



Siena, 10 Gennaio 2006

## **ANALISI SETTORIALE DEL MERCATO DEL LAVORO NEL DISTRETTO INDUSTRIALE DEL CAMPER**

### ***IL COMPARTO INDUSTRIALE DEL CAMPER: ANALISI E PROSPETTIVE***

#### **1. Analisi di mercato**

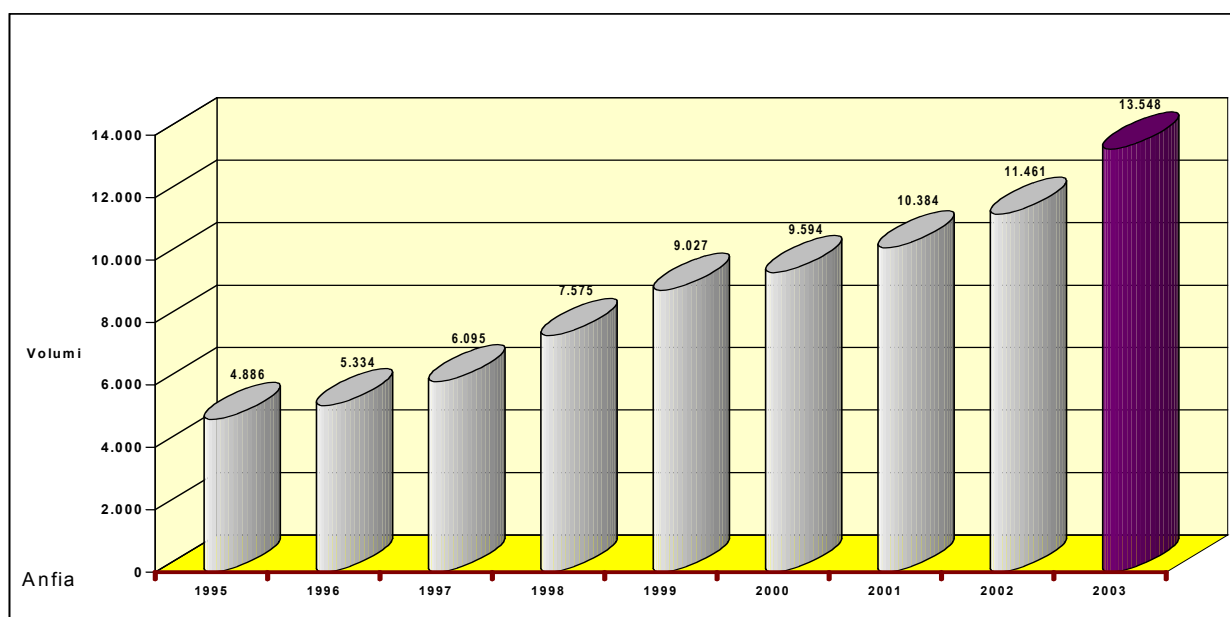
##### ***Il mercato dell'autocaravan – un settore in costante crescita.***

Continua a crescere il comparto industriale dell'autocaravan che registra uno sviluppo ininterrotto ormai da oltre 10 anni: la produzione di autocaravan nel 2005 ha raggiunto quota 20.870 unità con un incremento di oltre l'11% ed un fatturato di oltre 600 milioni di Euro. In Europa, dove nel 2005 si è registrato un numero di immatricolazioni di circa 65.000 unità, l'Italia continua ad essere leader di mercato: circa un terzo della domanda europea di autocaravan è infatti coperta dalla produzione italiana con circa 10.000 unità destinate all'esportazione per un fatturato che supera i 300 milioni di Euro.

***Tab. 1 – Immatricolazioni Autocaravan anni 1995/2003***

| <b>Anno</b>                     | <b>Totale immatricolazioni</b> |
|---------------------------------|--------------------------------|
| 1995                            | 4.886                          |
| 1996                            | 5.334                          |
| 1997                            | 6.095                          |
| 1998                            | 7.575                          |
| 1999                            | 9.027                          |
| 2000                            | 9.594                          |
| 2001                            | 10.384                         |
| 2002                            | 11.461                         |
| 2003                            | 13.548                         |
| 2004 (periodo gennaio – giugno) | 9.650                          |

**Graf. 1 – Immatricolazioni Autocaravan anni 1995/2003**



**Tab. 2 – Immatricolazioni Autocaravan per marca (2002 - 2003)**

| Allestitore              | 2003          | %            | 2002          | %            | VAR.%       |
|--------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|-------------|
| 5 Stelle Autocaravans    | 12            | 0,1          | 9             | 0,1          | 33,3        |
| Aiesistem                | 37            | 0,3          | 19            | 0,2          | 94,7        |
| Arca                     | 2             | 0,0          | 142           | 1,2          | -98,6       |
| Arcadia                  | 502           | 3,7          | 307           | 2,6          | 63,5        |
| SEA/Elnagh               | 2.021         | 15,1         | 1.958         | 16,7         | 3,2         |
| EVM System               | 122           | 0,9          | 147           | 1,3          | -17,0       |
| I.V.R.                   | 185           | 1,4          | 8             | 0,1          | -           |
| Laika                    | 1.306         | 9,7          | 1.101         | 9,4          | 18,6        |
| MC Louis                 | 1.417         | 10,6         | 1.298         | 11,1         | 9,2         |
| Mirage                   | 54            | 0,4          | 64            | 0,5          | -15,6       |
| Mobilvetta               | 1.256         | 9,4          | 1.258         | 10,7         | -0,2        |
| Rimor                    | 1.688         | 12,6         | 1.707         | 14,6         | -1,1        |
| Trigano (CI)             | 2.224         | 16,6         | 1.772         | 15,1         | 25,5        |
| Turri & Boari            | 85            | 0,6          | 64            | 0,5          | 32,8        |
| Vas                      | 5             | 0,0          | 13            | 0,1          | -61,5       |
| Altri                    | 6             | 0,0          | 21            | 0,2          | -71,4       |
| <b>Totale nazionali</b>  | <b>10.922</b> | <b>81,4</b>  | <b>9.888</b>  | <b>84,5</b>  | <b>10,5</b> |
| Adria                    | 973           | 7,2          | 683           | 5,8          | 42,5        |
| Benimar                  | 47            | 0,4          | 30            | 0,3          | 56,7        |
| Burstner                 | 140           | 1,0          | 38            | 0,3          | 268,4       |
| Challenger               | 459           | 3,4          | 256           | 2,2          | 79,3        |
| Chausson                 | 96            | 0,7          | 149           | 1,3          | -35,6       |
| Dethleffs                | 53            | 0,4          | 42            | 0,4          | 26,2        |
| Hobby                    | 2             | 0,0          | 9             | 0,1          | -77,8       |
| Hymel                    | 170           | 1,3          | 183           | 1,6          | -7,1        |
| Knaus                    | 135           | 1,0          | 105           | 0,9          | 28,6        |
| Joint                    | 29            | 0,2          | -             | -            | -           |
| Moncayo                  | 2             | 0,0          | 6             | 0,1          | -66,7       |
| Rapido                   | 73            | 0,5          | 46            | 0,4          | 58,7        |
| Volkswagen               | 125           | 0,9          | 88            | 0,8          | 42,0        |
| Altri                    | 12            | 0,1          | 15            | 0,1          | -20,0       |
| <b>Totale estere</b>     | <b>2.316</b>  | <b>17,3</b>  | <b>1.650</b>  | <b>14,1</b>  | <b>40,4</b> |
| Allestitori non definiti | 187           | 1,4          | 165           | 1,4          | 13,3        |
| <b>Totale generale</b>   | <b>13.425</b> | <b>100,0</b> | <b>11.703</b> | <b>100,0</b> | <b>14,7</b> |

### **Il settore Industriale dei Veicoli da Campeggio**

Il settore ha registrato un fatturato annuo per l'anno 2003 di oltre 600 milioni di euro, di cui oltre il 40% derivante dalle esportazioni. I dati relativi all'occupazione indicano circa 5.000 addetti, compreso l'indotto. Bacino di produzione principale è la Toscana, regione che detiene tradizionalmente la leadership nazionale in questo settore con oltre il 75% della produzione di autocaravan. Un'altra importante azienda è ubicata in Lombardia. La produzione di autocaravan nel 2003 ha sfiorato le 21.000 unità, delle quali oltre 8.700 destinate all'esportazione. Di fatto la produzione italiana copre circa un terzo della domanda europea, confermandosi all'avanguardia in Europa per il rapporto tra design, qualità e prezzo. Anche nel mercato interno la domanda continua ad essere in crescita: nel 2003 è aumentata del 14,7% rispetto all'anno precedente con 13.425 autocaravan immatricolate.

### **Le immatricolazioni nei primi 6 mesi del 2004**

Per quanto riguarda il mercato interno, anche in Italia si registra un costante aumento della domanda cresciuta nel 2003 di circa il 16% rispetto all'anno precedente, fino a raggiungere le 13.548 autocaravan immatricolate. Nel periodo gennaio-giugno 2004 la stima delle immatricolazioni segnala un'incremento del 6% rispetto al 1° semestre dell'anno precedente con già 9.650 autocaravan immatricolate. Uno sviluppo forte che ha potuto beneficiare della costante attenzione all'evoluzione del prodotto e delle iniziative di marketing espresse con continuità dalle aziende del Gruppo Veicoli da Campeggio. Nel nostro Paese operano otto aziende di medie dimensioni produttrici di autocaravan che coprono l'80% della richiesta nazionale ed alcune decine tra aziende allestitrici di modelli speciali e produttrici di componenti. Il settore occupa 5.000 addetti compreso l'indotto.

**Tab. 3 – Immatricolazioni Autocaravan per marca (2003 - 2004 gennaio/giugno)**

| Allestitore              | GENNAIO/GIUGNO |              | GENNAIO/GIUGNO |              | VAR.%       |
|--------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|-------------|
|                          | 2004           | %            | 2003           | %            |             |
| 5 Stelle Autocaravans    | 2              | 0,0          | 11             | 0,1          | -81,8       |
| Aiesistem                | 29             | 0,3          | 22             | 0,2          | 31,8        |
| Arca                     | 1              | 0,0          | 2              | 0,0          | -           |
| Arcadia                  | 327            | 3,4          | 332            | 3,7          | -1,5        |
| SEA/Enagh                | 1.104          | 11,5         | 1.364          | 15,1         | -19,1       |
| EVM System               | 43             | 0,4          | 78             | 0,9          | -44,9       |
| I.V.R.                   | 390            | 4,1          | 115            | 1,3          | 239,1       |
| Laika                    | 805            | 8,4          | 819            | 9,0          | -1,7        |
| MC Louis                 | 1.213          | 12,6         | 966            | 10,7         | 25,6        |
| Mirage                   | 51             | 0,5          | 35             | 0,4          | 45,7        |
| Mobilvetta               | 754            | 7,8          | 802            | 8,9          | -6,0        |
| Rimor                    | 1.035          | 10,8         | 1.189          | 13,1         | -13,0       |
| Trigano (CI)             | 1.666          | 17,3         | 1.671          | 18,5         | -0,3        |
| Turri & Boari            | 56             | 0,6          | 56             | 0,6          | -           |
| Vas                      | 9              | 0,1          | -              | -            | -           |
| Altri                    | 4              | 0,0          | 5              | 0,1          | -20,0       |
| <b>Totale nazionali</b>  | <b>7.489</b>   | <b>77,8</b>  | <b>7.467</b>   | <b>82,5</b>  | <b>0,3</b>  |
| Adria                    | 731            | 7,6          | 617            | 6,8          | 18,5        |
| Benimar                  | 28             | 0,3          | 36             | 0,4          | -22,2       |
| Burstner                 | 101            | 1,0          | 93             | 1,0          | 8,6         |
| Challenger               | 359            | 3,7          | 312            | 3,4          | 15,1        |
| Chausson                 | 124            | 1,3          | 50             | 0,6          | 148,0       |
| Dethleffs                | 29             | 0,3          | 36             | 0,4          | -19,4       |
| Frankia                  | 16             | 0,2          | -              | -            | -           |
| Gulfstream Coach         | 7              | 0,1          | -              | -            | -           |
| Hoyer                    | 238            | 2,5          | 125            | 1,4          | 90,4        |
| Knaus                    | 145            | 1,5          | 102            | 1,1          | 42,2        |
| Joint                    | 87             | 0,9          | 11             | 0,1          | 690,9       |
| Niesmann+Bischoff        | 9              | 0,1          | 1              | 0,0          | 800,0       |
| Rapido                   | 75             | 0,8          | 43             | 0,5          | 74,4        |
| Volkswagen               | 11             | 0,1          | 52             | 0,6          | -78,8       |
| Altri                    | 11             | 0,1          | 8              | 0,1          | 37,5        |
| <b>Totale estere</b>     | <b>1.971</b>   | <b>20,5</b>  | <b>1.486</b>   | <b>16,4</b>  | <b>32,6</b> |
| Allestitori non definiti | 164            | 1,7          | 100            | 1,1          | 64,0        |
| <b>Totale generale</b>   | <b>9.624</b>   | <b>100,0</b> | <b>9.053</b>   | <b>100,0</b> | <b>6,3</b>  |

**Tab. 4 – Immatricolazioni Autocaravan per Regione**

| REGIONE              | 2003          |               | 2002          |               | VAR. %      |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
|                      | VOLUME        | %             | VOLUME        | %             |             |
| VALLE D'AOSTA        | 28            | 0,21          | 44            | 0,38          | -36,4       |
| PIEMONTE             | 2.067         | 15,40         | 1.749         | 14,94         | 18,2        |
| LIGURIA              | 310           | 2,31          | 294           | 2,51          | 5,4         |
| LOMBARDIA            | 2.837         | 21,13         | 2.480         | 21,19         | 14,4        |
| <b>NORD OVEST</b>    | <b>5.242</b>  | <b>39,05</b>  | <b>4.567</b>  | <b>39,02</b>  | <b>14,8</b> |
| VENETO               | 1.673         | 12,46         | 1.574         | 13,45         | 6,3         |
| TRENTINO ALTO ADIGE  | 349           | 2,60          | 304           | 2,60          | 14,8        |
| FRIULI               | 358           | 2,67          | 333           | 2,85          | 7,5         |
| EMILIA ROMAGNA       | 1.443         | 10,75         | 1.229         | 10,50         | 17,4        |
| <b>NORD EST</b>      | <b>3.823</b>  | <b>28,48</b>  | <b>3.440</b>  | <b>29,39</b>  | <b>11,1</b> |
| <b>TOTALE NORD</b>   | <b>9.065</b>  | <b>67,52</b>  | <b>8.007</b>  | <b>68,42</b>  | <b>13,2</b> |
| TOSCANA              | 1.221         | 9,09          | 1.082         | 9,25          | 12,8        |
| MARCHE               | 520           | 3,87          | 365           | 3,12          | 42,5        |
| ABRUZZO              | 110           | 0,82          | 109           | 0,93          | 0,9         |
| MOLISE               | 17            | 0,13          | 11            | 0,09          | 54,5        |
| UMBRIA               | 254           | 1,89          | 209           | 1,79          | 21,5        |
| LAZIO                | 903           | 6,73          | 843           | 7,20          | 7,1         |
| <b>CENTRO</b>        | <b>3.025</b>  | <b>22,53</b>  | <b>2.619</b>  | <b>22,38</b>  | <b>15,5</b> |
| CAMPANIA             | 323           | 2,41          | 266           | 2,27          | 21,4        |
| BASILICATA           | 8             | 0,06          | 17            | 0,15          | -52,9       |
| PUGLIA               | 349           | 2,60          | 242           | 2,07          | 44,2        |
| CALABRIA             | 51            | 0,38          | 45            | 0,38          | 13,3        |
| <b>SUD</b>           | <b>731</b>    | <b>5,45</b>   | <b>570</b>    | <b>4,87</b>   | <b>28,2</b> |
| SICILIA              | 534           | 3,98          | 460           | 3,93          | 16,1        |
| SARDEGNA             | 70            | 0,52          | 47            | 0,40          | 48,9        |
| <b>ISOLE</b>         | <b>604</b>    | <b>4,50</b>   | <b>507</b>    | <b>4,33</b>   | <b>19,1</b> |
| <b>TOTALE ITALIA</b> | <b>13.425</b> | <b>100,00</b> | <b>11.703</b> | <b>100,00</b> | <b>14,7</b> |

### ***L'Italia meta del turismo all'aria aperta***

Il turismo itinerante è oramai una forma di vacanza scelta da sempre più persone e che in Italia muove 130 mila autocaravan e oltre 500 mila persone. Ma non solo: in Europa sono oltre 3.000.000 i turisti che scelgono la vacanza in autocaravan e si calcola che il oltre il 2% dei turisti in vacanza nel nostro Paese arrivi con un veicolo ricreazionale per un totale di 823.000 viaggi e più di 320.000 veicoli circolanti. Sono soprattutto i Tedeschi (56%) a preferire l'Italia come meta delle vacanze in camper seguiti dagli Austriaci (14%). Il turismo in autocaravan permette di facilitare l'organizzazione della vacanza sia in termini logistici sia economici: in media per un "equipaggio tipo" si registrano 13 uscite annuali per un totale di circa 51 giorni all'anno (dei quali mediamente 18 trascorsi all'estero). Il costo medio per l'acquisto di un camper si aggira intorno ai 35/40.000 Euro ma è anche possibile noleggiarlo con una spesa di circa 160 Euro al giorno. La spesa media per una settimana in autocaravan per 4 persone è stimata intorno ai 400 Euro (57 Euro al giorno per una spesa pro capite di 19 Euro); in generale circa 2/3 pasti a settimana vengono consumati in locali pubblici.

### ***L'offerta italiana***

Attualmente in Italia esistono 1.460 aree di sosta attrezzate (105 in più rispetto al 2003), di gran lunga la soluzione preferita dai camperisti per la sosta. La Regione con il maggior numero di aree di sosta è l'Emilia Romagna con 184 aree seguita dal Piemonte (147) e dalla Toscana (145). Si tratta di una crescita diffusa, con percentuali sempre più elevate nelle regioni del Sud: in particolare la Puglia registra 11 aree in più rispetto al 2003. Il grado di soddisfazione dei camperisti rispetto ai servizi offerti è però molto ancora basso soprattutto per chi ha viaggiato all'estero usufruendo di aree di sosta. Tra gli aspetti più insoddisfacenti: i servizi igienici, il numero stesso delle aree, l'esistenza di una segnaletica adeguata, il numero degli impianti di smaltimento igienico-sanitari.

## ***TRIGANO S.p.A.***

La Trigano S.p.A., con i suoi marchi CI e ROLLER TEAM, è oggi una delle più importanti realtà europee nella produzione di autocaravan e primo produttore italiano con circa 5.500 veicoli annui realizzati nel polo industriale del comune di San Gimignano che si sviluppa su 78.000 mq ed impiega oltre 400 persone. Per la prossima stagione commerciale entrambe le marche propongono un'ampia offerta con 20 diversi modelli per marca, ognuna delle quali propone 3 fasce di prezzo e 3 motorizzazioni. Elementi vincenti hanno decretato il successo dei mezzi CI, marca storica al passo con i tempi sotto il segno dell'innovazione e della sicurezza. CI, il marchio rivolto alla famiglia e agli evergreen, ha saputo rinnovarsi e dare un volto nuovo ai suoi camper e alla sua struttura produttiva. Oggi CI offre veicoli belli e di ottima qualità; dotati di accessori generalmente presenti su mezzi di fasce di prezzo alte e con soluzioni abitative per tutte le tipologie di cliente. Roller Team, la marca ultima nata di Trigano S.p.A. costituisce un caso di successo per la rapidità con cui ha saputo conquistare il consenso del suo target di riferimento. Il brand Roller Team è dedicato ai giovani nello spirito e incarna i valori del camperista che ama il viaggio in tutte le sue sfaccettature, che vuole muoversi in libertà con un mezzo sicuro e robusto, che ama l'avventura, i grandi spostamenti, lo sport e tutto quanto è in movimento. I veicoli Roller Team sono mezzi sicuri, grintosi, sportivi, nati per soddisfare le più diverse esigenze: la famiglia numerosa, la coppia dinamica di giovani e di evergreen.

### Mercati:

La Trigano S.p.A. opera in ambito internazionale, esportando oltre il 50% della produzione nei principali mercati europei. L'azienda ha una gamma di prodotti estremamente diversificata, in grado di andare incontro alle esigenze del moderno consumatore attento al rapporto qualità/prezzo, sensibile al fattore comfort, ed esigente in tema di accessori e dotazioni.

### Strategie per il futuro:

Continua il progetto di rinnovamento e di crescita avviato dalla Trigano S.p.A. mantenendo fermi gli obiettivi, già prefissati, da perseguire: continuo miglioramento dell'efficienza interna ed investimenti in tecnologie, soprattutto a livello produttivo, focalizzazione sul cliente finale attraverso un rigido controllo della qualità del prodotto e dell'innovazione, consolidamento e miglioramento costante della rete di concessionari in Europa attraverso azioni di formazione mirate e attività dirette all'incentivazione del trade.

## **3. Risultato di periodo (al 31/12/2003)**

Questa analisi è rivolta a considerare lo stato di salute delle aziende fornitrici di Trigano S.p.A. relativamente all'anno 2003, attraverso un'attenta analisi di bilancio di 8 aziende campione (i dati sono tratti dalle analisi di bilancio di tali aziende che per motivi di privacy non sono menzionate).

Queste imprese in esame non hanno altra caratteristica in comune se non quella di essere dei produttori di accessori per caravan, dai mobili ai cavi elettrici, dalle porte e gavoni ai pannelli insonorizzanti ed avere un cliente importante come il gruppo Trigano S.p.A..

Tali fornitori sono per comodità raggruppati in base ai mercati in cui operano.

**Settore Arredamento:** porte e gavoni; mobilio e componenti d'arredo; mobilio e accessori in legno; arredamento e tappezzerie.

**Settore Elettrico.**

**Settore Isolanti.**

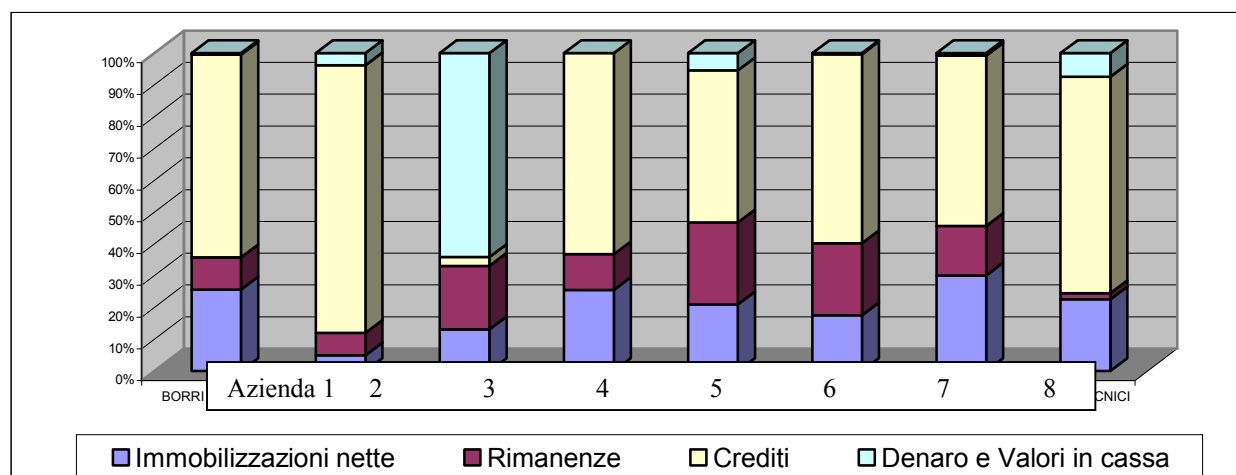
Possiamo partire con un'analisi preliminare della composizione dell'Attivo e del Passivo di tutte le Aziende citate in precedenza ricordando ancora una volta che non appartengono ad un unico settore di mercato.

Di seguito riportiamo Tabelle e Grafici inerenti lo Stato Patrimoniale e il Conto Economico riclassificati.

**Tab. 5 – Composizione Attivo 2003**

| 2003                            | ARREDAMENTO |              |            |              | ELETTRICITA' |              | ISOLANTI     |              |
|---------------------------------|-------------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                 | AZIENDA 1   | AZIENDA 2    | AZIENDA 3  | AZIENDA 4    | AZIENDA 5    | AZIENDA 6    | AZIENDA 7    | AZIENDA 8    |
| <i>Immobilizzazioni nette</i>   | 383.352,00  | 73.412,00    | 191.386,58 | 611.761,00   | 714.925,00   | 356.262,00   | 1.261.663,00 | 1.175.808,00 |
| <i>Rimanenze</i>                | 150.535,00  | 104.012,00   | 290.473,23 | 270.176,00   | 882.356,00   | 459.971,00   | 656.009,00   | 101.789,00   |
| <i>Crediti</i>                  | 954.507,00  | 1.248.647,00 | 40.488,42  | 1.519.353,00 | 1.631.923,00 | 1.207.024,00 | 2.244.917,00 | 3.550.413,00 |
| <i>Denaro e Valori in cassa</i> | 7.497,00    | 57.323,00    | 935.346,74 | 896,00       | 186.062,00   | 7.702,00     | 35.932,00    | 391.326,00   |

**Graf. 2 – Composizione Attivo 2003**



Possiamo vedere sia dalla tabella ma molto più chiaramente dal *Grafico 2* che la composizione dell'attivo presenta notevoli differenze anche per le aziende similari. Si può notare facilmente infatti che per quanto riguarda le aziende del settore che abbiamo chiamato "Arredamento" le uniche che presentano dei valori percentuali simili sono la 1 e la 4 anche se, come già detto, la prima produce componenti di mobili, la seconda porte e gavoni. Le altre presentano una composizione notevolmente differenziata.

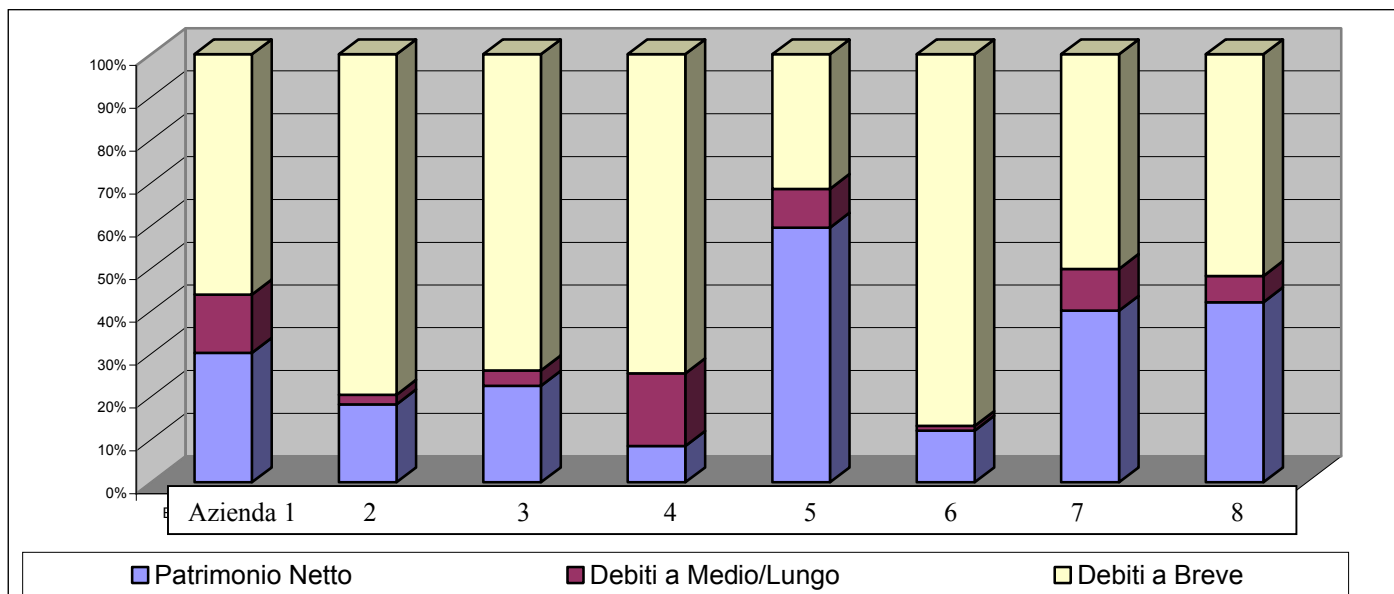
Per il settore "Elettricità" possiamo dire che le due aziende da questo punto di vista sono similari.

Il settore "Isolanti" si differenzia in particolare per la composizione dell'attivo circolante (rimanenze, crediti e liquidità).

**Tab. 6 – Composizione Passivo 2003**

| 2003                        | ARREDAMENTO |              |              |              | ELETTRICITA' |              | ISOLANTI     |              |
|-----------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                             | AZIENDA 1   | AZIENDA 2    | AZIENDA 3    | AZIENDA 4    | AZIENDA 5    | AZIENDA 6    | AZIENDA 7    | AZIENDA 8    |
| <b>Patrimonio Netto</b>     | 452.587,00  | 270.215,00   | 328.788,38   | 204.524,00   | 2.033.224,00 | 245.229,00   | 1.684.944,00 | 2.197.793,00 |
| <b>Debiti a Medio/Lungo</b> | 204.168,00  | 33.247,00    | 51.831,37    | 406.244,00   | 308.699,00   | 21.922,00    | 409.699,00   | 318.989,00   |
| <b>Debiti a Breve</b>       | 839.136,00  | 1.179.932,00 | 1.077.075,22 | 1.791.418,00 | 1.073.344,00 | 1.763.808,00 | 2.103.878,00 | 2.702.554,00 |

**Graf. 3 – Composizione Passivo 2003**



Anche dal punto di vista del Passivo la situazione globale presenta notevoli differenze all'interno di ciascun settore come si può vedere chiaramente dal grafico 3.

Passando poi all'analisi del Conto Economico, riportiamo qui di seguito i principali valori risultanti dallo schema di bilancio presentato anche in allegato:

**Tab. 7 – Composizione del Conto Economico 2003 riclassificato**

| 2003                                    | ARREDAMENTO  |              |              |              | ELETTRICITA' |              | ISOLANTI     |              |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|   | AZIENDA 1    | AZIENDA 2    | AZIENDA 3    | AZIENDA 4    | AZIENDA 5    | AZIENDA 6    | AZIENDA 7    | AZIENDA 8    |
| <b>Valore della Produzione</b>          | 2.201.228,00 | 2.929.026,00 | 2.891.515,05 | 2.843.321,00 | 3.757.229,00 | 2.330.237,00 | 4.788.765,00 | 5.438.762,00 |
| <b>Valore Aggiunto</b>                  | 736.465,00   | 612.640,00   | 483.530,07   | 777.396,00   | 974.022,00   | 496.899,00   | 1.657.639,00 | 1.217.793,00 |
| <b>Margine Operativo Lordo (EBITDA)</b> | 143.927,00   | 487.039,00   | 289.639,79   | 344.594,00   | 665.654,00   | 270.249,00   | 742.349,00   | 447.178,00   |
| <b>Margine Operativo Netto (EBIT)</b>   | 76.672,00    | 439.482,00   | 179.514,45   | 234.862,00   | 563.287,00   | 175.864,00   | 266.360,00   | 47.431,00    |
| <b>Utile lordo</b>                      | 166.138,00   | 428.170,00   | 168.163,57   | 231.436,00   | 579.691,00   | 168.337,00   | 225.935,00   | 712.709,00   |
| <b>Utile netto</b>                      | 74.339,00    | 253.636,00   | 139.233,79   | 114.904,00   | 342.785,00   | 94.024,00    | 165.369,00   | 424.099,00   |

Da evidenziare che tutte le imprese nel 2003 hanno conseguito degli Utili, fatto questo da non sottovalutare.

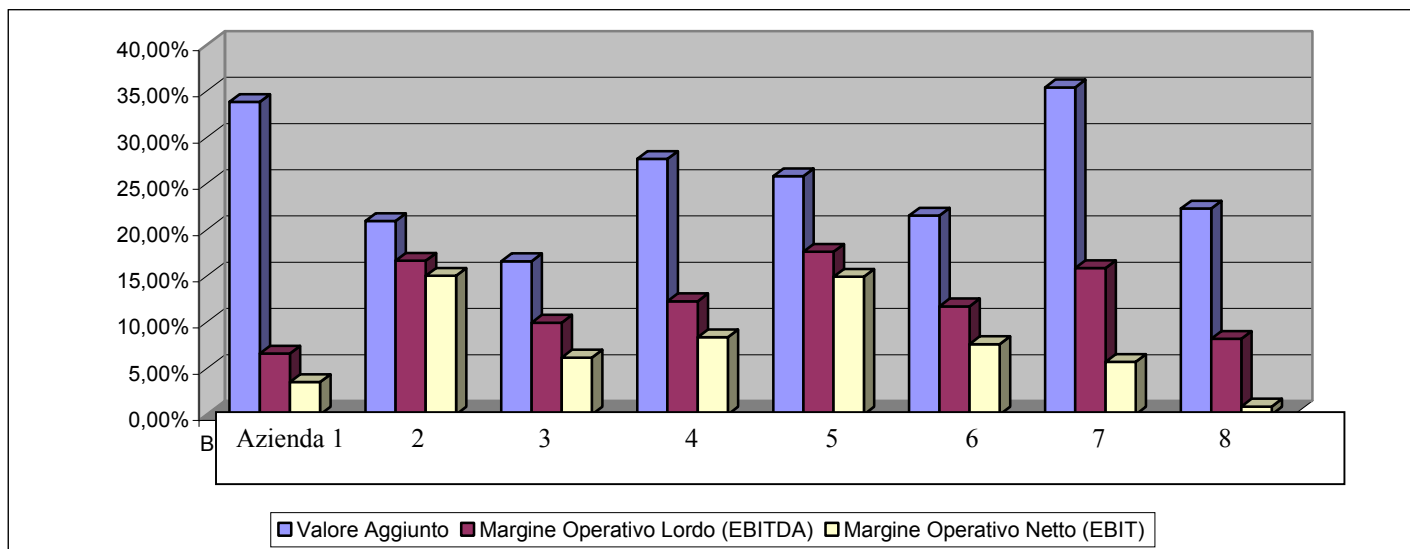
Nella tabella seguente e nel sottostante grafico vengono indicati, in valori percentuali rispetto ai Ricavi delle Vendite, i principali margini di struttura (Valore Aggiunto, EBITDA e EBIT).

**Tab. 8 – I principali Margini di Struttura**

| 2003                             | ARREDAMENTO |           |           |           | ELETTRICITA' |           | ISOLANTI  |           |
|----------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
|                                  | AZIENDA 1   | AZIENDA 2 | AZIENDA 3 | AZIENDA 4 | AZIENDA 5    | AZIENDA 6 | AZIENDA 7 | AZIENDA 8 |
| Valore Aggiunto                  | 33,81%      | 20,94%    | 16,59%    | 27,65%    | 25,78%       | 21,52%    | 35,40%    | 22,29%    |
| Margine Operativo Lordo (EBITDA) | 6,61%       | 16,65%    | 9,94%     | 12,26%    | 17,62%       | 11,71%    | 15,85%    | 8,19%     |
| Margine Operativo Netto (EBIT)   | 3,52%       | 15,02%    | 6,16%     | 8,35%     | 14,91%       | 7,62%     | 5,69%     | 0,87%     |

Da apprezzare anche il fatto che i margini operativi di tutte le aziende sono positivi sintomo di una gestione caratteristica ottimale.

**Graf. 5 – I principali Margini di Struttura**



**Tab. 9 – Composizione Costo del Venduto**

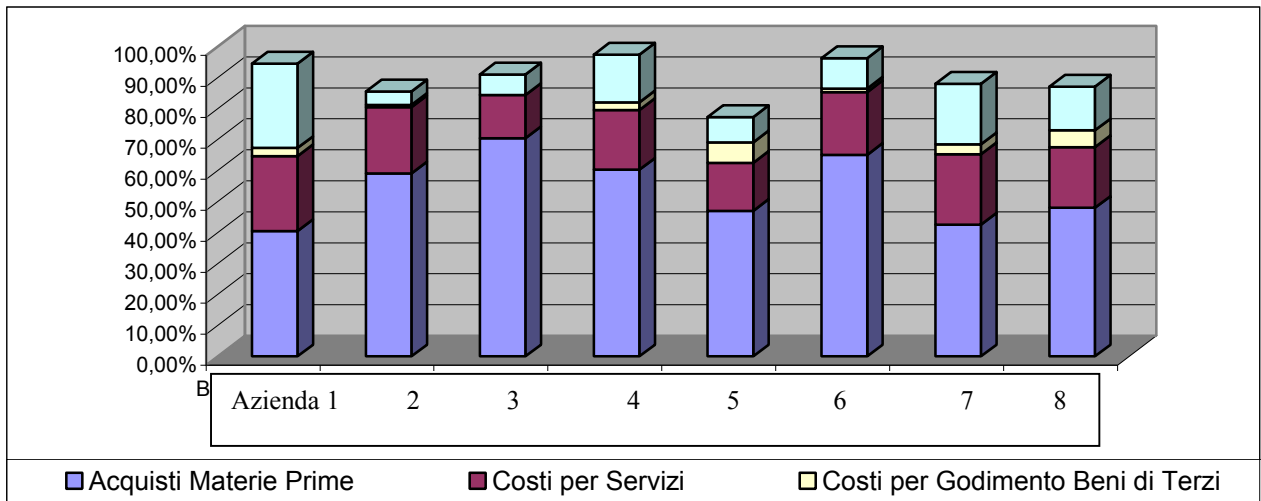
| 2003                              | ARREDAMENTO |              |              |              | ELETTRICITA' |              | ISOLANTI     |              |
|-----------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                   | AZIENDA 1   | AZIENDA 2    | AZIENDA 3    | AZIENDA 4    | AZIENDA 5    | AZIENDA 6    | AZIENDA 7    | AZIENDA 8    |
| Acquisti Materie Prime            | 881.173,00  | 1.726.334,00 | 2.051.464,51 | 1.693.606,00 | 1.773.600,00 | 1.500.476,00 | 1.989.524,00 | 2.618.556,00 |
| Costi per Servizi                 | 525.633,00  | 627.361,00   | 406.511,75   | 540.500,00   | 587.339,00   | 468.707,00   | 1.065.635,00 | 1.068.559,00 |
| Costi per Godimento Beni di Terzi | 58.358,00   | 21.621,00    | -            | 70.310,00    | 247.455,00   | 26.796,00    | 150.543,00   | 296.816,00   |
| Costo del Personale               | 592.538,00  | 125.601,00   | 193.890,28   | 432.802,00   | 308.368,00   | 226.650,00   | 915.290,00   | 770.615,00   |

**Tab. 10 – Composizione Costo del Venduto (% sul fatturato)**

| 2003                              | ARREDAMENTO |           |           |           | ELETTRICITA' |           | ISOLANTI  |           |
|-----------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
|                                   | AZIENDA 1   | AZIENDA 2 | AZIENDA 3 | AZIENDA 4 | AZIENDA 5    | AZIENDA 6 | AZIENDA 7 | AZIENDA 8 |
| Acquisti Materie Prime            | 40,45%      | 59,00%    | 70,39%    | 60,24%    | 46,94%       | 64,99%    | 42,49%    | 47,94%    |
| Costi per Servizi                 | 24,13%      | 21,44%    | 13,95%    | 19,22%    | 15,54%       | 20,30%    | 22,76%    | 19,56%    |
| Costi per Godimento Beni di Terzi | 2,68%       | 0,74%     | 0,00%     | 2,50%     | 6,55%        | 1,16%     | 3,22%     | 5,43%     |
| Costo del Personale               | 27,20%      | 4,29%     | 6,65%     | 15,39%    | 8,16%        | 9,82%     | 19,55%    | 14,11%    |



**Graf. 6 – Composizione Costo del Venduto (% sul fatturato)**



### **Analisi Economica e Finanziaria**

L'analisi svolta dei principali fornitori della Trigano S.p.A. si articola in tre punti principali:

- ✓ solidità
- ✓ struttura dei costi
- ✓ redditività

### **Solidità**

La solidità di una impresa viene intesa come la capacità di perdurare nel tempo adattandosi alle mutevoli condizioni esterne ed interne.

Al fine di valutare tale componente, abbiamo utilizzato due degli indici principali che, a nostro parere, mostrano il relativo grado di solidità: l'indice di autocopertura e l'indice di rigidità.

**Tab. 11 – Indice di Autocopertura e di Rigidità**

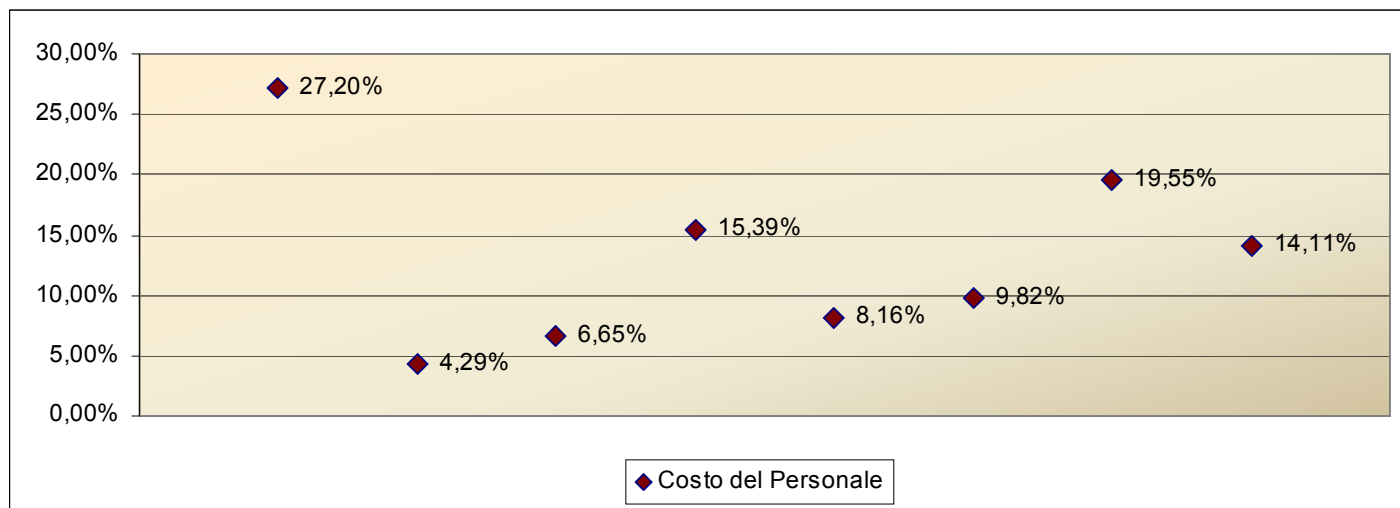
| 2003                           | ARREDAMENTO |           |           |           | ELETTRICITA' |           | ISOLANTI  |           |
|--------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
|                                | AZIENDA 1   | AZIENDA 2 | AZIENDA 3 | AZIENDA 4 | AZIENDA 5    | AZIENDA 6 | AZIENDA 7 | AZIENDA 8 |
| <i>indice di autocopertura</i> | 118,06%     | 368,08%   | 171,79%   | 33,43%    | 284,40%      | 68,83%    | 133,55%   | 186,92%   |
| <i>indice di rigidità</i>      | 25,63%      | 4,95%     | 13,13%    | 25,47%    | 20,93%       | 17,54%    | 30,05%    | 22,53%    |

### Struttura dei Costi

La struttura dei costi identifica la tipologia di lavorazione ed il grado di flessibilità dell'azienda e del mercato nel suo insieme.

Per una valutazione di questa componente abbiamo considerato sia il costo del lavoro sul fatturato che il valore aggiunto sempre sul fatturato.

**Graf. 6 – Incidenza Costo del Personale sul Fatturato**



### Redditività

La redditività è intesa come capacità dell'azienda e del mercato di remunerare tutti i fattori di produzione.

Tale componente è stata valutata considerando il ROI, il MOL sui ricavi ed il Cash flow inteso come somma tra utile netto ed ammortamenti.

**Tab. 13 – Redditività**

| 2003       | ARREDAMENTO |              |             |             | ELETTRICITA' |            | ISOLANTI      |             |
|------------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|------------|---------------|-------------|
|            | AZIENDA 1   | AZIENDA 2    | AZIENDA 3   | AZIENDA 4   | AZIENDA 5    | AZIENDA 6  | AZIENDA 7     | AZIENDA 8   |
| ROI        | 5,13%       | 29,63%       | 12,31%      | 9,78%       | 16,49%       | 8,66%      | 6,34%         | 0,91%       |
| MOL/ricavi | 6,61%       | 16,65%       | 9,94%       | 12,26%      | 17,62%       | 11,71%     | 15,85%        | 8,19%       |
| cash flow  | € 24.312,00 | € 209.788,00 | € 29.108,45 | € 14.069,00 | € 269.160,00 | € 6.160,00 | -€ 260.047,00 | € 86.718,00 |

Il ROI può essere ottenuto anche in maniera diversa come evidenziato dalla *tabella 14*.

**Tab. 14 – ROI = ROS \* ROTAZIONE CAPITALE INVESTITO**

| 2003                         | ARREDAMENTO |           |           |           | ELETTRICITA' |           | ISOLANTI  |           |
|------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
|                              | AZIENDA 1   | AZIENDA 2 | AZIENDA 3 | AZIENDA 4 | AZIENDA 5    | AZIENDA 6 | AZIENDA 7 | AZIENDA 8 |
| ROS                          | 3,52%       | 15,02%    | 6,16%     | 8,35%     | 14,91%       | 7,62%     | 5,69%     | 0,87%     |
| ROTAZIONE CAPITALE INVESTITO | 145,62%     | 197,25%   | 199,94%   | 117,04%   | 110,64%      | 113,68%   | 111,53%   | 104,65%   |
| ROI                          | 5,13%       | 29,63%    | 12,31%    | 9,78%     | 16,49%       | 8,66%     | 6,34%     | 0,91%     |

Nell'ambito dell'analisi di bilancio la redditività media unitaria dell'impresa viene determinata con il calcolo del rapporto percentuale tra EBIT e Ricavi di Vendita (ROS). Il tasso esprime una sintesi delle relazioni esistenti tra volumi, costi e prezzi di vendita, in quanto risulta dipendente sia dall'efficienza interna, sia dalla situazione di mercato.

Oltre che dal fatturato, i risultati ottenuti nel corso dell'esercizio sono influenzati anche dal numero di operazioni effettuate nel periodo. L'indice idoneo a misurare la rotazione del capitale investito è costituito dal rapporto tra ricavi di vendita e totale degli impieghi. Più tale indice è elevato, tanto maggiore è il grado di efficienza dell'impresa, che presenta un più rapido ciclo investimenti - disinvestimenti, determinato a sua volta dalla lunghezza dei cicli produttivi, dalle caratteristiche tecnologiche degli impianti e dei macchinari, dal complesso degli impieghi effettuati, dalle quantità prodotte e vendute.

Il ROI, che misura la redditività del capitale complessivamente investito, è direttamente influenzato dalla redditività lorda sulle vendite (ROS) e dall'indice di rotazione del capitale investito.

#### **4. Prospettive di sviluppo dell'azienda**

##### ***La nuova società del Gruppo Trigano S.p.A per la produzione di Van***

In data 21 gennaio 2005 è stata presentata ufficialmente ad Atesa, in provincia di Chieti, TRIGANO VAN SRL, la nuova società del Gruppo Trigano dedicata alla produzione di VAN.

All'evento di inaugurazione di TRIGANO VAN è intervenuto il Presidente e Direttore Generale di Trigano, François Feuillet, accompagnato dai rappresentanti delle società del Gruppo, il Sindaco di Atesa, Giuseppe Cellucci e altre numerose autorità istituzionali locali.

A guidare la nuova società, con la carica di Amministratore Delegato, è stato chiamato Franco Barducci, già Amministratore Delegato Trigano spa.

TRIGANO VAN, operativa dal mese di ottobre 2004, si estende su un'area di 5288 mq, e annovera 19 dipendenti impegnati nella produzione di tutta la gamma Van che comprende: Eurocamp 1 e Eurocamp 2 (commercializzati nel mercato inglese con il nome TRIBUTE).

Eurocamp è il mezzo ideale per gli equipaggi ridotti, per le coppie di ogni età che vogliono viaggiare senza preoccupazioni e con tutta la libertà e la facilità che un veicolo di questo tipo offre. Compatto e agevole da guidare, con dotazioni di serie di alto livello, è un veicolo estremamente competitivo, anche nel prezzo.

Lungo 5,5 metri, Eurocamp è presente sul mercato in due versioni. Entrambe possono ospitare fino a tre posti letto e sono dotate di bagno e cucina, ed ogni comfort necessario per tutti i tipi di vacanza.

Entro la fine di febbraio 2005, l'azienda si pone come obiettivo il raggiungimento di una produzione giornaliera pari a tre veicoli.

I Van sono venduti da molti dei concessionari che sono già legati a TRIGANO e che già commercializzano in Italia autocaravan a marchio CI - Roller Team - Chausson (rete Arca) e Challenger.

I dati di mercato registrati nelle vendite Trigano evidenziano le grandi potenzialità di questo segmento. Trigano prevede, a budget, un aumento, per la stagione 2004/5, di circa il 20% rispetto al 2003/4 (pari a 850 unità contro 701 vendite).

L'Amministratore delegato Franco Barducci ha commentato: "Il settore van in Italia rappresenta ancora una nicchia di mercato che Trigano ha scelto di presidiare seguendo la sua vocazione di azienda leader che per prima ha il dovere di innovare rispondendo al contempo alle sempre più diversificate richieste del mercato. Trigano con questa scelta si conferma azienda attenta agli stimoli esterni e pronta a rispondere con prodotti adatti ad ogni tipo di clientela".

#### **7. Fonti**

CED – Motorizzazione Civile

Portolano di Plein Air 2004

Elaborazioni ANFIA su dati presenti nell'archivio del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti al 31/12/2004

Camera di Commercio

Rivista AC Autocaravan

Centro Toscana per la Qualità

Siti Internet delle Aziende citate