

MONOPOLI

La multiutility riminese si rafforza nelle Marche. Il cfo Diotallevi: «Ora spaziamo da Nord a Sud e abbiamo un piano industriale decennale». In arrivo interventi con l'Art Bonus anche in quei Comuni

Astea Energia al Gruppo Sgr

Acquisizione da 40 milioni

Chi sono



● **Demis Diotallevi**, cfo Gruppo Sgr di Rimini

● **Fabio Marchetti**, presidente e amministratore delegato di Gruppo Astea

Mentre Iren consolida il suo radicamento nel Nord Ovest ed Hera continua a guardare al Triveneto, in Emilia-Romagna c'è un'altra multiutility che punta a crescere radicandosi nei territori storici. È il Gruppo SGR di Rimini e il closing appena perfezionato lo dimostra: l'acquisto del 70% delle quote di Astea Energia, società di vendita di elettricità e gas a più di 65.000 clienti sparsi tra le province di Ancona e Macerata. Un'operazione da 40 milioni di euro avvenuta senza far ricorso al credito bancario e che sposta ancora più avanti la penetrazione dei romagnoli nelle Marche. Società Gas Rimini, infatti, dallo scorso maggio ha rilevato il 49% di Solgas, partecipazione che si è andata ad aggiungere al 49% della San Giorgio Energie di Porto San Giorgio. «Astea Energia rappresenta un'opportunità perché ha possibilità di crescita su bacini interessanti intorno a Osimo - puntualizza il vicedirettore generale di Gruppo SGR, Demis Diotallevi - siamo convinti che la strategia che ci ha portato ai risultati di oggi, ovvero valorizzare i territori, sia quella corretta». E nelle zone come le Marche, dove ci sono condizioni per replicare questo nostro modello, continueremo a lavorare con attenzione. Ora - continua - spaziamo su due aree, una a Nord e una a Sud con progetti autoconsistenti e che avranno un loro percorso. Abbiamo infatti messo a punto un piano industriale decennale».

«Astea ha una forte fidelizzazione di clienti, ma non è in grado di espandersi e si trova svalutata da competitor nazionali - riflette Fabio Marchetti, presidente e ad di Astea - è parso logico in questo momento ricercare un partner industriale per crescere assieme. E nell'offerta di Gruppo SGR abbiamo trovato qualcosa di simile a noi».

Dal 2017 dunque la compagine societaria di Astea Energia è composta al 70% dalla multiservizi riminese, per il 24,05% da Astea Spa e per il restante 5,95% da Iren Mercato. Il cda passa da 9 a 5 membri. La base d'offerta, secondo una perizia affidata a terzi, valutava l'azienda marchigiana 23,6 milioni di euro: Società Gas Rimini ha rilanciato fino a 30,5 milioni, cifra che ha portato il controvalore incassato per l'operazione a 21.350.000 euro. In realtà, il valore attribuito ad Astea va oltre i 40 milioni proprio perché Gruppo SGR - che ha partecipato alla procedura competitiva che coinvolgeva anche Iren e AGSM Verona - si è impegnato a mantenere le maestranze, i fondi di garanzia per il sociale e quello per sport e cultura, la conservazione per 5 anni dei service (contratti per la prestazione di servizi infragruppo) e il godimento dell'intero utile 2016 alla vecchia compagine di Astea. E a proposito di attenzione al sociale, la multiutility romagnola sta valutando l'estensione di nuove iniziative di Art Bonus nei 44 Comuni dove è presente - a giugno 2016 ha devoluto 710.000 euro per la riqua-



lificazione a Rimini di piazza Malatesta, l'area del Ponte di Tiberio e la Biblioteca Civica Gambalunga: «L'Art Bonus è un mezzo potente e delicato che esprime il suo potenziale nei comuni che lo sostengono con entusiasmo; lo utilizzeremo senz'altro anche nelle zone servite da Astea Energia e stiamo valutando se ci sono le condizioni per farlo nuovamente sul nostro territorio storico», annuncia Diotallevi.

Il Gruppo SGR - presieduto da Micaela Dionigi e amministrato da Bruno Tani - si appresta ora a redigere il bilancio 2016, rispetto al quale si attendono risultati anche migliori dell'esercizio precedente

(oltre 300.000 i clienti serviti). Quello 2015 ha portato buoni risultati: i ricavi da vendita (incluse le accise sul consumo dell'energia elettrica e del gas) si sono attestati a 257,5 milioni (246,7 nel 2014); il margine operativo lordo a 30,1 milioni (30,5 nel 2014); il patrimonio netto a 243,9 milioni (226,7 nel 2014). I clienti gas in Italia sono stati 172.909, in Bulgaria (raggiunti da Technoterm Bulgaria e Citygas Bulgaria) 2.089; quelli elettrici in Italia 25.019. «Il tasso di abbandono (churn rate) dei contrattualizzati è al di sotto del 2,4% - dice orgoglioso Diotallevi - molto più basso della media nazionale.

Weedoo, società di vendita nata

Sede
Il quartier generale di Gruppo Sgr a Rimini

dal sodalizio con Centrex Italia SpA (che fa capo a Gazprombank) ha vinto la gara per l'acquisto del 75% di SMG, Società Municipale Gas, attiva nell'area Nord-Ovest di Milano e si prepara a un 2017 di consolidamento e a un 2018 di acquisizioni. In Sardegna Sherden Energia ha già registrato oltre 5.000 pre-contratti per il gas e 500 clienti per la luce. Utilita, la consociata che si occupa di servizi e software è al centro di interessi di partnership con player molto forti». Ora non resta che vincere la vicina gara per la distribuzione del gas a Rimini.

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Rhea, 36 nuove formule per una cosmesi sartoriale

Dopo 30 anni da distributore di Guinot, Dermosfera investe un milione per lanciare una sua linea

La storia

● Dermosfera è esclusivista della casa francese Guinot per prodotti di cosmesi professionale destinati ai centri estetici

● È stata fondata nel 1985 da Francesca Zironi e il marito Giancarlo Alfonso

● Nel progetto un corso di formazione per trasformare gli estetisti in dermoctecnologi

Trent'anni di vacche grasse, sempre al servizio della stessa bandiera - quella francese di Guinot, la Rolls Royce della cosmesi - hanno garantito a Francesca Zironi e a suo marito Giancarlo Alfonso una vita più che agiata. E, in prospettiva, un futuro sereno. Da trent'anni, infatti, la loro azienda è distributore esclusivo per l'Italia (secondo mercato dopo la Francia per il gruppo transalpino che fattura poco meno di 100 milioni) e la Slovenia; nel complesso alcune decine di migliaia di centri estetici clienti. Sede a San Lazzaro di Savena (Bologna), una quindicina di dipendenti diretti fra amministrazione e magazzino, una ventina di collaboratori, una quarantina di rappresentanti, per un giro d'affari vicino ai 10 milioni di euro l'anno.

«Ma nella vita ci vuole sempre un piano B» dice Francesca. Il suo piano B si chiama Rhea e ha preso forma proprio oggi. Anzi, ieri, con una festa di presentazione ai clienti che ha riempito per tutto il giorno uno degli spazi simbolo di Bologna, Palazzo Re Enzo. Rhea è una nuova linea di

prodotti cosmetici; Dermosfera è la nuova azienda che li produce e li commercializza. «Non avremmo mai avuto l'incoscienza di lanciarsi in un'avventura imprenditoriale così complessa in un momento così difficile - spiega - se l'ingresso in azienda dei nostri due figli Sara e Gianmarco non ci avesse spinto a sognare un po'. O meglio, a realizzare il sogno che avevo nel cassetto da tanti anni». Per capire di cosa si tratta, bisogna fare due passi indietro nel tempo e un paio di chilometri di via Emilia in direzione Rimini; fino a Ozzano Emilia, lì da dove negli anni 80 partì l'epopea di Wanna Marchi.

«Nella cosmesi italiana - sospira la Zironi - il metodo Wanna Marchi non è mai tramontato; anzi ha contagiato clientela e aziende produttrici. Rincorrendo l'eccesso e l'immagine ora le grandi case americane stanno spazzando via chi, come i francesi, lavora ancora nel rispetto delle regole. Con Rhea noi ci sottraiamo a questo gioco, andando esattamente nella direzione opposta: massimo rigore, massima qualità, massima professionalità».



Mercato
Dieci piccole aziende in Italia si spartiscono il settore della cosmetica professionale

Il progetto ha richiesto quattro anni di gestazione. E il risultato è ciò che Francesca definisce «il primo esempio di cosmesi sartoriale». Rhea significa 36 nuove formule messe a punto con la consulenza del cosmetologo Umberto Borrellini, un sistema di diagnosi scientifica dei problemi dermatologici, una teoria di certificazioni sanitarie europee (più

Famiglia
Franca Zironi, fondatrice di Dermosfera con i figli Sara e Gian Marco

l'attestazione di prodotto vegano e la certificazione Halal per i consumatori islamici) un programma di formazione per estetisti che in Dermosfera, dopo due settimane di corso presso la academy aziendale, si trasformeranno in «dermotecnologi» capaci di «combinare i prodotti in un trattamento su misura per ogni cliente».

Il mercato della cosmesi professionale per estetisti è una nicchia. Se la spartiscono in Italia una decina di aziende, tutte piccole o piccolissime. Capofila è il brand Diego Della Palma, dal 2001 di proprietà della bolognese Cosmetica srl; nel 2015 ha fatturato 23 milioni di euro. Dermosfera, che ha investito oltre un milione nel progetto Rhea, ha obiettivi ambiziosi, tanto che sta già preparando lo sbarco su alcuni mercati esteri. «Conosco il mercato da trent'anni - dice il presidente - e qualche numero in testa ce l'ho. Ma i business plan e i troppi calcoli ammazzano le aziende. Per ora mi godo la gratificazione di aver finalmente realizzato qualcosa di mio».

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA