

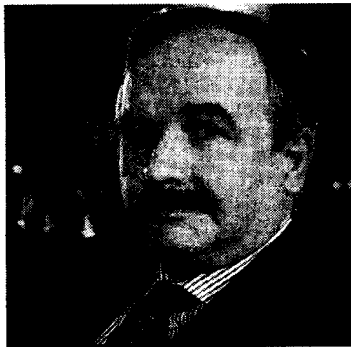
**Zannoni / Ceramica sotto pressione**

# Gli ostacoli della Ricchetti

**A** Piazzetta Cuccia Oscar Zannoni è entrato direttamente con uno 0,32 per cento. Di questi tempi, però, più che a Mediobanca, i pensieri dell'imprenditore emiliano sono probabilmente rivolti alla sua azienda, le Ceramiche Ricchetti, uno dei nomi di punta del distretto delle piastrelle.

Da due anni la ceramica è in crisi: colpa dell'euro forte e dalla concorrenza cinese l'export è calato, soprattutto in America e nei Paesi asiatici.

Lontani ormai gli anni della crescita, quando il fatturato della società quotata veleggiava intorno ai 350 milioni e i conti chiudevano in utile (come nel 2001 a 550mila euro). Gli ultimi bilanci di Ceramiche Ricchetti hanno visto un progressivo peggioramento: l'anno scorso sono scesi non solo i ricavi (a 306 milioni), risultato prevedibile in un clima di consumi ridotti e pressione sui prodotti del Made in Italy, ma anche il Mol (margine operativo lordo,



**Oscar Zannoni** è il presidente del Gruppo Ceramiche Ricchetti

do), contrattosi del 18% a 27 milioni. Le perdite, invece, ferme a 4,5 milioni, si sono dimezzate dall'anno grazie a operazioni straordinarie e a minori oneri finanziari. Ma è sulla redditività che l'azienda emiliana fatica, appesantita da spese operative che hanno un trend crescente. Nel frattempo il 2004 è stato salutato da Assopiastrelle come il possibile anno delle riprese: nei primi tre mesi, però, il gruppo di Zannoni ha visto scendere ancora ricavi, a 76 milioni (-5%), e margine operativo

lordo (in discesa del 10% a 8 milioni). Negativo l'effetto sul risultato finale: l'utile lordo, che nel primo trimestre del 2003 era stato di 3,6 milioni, adesso si è ridotto a 2,7.

Con una micro-capitalizzazione, poco più di 60 milioni, pari a un quinto del fatturato, Ceramiche Ricchetti non ha regalato grandi soddisfazioni agli azionisti: negli ultimi tre anni ha perso il 70% del proprio valore (da 0,9 a 0,29 euro).

