

3F Filippi si illumina con Targetti

«Diamo più luce al nostro business Riflettori puntati sul mercato globale»



L'azienda nata negli anni Cinquanta

3F Filippi opera dal 1952 nel settore dell'illuminazione, con sede a Pianoro (Bologna). Ha chiuso il 2016 con ricavi per 50,4 milioni e ebitda di 3,5 milioni

Marchio storico e radici in Toscana

Targetti Sankey è un marchio storico del design di illuminotecnica, nato nel 1928 a Firenze. Chiuderà il 2017 con un fatturato consolidato vicino ai 50 milioni di euro

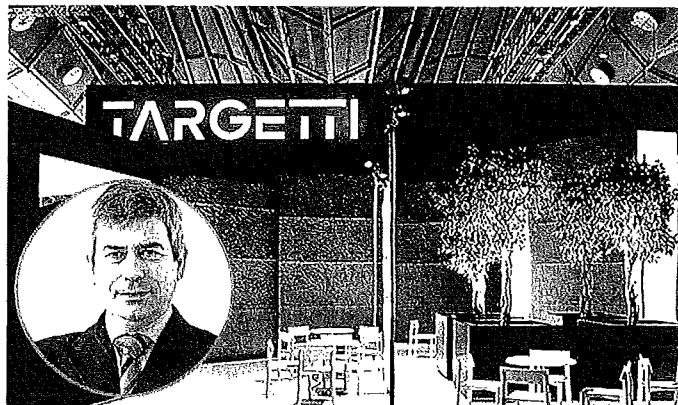
L'azienda emiliana 3F Filippi, guidata dall'ad Giovanni Bonazzi, ha acquisito Targetti Sankey: è nato il quinto gruppo dell'illuminotecnica italiana.

Andrea Bonzi

«**S**IAMO qui per restare, è nostra intenzione fare un piano industriale e investire». Giovanni Bonazzi, amministratore delegato della 3F Filippi commenta così l'acquisto di Targetti Sankey da parte dell'azienda bolognese (il cuore è a Pianoro). Un'operazione industriale con cui si dà vita al quinto gruppo dell'illuminotecnica italiana che, nel 2017, avrà un fatturato consolidato di 110 milioni di euro e darà lavoro a 600 dipendenti, con quattro stabilimenti nel nostro Paese. La fiorentina Targetti Sankey, fiore all'occhiello del lighting per l'architettura in crisi finanziaria da tempo, era stata rilevata nove mesi fa da un fondo gestito da DeA Capital. Ora passa di mano con nuove prospettive di rilancio internazionale.

Bonazzi, perché avete acquisito la Targetti Sankey?

«Per due ragioni. La prima perché è un'azienda complementare alla nostra: noi, come 3F Filippi, siamo leader nello sviluppo di soluzioni per ambienti industriali, commerciali e nel terziario; la Targetti Sankey, pur restando un'azienda di illuminazione tecnica, copre ambiti più architettonici e di design, non abbiamo sovrapposizioni di prodotto. La seconda ragione riguarda i mercati di espansione: il nostro fatturato si sviluppa per il 65% in Italia e l'export è soprattutto in Europa, abbiamo filiali in Germania, Francia, Spagna e Svizzera; Targetti, oltre al Nord Europa, ha ottimi contatti in Russia, Cina, Stati Uniti, Oceania e Sudamerica».



Pensate a una fusione vera e propria?
«No, il marchio Targetti è molto importante, non ci sarà nessuna fusione, resteranno due strutture parallele moltiplicando i vantaggi commerciali. Vorrei rassicurare tutti: siamo motivati, non è nostra intenzione comprare per poi rivendere, facciamo questo mestiere da 65 anni e stiamo facendo un'operazione industriale, puntando sulla qualità del Made in Italy. C'è tanto da lavorare, ma crediamo che il tempo ci darà ragione».

CRESCITA E OBIETTIVI ABBONDIANTI

Uno stand col marchio Targetti e Giovanni Bonazzi, ad di 3F Filippi. «Insieme faremo strada» dice

Quanto conta il Made in Italy nel vostro settore?
«Nel settore dell'illuminazione ci sono tante fasce di mercato. Restando nel lighting più professionale, l'Italia e la Germania sono i Paesi con i maggiori competitor. Il supporto tecnico fa la differenza: gli architetti e i designer si fidano dei nostri professionisti e delle caratteristiche tecniche dei nostri apparecchi. Noi siamo più funzionali, Targetti trova le porte aperte nel design, sarà un importante valore aggiunto».

A quali investimenti pensate?

«Tra ricerca e sviluppo e proprietà intellettuale investiamo annualmente tra il 3 e il 5% del fatturato: è necessario per stare al passo in un mercato così competitivo. Ma non meno importante è la formazione del personale: la professionalità è decisiva».

Qual è il futuro dell'illuminazione?

«La rivoluzione in atto è quella del led, che sta soppiantando velocemente le altre tecnologie e che è la sorgente del futuro. L'altro settore di sviluppo è quello dell'Internet of things, ovvero la connessione tramite rete dei sistemi, che porterà una progressiva personalizzazione delle luci a seconda dell'esigenza del cliente. Ma per restare al vertice, bisogna lavorare a testa bassa».

