamo anche delle informazioni - raccolte tramite una snella indagine diretta presso le imprese - relative ai risultati conseguiti nel primo semestre 2003 e alle aspettative per l'intero anno. Il questionario compilato dalle imprese, che ringraziamo per la collaborazione, ha consentito di ottenere anche una serie di informazioni qualitative utili a spiegare gli andamenti rilevati e a comprendere le strategie competitive perseguite dalle imprese intervistate⁷.

I risultati di crescita delle vendite conseguiti dalle imprese intervistate nel primo semestre 2003 evidenziano il persistere della fase congiunturale riflessiva già registrata nel corso del 2002. La crescita delle vendite nel primo semestre 2003 si è attestata, infatti, all'1,3% rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente. Dal calcolo di tale variazione è escluso il dato della Merloni Elettrodomestici, la quale ha registrato un aumento del 25% delle vendite consolidate nel primo semestre 2003 rispetto al primo semestre 2002. L'inclusione della Merloni Elettrodomestici determinerebbe, ovviamente, una decisa correzione al rialzo nella crescita aggregata delle vendite delle imprese marchigiane nel primo semestre dell'anno.

Rispetto alla distribuzione di tale andamento, circa un terzo delle imprese dichiara un calo delle vendite mentre la parte restante registra un aumento delle stesse. Il prolungarsi della fase congiunturale negativa ha avuto conseguenze anche sulla redditività delle imprese. Il 40% delle imprese intervistate ha registrato una riduzione del reddito operativo nel primo semestre 2003 rispetto al corrispondente semestre del 2002.

Le informazioni desunte da questa indagine suppletiva sono, a nostro giudizio, confortanti, soprattutto per alcuni aspetti che caratterizzano o caratterizzeranno la performance delle imprese marchigiane nel breve e medio periodo.

Breve periodo

I risultati delle imprese nell'anno 2002, confrontate con le medie nazionali, dimostrano che il sistema industriale marchigiano (con riferimento alle sue principali imprese) è più reattivo e tiene meglio. Cresce, seppure in modo contenuto, il fatturato e cresce l'occupazione; ma, soprattutto, cresce la produttività pur avendo presente che questa è ancora al di sotto della media nazionale (le specializzazioni produttive contano, così come contano i fattori di scala).

Sulla base delle previsioni di chiusura del 2003 si prospetta una leggera ripresa: il 64% delle imprese (distribuite fra i vari settori e classi dimensionali) prevede un aumento delle vendite (per lo più contenuta entro il 10%) e dell'utile operativo.

Tra i fattori indicati come rilevanti nello spiegare gli andamenti attesi vi sono il ristagno della domanda e l'aggressiva concorrenza di prezzo sui mercati serviti.

Altre indicazioni, desumibili dalla stessa indagine, inducono a spostare l'attenzione sui fattori che potranno influire sui risultati di medio periodo.

⁷ Le imprese che hanno risposto al questionario sono state 110.

Lungo periodo

Le risposte fornite dalle imprese intervistate con riferimento ai fattori sui quali esse ritengono di fondare la ripresa di un vantaggio competitivo, ci sembrano coerenti con una strategia volta a conseguire un'identità sul mercato (strategia di differenziazione). Tale strategia è realizzata attraverso politiche di innovazione e qualità dei prodotti e di sviluppo organizzativo. Vediamo di capire la relazione fra andamento di breve periodo e politiche di medio periodo.

La previsione di ripresa della domanda (seppure di lieve entità), se confermata, consentirà di riguadagnare margini di produttività (grazie al miglior utilizzo della capacità produttiva disponibile) e di competere, nel breve periodo, sui prezzi. L'insistenza sull'innovazione e sulla qualità dei prodotti segnala il perseguimento di una strategia di differenziazione volta a riacquistare un ragionevole controllo sui prezzi. Molte delle imprese "protagoniste" della nostra Classifica hanno già brillantemente intrapreso questo promettente sentiero. Ci si augura che molte altre, nei rispettivi settori, seguano con fermezza e determinazione il disegno strategico tracciato dalle "protagoniste".

Il quadro di coerenze strategiche che si evince dalle risposte al questionario con riferimento alle strategie competitive delle imprese ci sembra in parte "incrinato" dal fatto che circa la metà delle imprese ritiene che la creazione di nuove organizzazioni e sistemi distributivi sia "poco rilevante" come fattore strategico ai fini del conseguimento del vantaggio competitivo.

La preoccupazione rispetto a questo risultato è dovuta ad un semplice motivo: è probabile che questo tipo di risposte (incoerenti con quanto affermato sull'utilità di sviluppare nuove forme organizzative d'impresa) celino il fatto che l'organizzazione di una efficiente rete distributiva comporta di per sé elevate masse di investimento, al di fuori della portata di molte delle imprese intervistate. In questa prospettiva, emergerebbero con evidenza i ben noti fattori di scala che, nel nuovo contesto competitivo, fissano limiti ben precisi al "piccolo è bello".

Tabella 10 – Classifica delle principali società per settore
Bilanci ordinari (migliaia di Euro salvo diversa indicazione)

Alimentare

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
COOPERLAT SOC. COOP. A R.L.	125.063	122.574	4.129	3,3
C.A.R.N.J. COOP ARL	93.652	97.552	485	0,5
AVICOLA MARCHIGIANA SOC. COOP. A RL	60.438	62.327	667	1,1
FATTORIE MARCHIGIANE CONS. COOP ARL	47.212	45.203	486	1,0
VIS INDUSTRIE ALIMENTARI SPA	35.331	36.535	493	1,4
SABELLI SPA	28.168	27.116	328	1,2
INDUSTRIE TOGNI SPA	24.708	23.646	1.061	4,3
AGROALIMENTARE F.LLI MONALDI SPA	23.535	24.185	677	2,9
NUTRENDO SRL	20.777	20.044	94	0,5
BALDI CARNI SRL	12.759	13.060	231	1,8
IPSA SPA	12.176	11.245	522	4,3
AZIENDA VINICOLA UMANI RONCHI SPA	11.182	11.568	644	5,8
ROMCAFFE' SRL	10.974	11.056	2.177	19,8
CASA VINICOLA G. GAROFOLI SPA	5.051	4.633	830	16,4
GIAMPAOLI INDUSTRIA DOLCIARIA SPA	5.050	4.604	453	9,0
FRATELLI CARLI SPA	1.805	4.749	-119	-6,6

Apparecchi elettrici ed elettronici

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
IGUZZINI ILLUMINAZIONE SRL	112.626	105.061	15.788	14,0
AETHRA SRL	72.923	68.006	374	0,5
ROAL ELECTRONICS SRL	67.836	100.802	6.533	9,6
ROLAND EUROPE SPA	53.210	54.368	2.885	5,4
SILGA SPA	35.271	34.048	848	2,4
ELEKTROMECH SPA	29.918	27.398	1.956	6,5
CIAR SPA	23.404	25.380	1.351	5,8
SO.MA.CLS. SPA	20.258	24.728	560	2,8
CISEL SRL	18.483	19.323	582	3,1
LN DI NATALINI LINO & C. SRL	18.159	15.543	1.699	9,4
SIGMA SPA	16.426	31.080	1.881	11,5
R.I.CO. SRL	16.290	21.224	1.289	7,9
F.A.A.M. SPA	15.854	17.020	1.210	7,6
I.M.E.S.A. SPA	15.389	19.407	633	4,1
FBT ELETTRONICA SPA	14.618	14.457	1.290	8,8
ELETTROMECCANICA ADRIATICA SPA	12.814	12.345	476	3,7
GENERAL IMPIANTI SRL	12.552	11.426	403	3,2
AEA SRL	11.722	13.366	559	4,8
I.B.F. SPA	9.590	6.858	634	6,6
ACI SRL FARFISA INTERCOMS	8.930	8.849	800	9,0
VIDEX ELECTRONICS SRL	8.507	8.219	2.024	23,8
BBC ELETTROPOMPE SRL	7.092	6.039	734	10,4
CIARE SPA	6.701	7.155	456	6,8
E.V.F.SPA	6.143	6.029	340	5,5

Carta e stampa

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
CARTIERE MILIANI FABRIANO SPA	165.296	188.867	3.001	1,8
MIPA SPA	28.071	25.758	1.425	5,1
SACART SPA	27.361	28.645	264	1,0
BETA ROTOLI SPA	25.736	30.264	1.225	4,8
GAMMA IMBALLAGGI SRL	21.794	18.021	1.211	5,6
F.I.S.I. SRL	16.645	16.152	196	1,2
TECNOSTAMPA SRL	10.396	9.188	329	3,2
ZARA SRL	10.330	8.597	267	2,6
FELLOWES LEONARDI SPA	9.409	10.371	78	0,8
BOX MARCHE SPA	9.359	7.722	326	3,5
CONTINENT SPA	8.787	17.910	402	4,6
POLYPAK SRL	7.989	8.980	430	5,4
CARTIERA MARCHIGIANA SRL	6.460	6.916	120	1,9
I.C.I. SRL	5.807	5.578	-30	-0,5
FIORINI INDUSTRIAL PACKAGING SRL	3.556	2.894	438	12,3
FIORINI INTERNATIONAL SRL	3.099	2.609	865	27,8

Elettrodomestici

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
MERLONI ELETTRODOMESTICI SPA	1.514.857	1.343.988	185.284	12,2
ANTONIO MERLONI SPA	593.056	594.246	50.680	8,5
MERLONI TERMOSANITARI SPA	310.115	294.140	16.505	5,3
ELICA SPA	167.997	152.755	5.379	3,2
FABER SPA	119.125	118.022	11.012	9,2
BEST SPA	86.196	71.302	7.077	8,2
THERMOWATT SPA	62.298	55.572	2.190	3,5
TECNOWIND SPA	55.060	43.492	2.838	5,2
TURBOAIR SPA	41.340	38.620	-201	-0,5
INDEL B SPA	31.146	28.972	3.607	11,6
ACCORRONI SRL	23.111	23.137	1.593	6,9
A.C.P. SRL	19.774	15.989	1.393	7,0
S.A.G.I. SPA	17.463	17.143	517	3,0
SIFA SPA	11.016	10.304	1.064	9,7
ELE.CON SPA	10.555	9.229	413	3,9
OSMA SPA	8.399	7.849	18	0,2
FINTEL SPA	4.295	3.990	112	2,6

Gomma e plastica

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
TEUCO GUZZINI SPA	113.293	115.796	19.108	16,9
MANULI RUBBER INDUSTRIES SRL	111.330	110.116	17.334	15,6
TONTARELLI SPA	56.596	49.843	2.407	4,3
KNOW HOW SPA	48.488	61.650	2.065	4,3
T S SRL	39.732	35.015	2.301	5,8
GOLDENPLAST SPA	32.301	37.047	1.682	5,2
FRATELLI GUZZINI SPA	27.367	32.533	-605	-2,2
PICENUM PLAST SRL	26.547	23.768	1.629	6,1
PLAST MECCANICA SPA	16.626	13.761	-21	-0,1
ANDELINI SPA	16.377	16.680	977	6,0
KING PLAST SPA	16.292	16.258	577	3,5
ITALPOLIMERI SRL	12.861	12.407	420	3,3
ISOPAK ADRIATICA SPA	12.632	13.313	919	7,3
NUOVA ITALIANA ESPANSI SRL	8.772	10.049	324	3,7
ALTA DEFINIZIONE SPA	6.740	4.871	618	9,2

Legno, mobili e arredamento

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
SCAVOLINI SPA	136.915	134.997	5.392	3,9
CUCINE LUBE OVER SPA	95.900	86.074	4.540	4,7
BERLONI SPA	78.997	74.887	1.485	1,9
GAMMA INDUSTRY SRL	39.834	37.868	964	2,4
MOBILIFICIO FOGLIENSE SRL	33.721	32.279	1.558	4,6
FEBAL CUCINE SPA	32.732	31.391	1.849	5,6
I.F.I. INDUSTRIA FRIGORIFERI ITALIANA SPA	28.580	25.046	3.592	12,6
SICC SPA	24.525	26.153	827	3,4
BIZZARRI SPA	23.826	28.110	4.464	18,7
SIRA SPA	20.983	22.617	544	2,6
ERNESTOMEDA SPA	20.275	22.328	550	2,7
GRUPPO SPAR HOLDING	19.862	19.530	451	2,3
GATTO SPA	19.686	19.590	-75	-0,4
UPPER SPA	18.491	16.728	636	3,4
BOCCHINI SPA	17.956	18.078	1.388	7,7
IMAB MOBILI E PREFABBRICATI SRL	17.851	17.847	823	4,6
MERCANTINI MOBILI SPA	17.575	15.900	358	2,0
BABINI SPA	14.634	14.879	785	5,4
BISCI HIGH TECH SPA	14.264	14.309	311	2,2
A & G BONTEMPI SPA	13.776	14.176	846	6,1
CANTORI SPA	11.136	11.302	322	2,9
FIAM ITALIA SPA	10.681	10.517	278	2,6
INDUSTRIA SEDIE ITALIANA SRL	9.538	9.908	705	7,4
ALLEGREZZA SPA	8.664	8.827	454	5,2
TECNOS SCRL	6.314	15.846	345	5,5
LINEA QUATTRO SPA	6.252	6.101	429	6,9
CUCINE LUBE SPA	1.646	1.697	408	24,8

Macchine

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
BIESSE SPA	236.872	200.631	19.179	8,1
BENELLI ARMI SPA	69.742	77.535	21.489	30,8
NUOVA M.A.I.P. SPA	51.651	50.579	1.910	3,7
QS GROUP SPA	33.441	26.895	2.317	6,9
F.LLI MESSERSI' SPA	30.705	27.824	3.104	10,1
SCHNELL SPA	30.398	26.475	1.854	6,1
H.S.D. SRL	22.603	21.797	834	3,7
MONDOLFO FERRO SPA	18.952	17.888	1.572	8,3
P. BARIGELLI & C SPA	18.222	17.503	1.545	8,5
MEP SPA	16.945	20.229	750	4,4
NUOVA SIMONELLI SRL	16.919	14.887	3.097	18,3
REV SRL	15.498	14.725	2.247	14,5
E.BORA SRL	14.256	17.896	597	4,2
SES SPA	12.983	8.358	595	4,6
MECCANICA GENERALE SRL	11.156	12.068	352	3,2
VERACI I.M.I. SPA	9.595	8.922	1.720	17,9
BAIONI CRUSHING PLANTS SPA	8.764	12.993	738	8,4
PIERALISI SPA	8.345	7.583	1.007	12,1
MELONI SPA	7.343	6.854	318	4,3
O.M.A.Z. SRL	6.973	4.881	635	9,1
FEMA SPA	6.341	5.554	130	2,0
SILC SPA	3.742	4.297	1.371	36,6

Mezzi di trasporto

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
PERSHING SPA	55.173	38.692	8.309	15,1
AUTOMOTIVE PRODUCTS ITALIA SPA	40.474	43.642	905	2,2
CANTIERE NAVALE MARIO MORINI SPA	36.174	33.586	-1.696	-4,7

Minerali non metalliferi

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
INDUSTRIE PICA SPA	59.356	57.305	5.071	8,5
CURVET SPA	33.511	33.771	1.055	3,1
LATERIZI ALAN METAURO SRL	11.678	9.868	1.906	16,3
CASALI SPA	10.190	10.531	158	1,5
BIGELLI MARMI SRL	7.068	7.365	418	5,9

Pelli, cuoio e calzature

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
TOD'S SPA	317.488	292.995	66.928	21,1
IMAC SPA	94.936	99.492	8.915	9,4
FORNARI SPA	83.778	74.520	9.807	11,7
FALC SPA	83.120	72.481	11.429	13,8
I.P.R. SPA	44.977	42.987	2.395	5,3
CONCERIA DEL CHIANTI SPA	40.924	41.052	2.727	6,7
EUROSUOLE SPA	40.697	42.130	3.323	8,2
CALZATURIFICIO ZEIS EXCELSA SPA	38.085	32.431	1.826	4,8
MONDIAL SUOLE SRL	31.619	28.768	1.896	6,0
CALZATURIFICIO RUGGERI SPA	27.726	42.751	106	0,4
CALZATURIFICIO MANAS SPA	25.285	25.855	1.112	4,4
ANNABELLA SPA	21.584	22.791	1.666	7,7
SICAP SANGIORGIO SPA	19.549	13.489	646	3,3
N.G. DIARIES SPA	19.290	15.228	1.361	7,1
CALZATURIFICIO ELIZABET SRL	17.131	12.333	606	3,5
PREMIATA SRL	16.586	17.545	373	2,2
DA.MI. SRL	16.553	20.800	1.903	11,5
A.& G. CALZATURIFICIO SPA	15.117	14.841	253	1,7
CIAO BIMBI SPA	14.701	15.605	1.418	9,6
CALZATURIFICIO SELENIA SRL	13.515	14.935	344	2,5
RPM SPA	13.454	14.974	-194	-1,4
NUOVA CENTAURO	10.553	10.188	626	5,9
CALZATURIFICIO ROMIT SPA	10.457	14.886	219	2,1
CALZATURIFICIO MYRTO SRL	10.188	10.652	412	4,0
CALZATURIFICIO 4 C SRL	10.185	11.944	55	0,5
FULGINI ORILIO SPA	8.582	8.633	309	3,6
CALZATURIFICIO SPRING SRL	7.013	6.772	402	5,7
CALZATURIFICIO MCR SPA	6.929	5.789	426	6,2
NAZARENO GABRIELLI SPA	6.721	3.941	226	3,4
NUOVA MB SRL	4.842	6.067	181	3,7
MANDOLESI SRL	3.178	3.980	130	4,1

Prodotti in metallo

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
PROFILGLASS SPA	95.536	76.119	4.423	4,6
TVS SPA	66.128	68.144	7.174	10,8
PLA LAM SPA	62.003	64.033	1.335	2,2
ALLUFLON SPA	47.313	53.931	3.240	6,8
LO.MET. SPA	44.196	40.356	1.223	2,8
RAG-ALL SPA	34.420	20.098	1.884	5,5
FO.R.M. SRL	34.319	33.655	970	2,8
CENTRALTUBI SRL	29.147	27.727	1.112	3,8
MALAVOLTA SPA	26.590	21.467	523	2,0
OMCE DI ROCCHETTI A. SPA	20.865	20.343	1.787	8,6
MECTHERM SPA	19.994	21.879	776	3,9
OFFICINE MECCANICHE DEFENDI SRL	19.565	16.472	632	3,2
ROCCHEGGIANI SRL	17.298	13.398	3.030	17,5
SO.M.I. PRESS SPA	15.775	18.694	749	4,7
RADIANT BRUCIATORI SPA	15.405	15.120	1.333	8,7
GRAMMER SRL	15.104	17.087	1.723	11,4
LAMINOX SRL	15.094	17.905	915	6,1
ISA SPA	14.382	13.510	1.231	8,6
FLONAL SPA	9.247	10.247	752	8,1
DOMO SRL	8.403	8.032	912	10,9
ZANNINI SPA	7.627	7.761	235	3,1
ASA LINEA SRL	3.065	3.059	142	4,6

Tessile e abbigliamento

Ragione sociale	Vendite 2002	Vendite 2001	Utile operativo 2002	Risultato operativo / Vendite (%) 2002
BLUE LINE SPA	44.227	40.789	7.828	17,7
SIMONETTA SPA	26.161	19.621	1.225	4,7
CARIAGGI LANIFICIO SPA	25.890	35.846	1.250	4,8
LARDINI SRL	24.087	25.128	877	3,6
INDUSTRIA CONFEZIONI FILOTTRANO SRL	23.399	17.429	2.939	12,6
INCOM SPA	18.561	19.702	363	2,0
MALAGRIDA MANIFATTURE SRL	16.588	15.217	568	3,4
MANIFATTURA PAOLONI SRL	14.759	14.887	1.177	8,0
GABRIELLA FRATTINI SPA	10.847	11.181	-102	-0,9
SACMA SPA	8.843	8.222	630	7,1
TEODORI SPA	6.792	8.765	-364	-5,4
LA FACONABLE SPA	4.368	4.062	267	6,1