



Servizi per il mercato azionario dedicato alle PMI

NEWS

News dalla Redazione

I protagonisti di AIM Italia

21/05/2019

Nardin (FOPE): il gioiello italiano che piace all'estero

08/05/2019

Cossu (Portale Sardegna): Non solo mare, la sfida che porta alla crescita

18/04/2019

Spaggiari (Expert System): IA traino per la crescita anche all'estero

18/04/2019

Cattani (MAPS): Con Liguria 4P Health cure su misura

04/04/2019

Petrelli (Kolinpharma): Ricerca e risorse umane, il futuro della nutraceutica

03/04/2019

Masetti (BFC): non solo Forbes, il futuro è nei contenuti video

27/03/2019

Peligrà (Portobello): nel 2019 nuove aperture e via al franchising

26/03/2019

Uleri-Barbieri (Longino&Cardenal): controllate estere traino per la crescita, sfida USA per il 2019

11/03/2019

Ciscato (MAPS): AIM, biglietto da visita vincente per la digital transformation

18/02/2019

Abatello (Circle): Italia traino digitalizzazione portuale UE

05/02/2019

Lambiase (IR Top Consulting): AIM Italia, mercato sempre più attento a temi ESG

04/02/2019

Ravagnan (4AIM Sicaf): nel 2019 attese oltre 25 IPO su AIM Italia

Nardin (FOPE): il gioiello italiano che piace all'estero



21/05/2019



Lo stile di vita italiano continua a far sognare il mondo e sostiene la crescita di Fope, marchio storico dell'oreficeria made in Italy, protagonista nel settore della gioielleria di alta gamma. L'azienda, fondata a Vicenza nel 1929, nel 2018 ha registrato ricavi netti pari a Euro 31,26 milioni, in crescita del +11,5% rispetto a Euro 28,03 milioni nel 2017, e un EBITDA pari a Euro 6,10 milioni, in crescita del +56,4% rispetto a Euro 3,90 milioni nel 2017, corrispondente a un EBITDA margin del 19,5% (13,9% nel 2017). A trainare i ricavi è soprattutto la crescita sui mercati esteri, "che resta - spiega Diego Nardin, amministratore delegato di Fope - il riferimento principale per lo sviluppo della società".

Nel 2018 crescono ricavi e marginalità. Qual è il motore dello sviluppo?

I risultati del 2018 sono stati molto soddisfacenti. Abbiamo registrato una crescita dei ricavi del 11,5% anno su anno, che ha interessato tutti i mercati ma in particolare quelli esteri. Quello italiano, infatti, pesa per il 20% sul nostro fatturato, lo sviluppo è trainato soprattutto dai mercati europei e da quello nordamericano. Dall'anno della quotazione, il 2015, siamo passati da un fatturato pari a 20 milioni di euro a oltre 31 milioni. Lo stesso incremento interessa la marginalità, passata da un Ebitda margin pari al 9% del 2015 al 19,5% del 2018. L'aumento dei ricavi si riflette direttamente su quello dell'Ebitda.

L'estero è una priorità per Fope. Quali i mercati di riferimento?

Fope è presente in tutto il mondo, fatta eccezione per Cina e India. I mercati di riferimento, però, restano quello europeo, con Germania e Regno Unito nelle prime posizioni, e quello nordamericano: USA, Canada e Caraibi. È importante focalizzare la nostra attenzione su alcuni mercati per favorire le strategie di crescita. L'internazionalizzazione è uno dei nostri pilastri, proprio come il rapporto con i nostri concessionari. I mercati esteri apprezzano i gioielli Fope, espressione di un prodotto esclusivo, che si caratterizza dal punto di vista del design e che presta attenzione alla componente tecnologica.

Quanto conta il brand "made in Italy" per Fope?

I nostri gioielli sono espressione dello stile di vita italiano che affascina e conquista i mercati esteri. Si tratta di un elemento culturale importante che, unito a quello tecnologico, che ci consente di realizzare una maglia flessibile, riesce a catturare l'attenzione dei nostri interlocutori e a unire la tradizione italiana a uno sviluppo incentrato sull'innovazione. Investiamo molto in questa direzione, in tecnologia, senza rinunciare a un design accattivante e alla qualità. Utilizziamo la tecnologia per accrescere la qualità dei nostri prodotti, non la quantità. Una filosofia che gli investitori hanno ben compreso e apprezzato.

Quali i progetti per il futuro?

Procediamo sulla strada seguita fino a oggi, puntando proprio sui mercati selezionati. Ci piacerebbe replicare la nostra esperienza della boutique di Venezia anche su un mercato estero, è un progetto sul quale potremmo lavorare in futuro.

© Copyright AIMnews.it