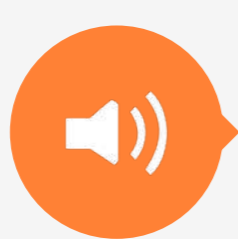


I CHAMPION

Visottica cresce con le acquisizioni e raddoppia il fatturato dal 2016: "Il segreto è diversificare"

Il gruppo trevigiano stima di chiudere il 2023 con un Ebitda oltre 15 mln (e un fatturato oltre i 100 mln, il doppio del 2016) grazie anche alle acquisizioni. Grande attenzione alla customizzazione che ha cambiato il mondo dell'occhialeria. Le acquisizioni e lo sviluppo tecnologico hanno favorito l'espansione in moda, sport e meccanica di precisione (il gruppo produce anche le componenti per le tute di Valentino Rossi). Per Gregorio Montalban (membro del cda) decisivo il ponte con la Cina: "Ma la produzione segue standard italiani per garantire la qualità del prodotto"



Alessandro Macciò

Lunedì 13 Maggio 2024 19:42



Non solo occhialeria. Ci sono anche moda, sport e meccanica di precisione nell'orizzonte di **Visottica Group, gruppo di Susegana (Treviso) attivo nella produzione di viti e componenti (anche personalizzati) in metallo, plastica e altri materiali per qualsiasi tipo di montatura**. Fondata nel 1947 da Osalco Montalban, ex pilota di aereo che avviò l'attività dopo un grave incidente sul lavoro, Visottica cresce sotto la guida del figlio Rinaldo e nel 1993 approda a Hong Kong, dove apre un ufficio commerciale che nel 2003 favorirà la nascita di uno stabilimento a Dongguan, località nota come "la Belluno d'Oriente".

La grande svolta risale al 2010: "Mio papà decise di acquisire Comotec, il nostro principale concorrente cinese, nonostante noi in Cina avessimo 120 persone e loro circa 1.500 – racconta **Gregorio Montalban, figlio di Rinaldo e membro del Cda della capofila Visottica Industrie** -. La scelta di unire le nostre competenze alla loro massa critica si rivelò vincente, tanto che in tre anni il fatturato raddoppiò e riuscimmo a raggiungere livelli di efficienza importanti". Oggi lo stabilimento di Dongguan produce solo per il mercato cinese e pesa il 35% del fatturato: "La produzione segue standard italiani ed è affidata a dieci 'expat', affiancati da altrettanti manager cinesi – spiega Montalban -. È una soluzione che ci ha sempre consentito di stare tranquilli anche se siamo dall'altra parte del mondo, anche nel periodo del Covid".

Oltre a creare una piattaforma tra Italia e Cina, l'intuizione di Rinaldo Montalban pone le basi per realizzare altre **quattro acquisizioni**: nel 2017 Ookii (micromeccanica di precisione), nel 2021 Eurodecori (prodotti stampati e lavorati in zama), nel 2022 Ethos (lavorazioni galvaniche pregiate) e nel 2023 Ideal (componenti per l'industria dell'occhialeria). Un investimento complessivo da circa 25 milioni di euro che ha portato in dote a Visottica "un pacchetto tecnologico molto ampio e abbastanza completo, con cui produciamo cerniere, viti, naselli e terminali in silicone o altri polimeri di plastica – assicura Montalban -. La flessibilità delle soluzioni inoltre ha favorito la **diversificazione nel mondo della moda e dell'articolo sportivo**: oggi realizziamo anche ganci per scarponi da sci, prese d'aria per caschi, le protezioni per le tute da motociclista come le spalline per le tute di Valentino Rossi. E poi c'è la meccanica industriale, dall'elettrodomestico alla produzione di valvole idrauliche".

I risultati sono molto positivi: **tra il 2016 e il 2022 il fatturato di Visottica è quasi raddoppiato da 54,6 milioni a 97,8**, dopo aver superato le difficoltà del Covid (43,9 mln nel 2020). Nel 2023 i ricavi stimati sono saliti ancora (oltre i 100 milioni) e sono previsti in ulteriore crescita anche nel 2024. Tra il 2016 e il 2022 il Cagr è del 10,22% (e tra il 2020 e il 2022 del 49,32%). **Nel triennio 2020-2022 l'Ebitda è più che triplicato**, passando da 4,1 milioni (margin del 9,43%) a 12,98 (margin del 14,99%) a 13,6 milioni (margin del 13,91%), con una media dell'Ebitda margin del 13,46%. **Nel 2023 l'Ebitda stimato è ulteriormente cresciuto oltre i 15 milioni** ed è atteso in miglioramento anche nel 2024. Nel 2022 l'Ebit è stato di 7,8 milioni. Due anni fa l'utile era di 5,2 milioni, lo scorso si attestava a 5,4 ed è previsto in crescita anche nel 2024.

Il core business comunque resta l'occhialeria, dove la tendenza alla customizzazione è sempre più evidente: "Fino a 10-15 anni fa – ricorda Montalban – l'occhiale era un prodotto utile e non di design, oggi è diventato un oggetto estremamente legato al mondo della moda, quindi non produciamo più grandi serie con durate lunghe negli anni ma collezioni corte da sei mesi. Se prima la componentistica era legata a lotti lunghissimi, **oggi siamo legati alla stagionalità delle collezioni autunno-inverno e primavera-estate**. Prima il designer sceglieva il componente dal catalogo e ci costruiva attorno l'occhiale, oggi ci manda uno schizzo e noi gli presentiamo l'asta finita: questo cambio di mentalità da parte nostra ha fatto sì che il valore a livello concettuale e di r&d ci sia riconosciuto".

In un mercato dominato dai grandi brand, Visottica occupa una posizione defilata ma strategica: "Il nostro è un prodotto che non si vede finché l'occhiale non si rompe – osserva Montalban -. Una buona fetta del margine va al produttore dell'occhiale e agli ottici, ma l'occhialeria è rimasto un settore abbastanza ricco. Per avere marginalità la chiave è **innovare, creare sinergie di processo, essere sempre propositivi con i clienti e risolvere i loro problemi**". Le prossime sfide sono il consolidamento della leadership (a partire dalla qualità del servizio ai clienti, che resta "imprescindibile"), l'integrazione delle ultime società acquisite, la diversificazione ("il mercato dell'occhialeria è saturo, **trovare altri sbocchi è fondamentale** per continuare a crescere") e la sostenibilità.



OGGI SU VENEZIEPOST



LA COPERTINA

Cimolai, dopo l'accordo con i creditori nel '23 su Ebitda e utile



IL RISTORANTE DEL GIORNO

"Osteria Frase" regala una cucina creativa e raffinata con vini d'autore



PRIMO PIANO

Istat, 26.500 immigrati fermano il calo demografico a Nord Est