

NUOVI «AD» NEI DUE GRUPPI. STEFANEL PUNTA AL RILANCIO NEL 2003, BENE CAMPARI

Benetton in rosso, ma paga il dividendo

Sesto anno di crescita per Fininvest

Luigi Grassia

Alcuni grandi gruppi italiani hanno diffuso ieri cifre di bilancio da cui risultano temporanee difficoltà in via di superamento (per Benetton e Stefanel) o progressi ulteriori (Fininvest e Campari). Ci sono anche nuovi amministratori delegati in Benetton (Silvano Cassano) e in Fininvest (Pasquale Cannatelli).

BENETTON. Luciano Benetton ha guidato ieri un'assemblea che per la prima volta nella storia del gruppo ha dovuto ratificare una perdita anziché un utile; ma anche in queste circostanze difficili a Ponzano Veneto è stata approvata la distribuzione di un dividendo. Benetton ha confermato che nel 2003 la società conta di distribuire il 50% degli utili attesi; nel frattempo, il primo trimestre si è effettivamente chiuso con un ritorno ai profitti. Il presidente del gruppo ha anche annunciato un passo indietro ma solo sul piano gestionale mentre sul piano societario gli attuali azionisti intendono conservare le loro posizioni.

In dettaglio, il bilancio 2002 registra perdite per 9,8 milioni di euro ma nei primi tre mesi del 2003 c'è già stato un utile netto di 25 milioni di euro. Benetton prevede che quest'anno l'indebitamento netto scenda a circa 500 milioni di euro. Luciano Benetton ha spiegato che la scelta di dare un dividendo agli azionisti (0,35 euro per azione, in pagamento dal 22 maggio) pur a fronte di perdite non è un problema: «Sia-

mo tranquilli, eravamo in grado di farlo».

Il gruppo si disimpegna in parte dal settore sportivo, con la vendita dei marchi Nordica, Rollerblade e Prince, e si concentra sull'abbigliamento. Il nuovo amministratore delegato Silvano Cassano subentra a Luigi De Pupi, dunque questa nomina non rappresenta di per sé una novità tale da far parlare di «passo indietro» di Luciano Benetton, il quale però ha anticipato di volersi ritagliare in futuro un ruolo «quasi onorario» lasciando più spazio al management. Cassano è stato presentato ai soci come manager di grande esperienza soprattutto nelle vendite e nel marketing. La famiglia continuerà a controllare il gruppo grazie al 69% che ha in

cassaforte Edizione Holding (69%).

STEFANEL. Anche per un altro gruppo dell'abbigliamento (ma ultimamente molto diversificatosi) come Stefanel il 2002 è stato difficile, ma i problemi sono stati compensati da una crescita dimensionale da cui si attende un 2003 migliore. L'utile netto 2002 si è ridotto a 0,2 milioni di euro da 1,1 milioni dell'anno precedente. Il fatturato però è salito a 596,2 milioni (da 329,1 milioni). L'indebitamento netto si è portato a 215,9 milioni di cui 123 milioni derivanti dall'acquisto di Nuance. Una nota diffusa al termine dell'assemblea dei soci, che ha approvato queste cifre, sottolinea che dopo la cessione di Ck e Stefanel Kid il settore abbiglia-

mento pesa solo per il 41% sul fatturato consolidato.

FININVEST. La società «cassaforte» di Berlusconi ha diffuso ieri i risultati pro forma del 2002 che per la sesta volta in sei anni consecutivi segnalano una crescita della redditività. Il risultato operativo è aumentato da 264 milioni del 1996 a 612 nel 2002, con un'incidenza sui ricavi triplicata dal 5,1% del '96 al 15,1% dell'ultimo esercizio. Nel 2002 l'utile netto consolidato è salito del 70,8% a 122 milioni mentre i ricavi sono cresciuti dell'1,4% a 4,05 miliardi. Il cda ha nominato amministratore delegato Pasquale Cannatelli in sostituzione di Claudio Sposito. Cinquantacinque anni, Cannatelli ha ricoperto incarichi presso la Rank Xerox,

Farmitalia Carlo Erba e Alitalia. Nel luglio 1997 è diventato consigliere di amministrazione di Mediaset spa e direttore centrale pianificazione e controllo. Fa parte inoltre dei consigli di amministrazione di Mondadori, Mediolum e Medusa.

CAMPARI. I conti trimestrali della Campari presentano un utile lordo di 15,3 milioni e ricavi per 135,2 milioni, entrambi in crescita del 5,9% rispetto al primo trimestre del 2002.

A sostenere il risultato è il segmento dei superalcolici, con vendite cresciute del 14% a 88,2 milioni pari al 65,2% del fatturato totale. In flessione invece del 6,1% a 15,4 milioni le vendite dei vini e del 5,6% a 30 milioni il comparto soft drinks (bibbite).



Marina Berlusconi