

# RIGONI DI ASIAGO

S.r.l.

## Report Analitico Rating

---

**Data evasione:** 17 Gennaio 2014

**Analisti:** Elena Saporiti, Tiziano Caimi

**Responsabile approvazione:** Comitato Rating

**RIGONI DI ASIAGO | Società a Responsabilità Limitata**Via Guglielmo Oberdan, 28  
36012 Asiago (VI)

## Report Analitico Rating

<b>RATING .....</b>	<b>3</b>
RATING E PROBABILITÀ D'INSOLVENZA .....	3
GIUDIZIO COMPLESSIVO .....	4
PUNTI DI FORZA.....	5
PUNTI DI DEBOLEZZA E FATTORI DI RISCHIO .....	6
ANDAMENTO TENDENZIALE .....	7
SCENARI .....	8
<b>FATTORI DI RATING.....</b>	<b>9</b>
TREND.....	9
DATI ANDAMENTALI NEGATIVI .....	10
POSIZIONAMENTO COMPETITIVO .....	11
QUALITÀ DEL PORTAFOGLIO CLIENTI .....	13
GRADO DI CONCENTRAZIONE DELLA CLIENTELA .....	14
VALUTAZIONE ECONOMICA-FINANZIARIA.....	15
SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA .....	16
RELAZIONI CREDITIZIE A BREVE TERMINE.....	17
QUALITÀ DEL MANAGEMENT.....	17
<b>INFORMAZIONI .....</b>	<b>18</b>
PROFILO SOCIETARIO .....	18
PROFILO ECONOMICO-FINANZIARIO.....	35
<b>VALUTAZIONI.....</b>	<b>40</b>
GRADING .....	40
ANALISI QUALITATIVA E RATIONALES .....	41

# Rating

Rating

## Rating e probabilità d'insolvenza

*Il rating è un'opinione relativa alla capacità di un soggetto di onorare i propri debiti che scaturisce da elementi oggettivi combinati con valutazioni soggettive espresse da un analista di rating. Cerved Group emette rating a lungo termine che esprimono giudizi di affidabilità sul debitore indipendenti dalla struttura tecnica dell'indebitamento.*

### Rating e probabilità di insolvenza

*E' la valutazione delle capacità di un soggetto economico di onorare puntualmente gli impegni finanziari assunti.*

<b>Rating:</b>	<b>Merito creditizio alto (A3.1)</b>
<b>Probabilità di insolvenza: (a 12 mesi)</b>	<b>Bassa (0.59%)</b>

Azienda caratterizzata da un buon equilibrio complessivo. Sono assenti segnali negativi significativi. La capacità di far fronte agli impegni assunti è sicuramente elevata.

Il rischio di credito è basso.

#### Azienda

C2.1	C1.2	C1.1	B2.2	B2.1	B1.2	B1.1	<b>A3.1</b>	A2.2	A2.1	A1.3	A1.2	A1.1
Merito creditizio basso								Merito creditizio alto				

Rating

## Giudizio complessivo

RIGONI DI ASIAGO Srl è realtà storica nel settore di riferimento. Azienda familiare sorta a fine anni '70 per trattare la produzione ed il commercio di miele, negli anni ha saputo divenire un vero e proprio punto di riferimento, non solo in ambito nazionale, nel settore degli alimenti "bio", soprattutto in ragione dell'abilità del management nel cogliere le opportunità di un mercato sempre più in evoluzione e nell'effettuare con tempestività le giuste scelte strategiche necessarie per fornire all'azienda importanti vantaggi competitivi sui concorrenti. Oggi RIGONI DI ASIAGO è il primo produttore di marca (a valore), sul mercato interno, nell'ambito delle confetture, oltre a rappresentare in tale comparto il "price leader", a testimonianza della capacità di presentare ai consumatori non solo un prodotto di alta qualità, ma anche e soprattutto un prodotto "diverso" e riconoscibile in termini di gusto e di contenuti salutistici (è una confettura prodotta da frutta "bio", senza zucchero).

Nonostante si trovi ad operare in un contesto economico generale tutt'altro che agevole (il mercato "bio" tuttavia, proprio in virtù delle sue peculiarità, risente meno di altri comparti del calo generalizzato nei consumi, evidenziando anzi un andamento spesso non correlato), RIGONI DI ASIAGO evidenzia, esercizio dopo esercizio, una costante e significativa crescita affaristica. Il 2012 è stato chiuso con ricavi nell'ordine dei 56,5 milioni di Euro (al netto dei "premi di fine anno"), con un incremento rispetto all'esercizio precedente valutabile nell'ordine del 6,7%; addirittura a doppia cifra la crescita evidenziata nel primo semestre 2013 (+16,1% rispetto al medesimo periodo del 2012), con una previsione di chiusura a 66/67 milioni di Euro. A fronte di tale andamento commerciale più che positivo, i margini reddituali conseguiti appaiono per ora non ottimali (RIGONI DI ASIAGO ha comunque chiuso il 2012 con un utile di 683 mila Euro, a fronte di un EBITDA positivo per poco meno di 4,8 milioni di Euro circa, mentre a livello consolidato, causa i risultati negativi delle controllate produttive e commerciali, il 2012 è stato chiuso con una perdita di quasi 1,5 milioni di Euro). Pesa in tal senso l'elevata incidenza dei costi promozionali/pubblicitari, ritenuti in ogni caso strategici dall'azienda proprio per promuovere il prodotto RIGONI nei mercati di riferimento storici e soprattutto tra nuovi potenziali clienti (in particolar modo all'estero) e per favorire e sostenere la crescita dell'azienda non solo nel breve termine ma piuttosto in un'ottica di medio/lungo termine, a tal proposito, già il 2013 dovrebbe essere chiuso, a livello consolidato, con un ritorno all'utile.

A livello finanziario non emergono significativi scompensi. RIGONI DI ASIAGO gode di una discreta capitalizzazione; la dotazione patrimoniale è altresì stata rafforzata nel corso del 2012 in virtù dell'ingresso nella compagine societaria (con il 35,56% delle quote) del FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. il quale ha apportato nuovi mezzi per complessivi 10 milioni di Euro, indispensabili per supportare il costante processo di crescita strutturale e commerciale dell'azienda. Sufficiente appare altresì l'equilibrio a livello strutturale, con un accettabile bilanciamento temporale tra fonti ed impieghi. Ampio appare l'appoggio al credito bancario (solo in parte dilazionato nel M/L termine), mentre minore appare l'utilizzo del debito commerciale, fatto dovuto non tanto a fattori di oggettiva difficoltà, quanto piuttosto a scelte strategiche poste in essere dal management. Infatti l'esigenza di disporre di un "ampio" magazzino (sia in termini di scorte di prodotti finiti per potere rispondere tempestivamente alla domanda sempre più crescente del mercato, ma soprattutto in termini di disponibilità di materie prime di elevata qualità e di sicura provenienza), unita ad un ciclo monetario negativo (l'azienda vede come sua controparte commerciale di riferimento la Grande Distribuzione, la

quale dispone di indubbio potere a livello contrattuale) ed alla necessità (almeno sino a tutto il 2013, mentre a partire dal 2014 le ricapitalizzazioni poste in essere a dicembre 2013 dovrebbero in tal senso ridurre tale esigenza) di sostenere dal punto di vista finanziario, attraverso tempistiche di pagamento estremamente ristrette per le forniture ricevute, le controllate bulgare (caratterizzate da risultati di gestione negativi ma in ogni caso strategiche per l'intero Gruppo fornendo esse circa metà della frutta "bio" immessa nel processo produttivo), comportano per RIGONI DI ASIAGO una costante crescita del capitale circolante netto operativo, finanziato in parte attraverso un flusso di cassa positivo (per quasi 3,4 milioni di Euro nel 2012) ma soprattutto tramite una posizione finanziaria netta ampiamente negativa (circa 37,5 milioni di Euro previsti per il 2013). Come sottolineato, l'indebitamento complessivo dell'azienda appare in ogni caso sostenibile dalla struttura nonché strettamente correlato al processo di crescita dell'azienda, non solo reddituale ma anche e soprattutto in termini di immagine e di posizione competitiva sul mercato.

Si delinea in definitiva posizione caratterizzata da fattori strutturali che garantiscono una congrua capacità di far fronte agli impegni finanziari assunti, sia a breve che a medio-lungo termine, configurando in ultima analisi un merito creditizio positivo.

Rating

## Punti di forza

- Attività storica, gestita da un management che ha saputo cogliere le opportunità di un mercato in continua evoluzione ed effettuare con tempestività le giuste scelte strategiche.
- Il posizionamento chiaro e distintivo del prodotto, l'elevato livello di qualità percepita, i costanti investimenti in "Brand Awareness" garantiscono alla società un vantaggio strategico rilevante rispetto alla concorrenza.
- Portafoglio clienti fidelizzato e costituito perlopiù da soggetti solidi, con una conseguente ridotta probabilità di insolvenza. Di rilevante importanza le partnership commerciali con ESSELUNGA e FIRST RETAILING del Gruppo BARILLA.
- Ottima reputazione anche all'estero, con un'offerta commerciale innovativa per molti mercati (in termini di unicità del prodotto ed attenzione agli aspetti salutistici e "bio") ed una formula della "NOCCIOLATA" potenzialmente vincente.
- RIGONI evidenzia anche in questi ultimi esercizi, nonostante il contesto economico generale non certo favorevole, tassi di crescita significativi. In un'ottica di breve/medio periodo l'azienda dovrebbe essere in grado sviluppare ulteriormente il proprio volume affaristico.

## Punti di debolezza e fattori di rischio

---

- Struttura attuale caratterizzata da limitata flessibilità produttiva. Emerge pertanto la necessità di ampliarla per poter cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato sia a livello nazionale che estero. Importante dunque la realizzazione della nuova struttura di Albaredo D'Adige, che sorgerà in prossimità dell'attuale centro logistico e verrà avviata una volta ottenuto il finanziamento ISA dalla Regione Veneto.
- Margini operativi intermedi non ottimali, che scontano l'elevata incidenza dei costi promozionali/pubblicitari, ritenuti comunque strategici dall'azienda per promuovere il prodotto RIGONI nei mercati di riferimento storici e soprattutto tra nuovi potenziali clienti (in particolar modo all'estero) e per favorire e sostenere la crescita dell'azienda non solo nel breve termine, ma piuttosto in un'ottica di medio/lungo termine.
- Difficoltà di monitorare costantemente i mercati esteri presidiati/le nuove opportunità in ambito internazionale.

In merito a potenziali fattori di rischio, appare trascurabile quello "operativo", grazie al significativo grado di fidelizzazione della clientela e del consumatore finale ed all'ottimo posizionamento strategico dei prodotti offerti. Per quanto riguarda il rischio di liquidità, la società è in grado di far fronte agli impegni con il cash-flow generato dalla gestione ed utilizza affidamenti bancari a breve termine autoliquidanti e finanziamenti import. Al 30/09/2013 gli "autoliquidanti Italia" risultavano utilizzati al 59,6%.

In riferimento al rischio di mercato, a livello nazionale assume particolare rilievo l'eventuale aumento della pressione competitiva nelle categorie merceologiche trattate, nonché il continuo impoverimento del carrello della spesa del consumatore italiano (che potrebbe trovarsi costretto ad acquistare un prodotto di minore qualità ad un prezzo basso). In ambito estero, RIGONI DI ASIAGO potrebbe risentire del fatto che i mercati sono molto ben presidiati da player locali e non, che utilizzano offerte commerciali di primo prezzo, ovvero strategie molto aggressive. Si delinea infine un potenziale rischio strutturale, derivante da un preventivato aumento del volume d'affari, non seguito da una proporzionale crescita patrimoniale e finanziaria.

Rating

## Andamento tendenziale

---

RIGONI DI ASIAGO evidenzia sino a tutto il 2013 un progressivo incremento dei volumi affaristici, ed anche in prospettiva futura appare in grado, a fronte di una sempre maggiore ricezione da parte del mercato di prodotti “bio” che, oltre ad essere buoni, presentano aspetti salutistici, di ampliare la propria quota di mercato.

A fronte di tale crescita commerciale, obiettivo primario dell’azienda nel breve termine, risulta essere non tanto la massimizzazione dei profitti quanto piuttosto il consolidare la posizione di RIGONI DI ASIAGO sui mercati di riferimento, sia in ambito nazionale che internazionale, accrescendo la fidelizzazione della clientela. In tal senso indispensabile permane la necessità di un’ampia e mirata campagna pubblicitaria/comunicativa capace di sviluppare nel cliente finale la consapevolezza di un prodotto “diverso” e di “alta qualità”.

Si rileva l’intenzione del management di sostenere tale processo di crescita attraverso un necessario progressivo sviluppo della struttura produttiva e commerciale ponendo in essere tutti gli investimenti ad esso finalizzati (tra i quali spicca la costruzione e l’avviamento del nuovo stabilimento produttivo di Albaredo). D’altro canto emerge chiara la volontà di procedere con una crescita “a piccoli passi”, ovvero sostenibile anche e soprattutto a livello finanziario. E’ necessario, infatti, mantenere anche in ottica futura il giusto equilibrio tra fonti di finanziamento interne (in tal senso molto importante è stato l’ingresso nella compagine societaria nel corso del 2012 del FONDO ITALIANO D’INVESTIMENTO) e fonti di finanziamento esterne (in tale ottica l’azienda, che già gode di un ampio appoggio da parte del settore bancario, non trascurava la possibilità di ricorrere a finanziamenti di tipo “pubblico” ed anche a forme di finanziamento alternative, ovvero attraverso l’emissione di mini-bond).

Complessivamente si rilevano prospettive di business ampiamente favorevoli.

Rating

## Scenari

---

### **Indicazioni del rating in caso di scenario più sfavorevole**

Lo scenario più sfavorevole, eccetto eventi catastrofici, riguardante l'azienda ed il suo settore di appartenenza, potrebbe portare l'opinione sul merito creditizio a subire un downgrading. In particolare si stima che il valore minimo di rating potrebbe assumere un valore pari a B1.2, il quale configurerebbe in ogni caso una situazione di solvibilità per l'azienda in esame.

### **Indicazioni del rating in caso di scenario più favorevole**

Lo scenario più favorevole riguardante l'azienda ed il settore di appartenenza, potrebbe comportare, tenuto conto del piano di sviluppo operativo della società, nonché degli oggettivi limiti strutturali della stessa, un upgrading, portando il merito creditizio in una classe superiore, ovvero, A2.1, corrispondente ad una situazione di piena sicurezza, con un conseguente rischio di credito ancora più contenuto rispetto all'attuale.



# Fattori di Rating

Fattori di Rating

## Trend

RIGONI DI ASIAGO Srl, nonostante un contesto economico generale non certo agevole, ha evidenziato anche in questi ultimi esercizi significativi tassi di crescita. Il 2012 è stato caratterizzato da ricavi per 56,5 milioni di Euro, ovvero in crescita del 6,7% circa rispetto al 2011 (in merito al 2011 si prende in considerazione il dato aggregato di MONTE MIELA Srl, già RIGONI DI ASIAGO S.p.A. la quale ha operato di fatto da gennaio 2011 ad ottobre 2011, e dell'attuale RIGONI DI ASIAGO Srl, che ha operato per i soli mesi di novembre e dicembre 2011). A fronte di un "valore della produzione" positivo per 56,7 milioni di Euro, emergeva nel 2012 un EBITDA positivo per circa 4,7 milioni di Euro, valore inferiore rispetto al 2011 essenzialmente a causa di una maggiore incidenza di costi promozionali/pubblicitari e di un incremento del costo di alcune materie prime (in particolare si è verificato nel corso del 2012 un incremento del costo del succo di mela dal quale viene ricavato il dolcificante utilizzato nel processo di produzione di "FIORDIFRUTTA", incremento di costo ritenuto "straordinario" e quindi non ribaltato sul prezzo finale del prodotto). Complessivamente i "costi per servizi e per il godimento di beni di terzi", pari nel 2012 a 24,3 milioni di Euro e costituiti per lo più da "spese per premi ed incentivi di vendita" (12,3 milioni di Euro) e da "spese pubblicitarie" (4,2 milioni di Euro), vanno ad incidere il 42,9% del "valore della produzione". Al netto di ammortamenti ed accantonamenti e di ricavi/oneri non caratteristici (scarsamente significativi questi ultimi), emergeva nel 2012 un risultato operativo positivo per 2.373 mila Euro (nel 2011 l'EBIT era pari a poco meno di 3,9 milioni di Euro). Un indice ROS pari al 5,6% circa evidenzia in ogni caso una sufficiente capacità dell'azienda di generare reddito con la propria gestione caratteristica. Il saldo della gestione finanziaria appariva negativo per 658 mila Euro. Al netto di tale saldo, del risultato della gestione straordinaria (scarsamente significativo) e delle imposte, il 2012 è stato chiuso con un utile netto di 683 mila Euro (nel 2011 il risultato d'esercizio era pari a circa 1,9 milioni di Euro), con un indice ROE pari al 4,5%. In ottica futura, l'analisi del bilancio semestrale al 30 giugno 2013 evidenzia una crescita ancora superiore rispetto al 2012; in particolare si rilevano ricavi per 32,9 milioni di Euro, ovvero con un +16,1% rispetto al dato del primo semestre 2012. Le previsioni di chiusura esercizio 2013 indicano ricavi per probabili 66/67 milioni di Euro circa (di cui 8 milioni circa relative a vendite sui mercati esteri, mentre i restanti 58 milioni di Euro circa riferibili al mercato nazionale). Più nel dettaglio, il mercato nazionale è stato caratterizzato da una crescita (in termini di fatturato) prossima al 14%; tutti i prodotti di punta ("FIORDIFRUTTA", "NOCCIOLATA" e "MIELE RIGONI") hanno fatto segnare variazioni positive sia in termini di volumi che di valore (in particolare "NOCCIOLATA" è stata caratterizzata da un incremento a valore del 44% circa), così come importante è stato l'apporto delle "private label" con un valore complessivo più che raddoppiato rispetto al 2012 (si tenga presente come solamente da marzo 2013 RIGONI produce per conto di ESSELUNGA le linee di confetture "BIO" e "CLASSICA"). Notevole la crescita anche sui mercati esteri (+38% a valore), con in particolare "NOCCIOLATA" cresciuta di oltre il 120%. Emerge come nel 2013 le vendite estere incidono per il 10% circa del fatturato complessivo di RIGONI DI ASIAGO. A fronte di un tale andamento commerciale, nel 2013 non sono segnalati significativi scostamenti in termini di marginalità in ragione di una crescita dei costi pressoché proporzionale ai ricavi; a giugno 2013 emerge un EBITDA di 2,3 milioni di Euro (era pari a poco meno di 2,2 milioni di Euro al 30 giugno 2012) ed un risultato d'esercizio positivo per 366 mila Euro (pressoché identico al medesimo periodo dell'esercizio precedente).

Fattori di Rating

## Dati andamentali negativi

---

### Eventi negativi

#### **Protesti**

Non sono stati rilevati protesti sull'azienda, né sui soggetti relazionati alla stessa. I controlli effettuati sugli incroci "dubbi" hanno comportato verifiche puntuali per escludere eventuali omonimie.

#### **Fallimenti e procedure concorsuali**

Non sono stati rilevati Fallimenti e/o Procedure Concorsuali gravi sull'azienda, né sui soggetti relazionati alla stessa.

#### **Pregiudizievoli di conservatoria**

Non sono stati rilevati Pregiudizievoli di Conservatoria sull'azienda, né sui soggetti relazionati alla stessa.

#### **Ritagli di stampa di tenore negativo**

Dalla nostra rassegna stampa, che comprende l'analisi giornaliera di 100 quotidiani ad ambito nazionale, regionale e soprattutto provinciale, non emergono significative notizie di tenore negativo sull'impresa in esame.

Fattori di Rating

## Posizionamento competitivo

In Italia, RIGONI DI ASIAGO opera in un mercato caratterizzato da una crescente attenzione per l'aspetto salutistico e da interessanti tassi di crescita nel settore delle creme spalmabili; tuttavia il mercato stesso risente dell'aumento della pressione competitiva nelle categorie merceologiche trattate, dell'impovertimento del carrello della spesa del consumatore e del rischio di trading down.

In dettaglio, nel mercato delle confetture, RIGONI è leader in termini di prezzo e primo produttore di marca a valore (19,7%); le private label sono leader di mercato sia a volumi (42%) che a valore (29,8%). Sempre nel mercato delle confetture ZUEGG è il principale concorrente, avanti di 7 punti percentuali in termini di volumi (18,2%), leggermente indietro in termini di valore (19,3%). Per il futuro, RIGONI DI ASIAGO prevede di consolidare la posizione di leadership nel mercato della GDO, di incrementare annualmente i volumi anche se su basi più conservative rispetto al recente passato (nel 2013 viene segnalato un aumento del 14% per "FIORDIFRUTTA").

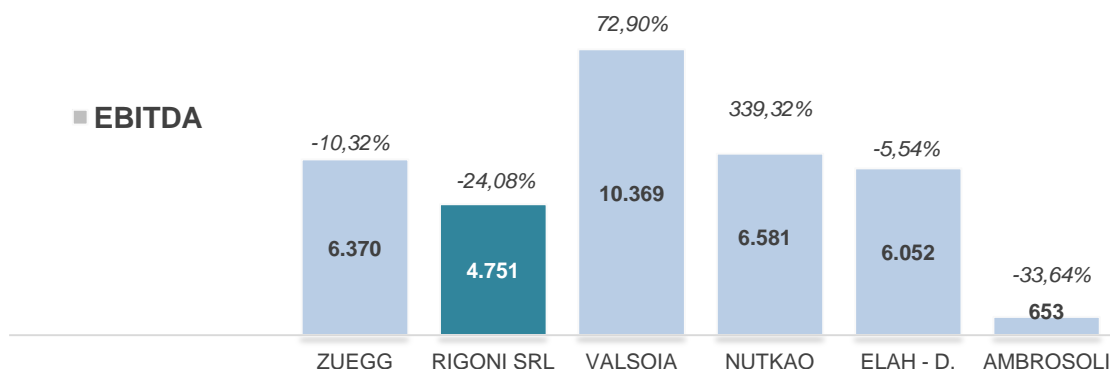
Per quanto concerne il mercato delle creme spalmabili, RIGONI è leader in termini di prezzo e terzo produttore di marca a valore (1,6%) ed a volume (0,7%). Opera in un mercato estremamente concentrato con il market leader FERRERO e le private label che detengono una quota di mercato di circa il 95%. Per il futuro, l'azienda intende aumentare sensibilmente la quota di mercato attraverso maggiori investimenti in operazioni di marketing nei punti vendita (sia per la GDO che per il canale Ho.Re.Ca.) e promozioni del prodotto attraverso canali televisivi e facendo risaltare la diversità della NOCCIOLATA, prodotto "bio" senza olio di palma.

Infine, nel mercato del miele RIGONI è secondo produttore di marca sia a volume (6,4%) sia a valore (7,4%), dietro ad AMBROSOLI (rispettivamente al 10,9% ed al 14,4%) il quale è anche il "Price Leader". Le private label sono leader di mercato a volume col 47,9% ed a valore col 43,3%. Nel futuro, l'impresa mira a proteggere l'attuale quota di mercato.

A livello internazionale, RIGONI DI ASIAGO può beneficiare del forte appeal dell' "Italian Food" e della maggiore consapevolezza del consumatore sui benefici dei prodotti salutistici e biologici; numerosi sono i mercati appetibili ed i potenziali consumatori conquistabili. All'estero tuttavia vi sono mercati ben presidiati da player locali e non nei segmenti di operatività di RIGONI, frequentemente con offerte commerciali di primo prezzo.

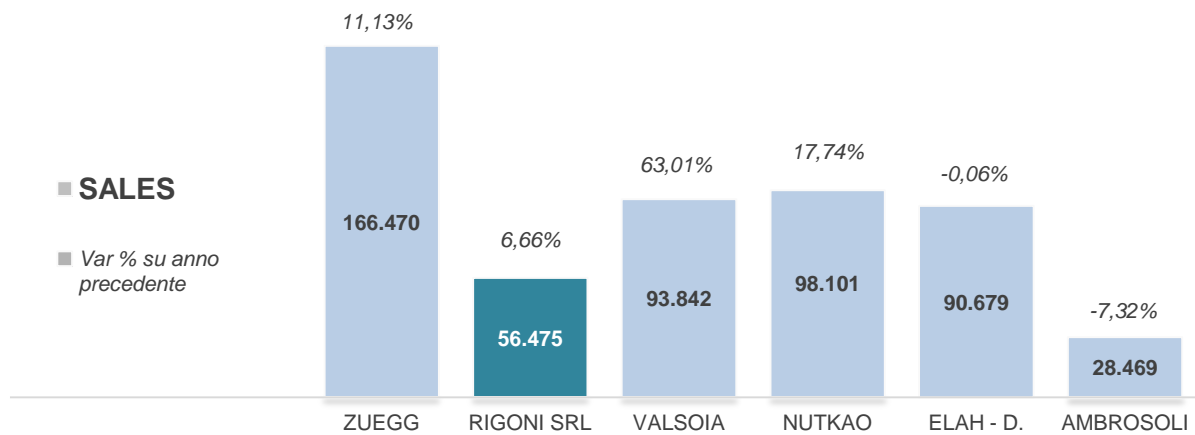
### Posizione di Mercato

Confronta la crescita del MOL 2012 di RIGONI DI ASIAGO S.R.L. con quella dei principali concorrenti



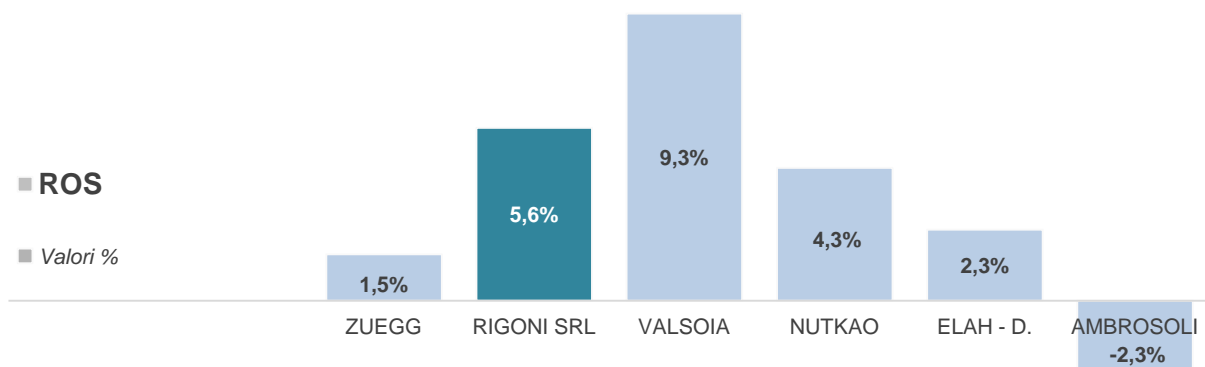
### Posizione di Mercato

Confronta la crescita del fatturato 2012 di RIGONI DI ASIAGO S.R.L. con quella dei principali concorrenti



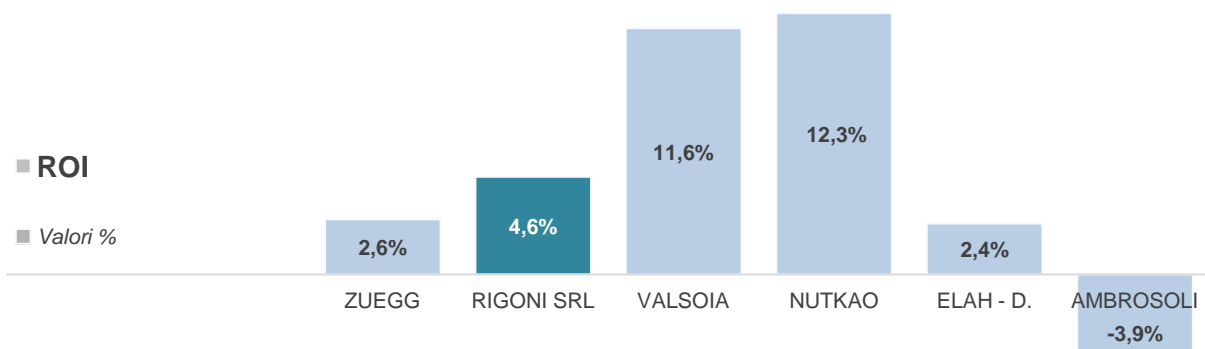
### Posizione di Mercato

Confronta i risultati del ROS 2012 di RIGONI DI ASIAGO S.R.L. con quella dei principali concorrenti



### Posizione di Mercato

Confronta i risultati del ROI 2012 di RIGONI DI ASIAGO S.R.L. con quella dei principali concorrenti

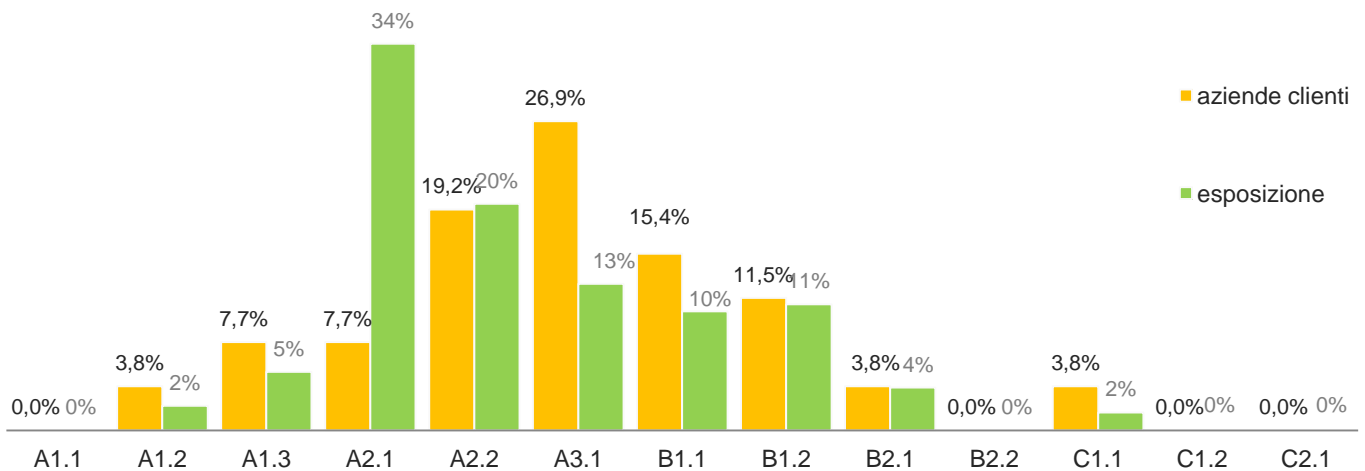


Fattori di Rating

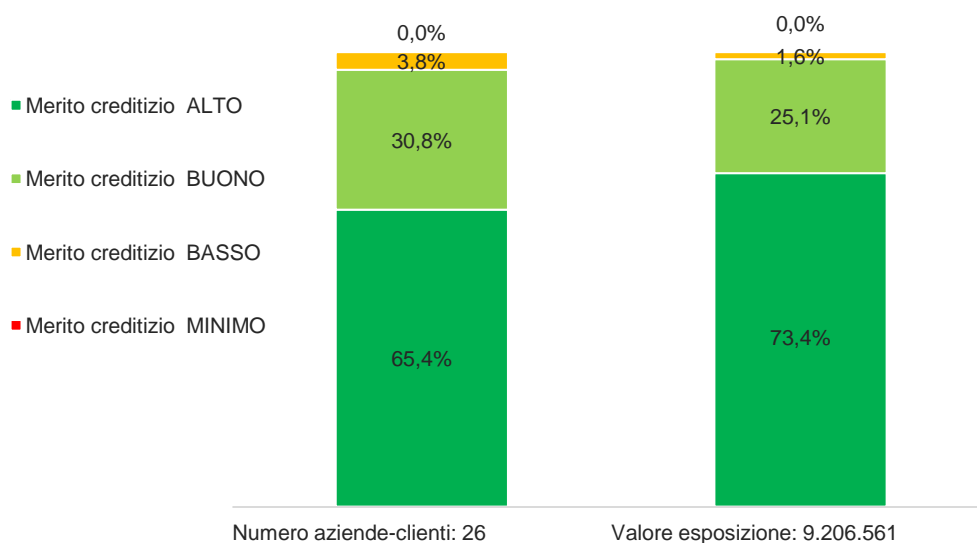
## Qualità del portafoglio clienti

In base ai dati forniti da RIGONI DI ASIAGO in merito al proprio portafoglio clienti sino al 31/10/2013, è stata effettuata un'analisi della rischiosità dello stesso per numerosità di clienti e relativo livello di esposizione. Il primo grafico riporta la distribuzione del numero delle aziende e delle esposizioni presenti nel database per classe di CGR (Rating Cerved Group), mentre il secondo grafico riporta la suddivisione delle aziende clienti e delle esposizioni presenti nel portafoglio clienti per classe di merito creditizio. Si evince come sia contenuta la concentrazione del rischio, sia per popolosità che per esposizione, nelle classi che esprimono un merito creditizio insoddisfacente (classe 3 e classe 4), indicando così la bontà complessiva del proprio portafoglio clienti.

### Distribuzione dei clienti e esposizioni per classe di rating



### Rischiosità del portafoglio clienti



Fattori di Rating

## **Grado di concentrazione della clientela**

---

RIGONI DI ASIAGO evidenzia un discreto grado di fidelizzazione della clientela, indice in primo luogo della bontà delle soluzioni offerte dalla società la quale a sua volta può procedere con una tranquilla programmazione dell'attività con relativi benefici a livello operativo, economico e finanziario. Come già sottolineato, la GDO nazionale rappresenta il primo mercato di riferimento di RIGONI DI ASIAGO; tale canale di vendita ha infatti rappresentato complessivamente nel 2012 oltre il 90% dei ricavi realizzati.

Fattori di Rating

## Valutazione economica-finanziaria

Rappresenta la distribuzione delle imprese del settore per categorie di rischio economico finanziario e confronta per l'ultimo triennio la rischiosità di impresa con il settore.



31/12/2012

PD 1 anno

0,51%

Impresa

Settore

- S1 Sicurezza elevata
- S2 Sicurezza
- S3 Ampia solvibilità
- S4 Solvibilità
- V1 Solvibilità moderata
- V2 Solvibilità bassa
- R1 Rischio moderato
- R2 Rischio
- R3 Rischio elevato
- R4 Rischio molto elevato

Nell'ultimo anno considerato, l'azienda valutata si colloca nella classe V1 della scala della valutazione economico-finanziaria, evidenziando un livello di rischiosità in linea con quello medio del settore di appartenenza.

Fattori di Rating

## Situazione patrimoniale e finanziaria

---

RIGONI DI ASIAGO appare caratterizzata da un discreto livello di capitalizzazione; il Patrimonio Netto, ammontante a fine 2012 a 20,7 milioni di Euro circa, rappresenta il 27,4% delle fonti complessive. In particolare l'ingresso del nuovo socio FONDO ITALIANO D' INVESTIMENTO SGR, avvenuto a febbraio 2012, ha garantito alla società l'entrata di nuovi mezzi propri per complessivi 10 milioni di Euro (di cui parte in Capitale Sociale e parte in "riserva da sovrapprezzo"). L'esposizione verso terzi appare nel complesso significativa, sebbene sostenibile dalla struttura nonché correlata al giro di lavoro della società. In particolare, se si analizza la situazione al 30 giugno 2013, emerge un significativo incremento del passivo bancario corrente (salito dai 20,8 milioni di Euro di fine 2012 a poco meno di 27,3 milioni di Euro), a fronte di una lieve riduzione dei finanziamenti bancari a M/L (passati dai 10,2 milioni di Euro a 8,5 milioni di Euro) e del debito di fornitura (passato da 19,6 milioni di Euro a 14,4 milioni di Euro). La riduzione del debito corrente commerciale è riconducibile in parte all'entrata in vigore dell'art. 62, in parte ad alcune scelte strategiche prese dal management nel corso dell'esercizio (è stato effettuato, onde evitare le problematiche di incremento di costo di tale materia prima verificatosi nel 2012, un acquisto "a pronti" del succo di mela "bio" per un corrispettivo di circa un milione di Euro), in parte ad un mutamento avvenuto nel 2013 in merito alla riscossione da parte dei clienti dei premi promozionali (sino al 2012 corrisposti semestralmente/quadrimestralmente, dal 2013 riconosciuti alla fine di ogni bimestre). Altresì, sino a tutto il 2013 il pagamento in termini brevissimi dei debiti commerciali verso le controllate bulgare era riconducibile ad una sorta di finanziamento alle medesime consociate; a partire dal 2014 tale strategia, a fronte della ricapitalizzazione di ECOTERRA ed ECOVITA avvenuta nel dicembre 2013, dovrebbe in parte essere accantonata.

Di fatto tale riduzione dei debiti di natura operativa, a fronte di una crescita dei crediti commerciali di circa 2 milioni di Euro (crescita riconducibile alla crescita del volume affaristico) e ad una sostanziale stazionarietà del magazzino, ha comportato nel 2013 un marcato ampliamento del capitale circolante netto operativo (già piuttosto consistente a fine 2012), con una conseguente maggiore esposizione verso sistema bancario. L'assetto finanziario aziendale permane in ogni caso improntato da un accettabile equilibrio; inoltre, in ragione dell'accesso a nuove fonti di finanziamento dovrebbe migliorare in ottica futura il rapporto tra passività a M/L termine e passività a breve termine.



Fattori di Rating

## Relazioni creditizie a breve termine

---

In merito alle relazioni creditizie a breve termine, non emergono elementi di palese pregiudizio nei confronti del soggetto esaminato, il quale mantiene un comportamento commerciale improntato su un'assoluta correttezza.

La società risulta complessivamente ben sostenuta dagli operatori finanziari con cui interagisce.

Fattori di Rating

## Qualità del management

---

Il giudizio sul management è ampiamente positivo in ragione delle elevate competenze tecniche e gestionali maturate nel corso degli anni dagli esponenti di riferimento; in particolare la prontezza nel sapere cogliere nel migliore dei modi le opportunità offerte da un mercato comunque non semplice, la capacità di delineare strategie che sappiano garantire all'azienda un costante vantaggio competitivo non solo nel presente ma anche e soprattutto nel M/L termine, nonché l'oculata gestione di un processo di sviluppo sostenibile, risultano essere chiavi fondamentali per il successo di RIGONI DI ASIAGO.

# Informazioni

Informazioni

## Profilo societario

### Anagrafica

Denominazione	RIGONI DI ASIAGO
Indirizzo	VIA GUGLIELMO OBERDAN 28, 36012 – ASIAGO (VI)
Telefono	0424603611
Indirizzo Internet	<a href="http://www.rigonidiasiago.com">www.rigonidiasiago.com</a>
E-mail	<a href="mailto:info@rigonidiasiago.com">info@rigonidiasiago.com</a>
E-mail certificata	<a href="mailto:amministrazione@pec.rigonidiasiago.com">amministrazione@pec.rigonidiasiago.com</a>
Forma giuridica	SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA
Situazione impresa	ATTIVA dal 01/11/2011
Data costituzione	25/10/2011
Data inizio attività	01/11/2011
Capitale sociale Deliberato	13.189.994
Capitale sociale Sottoscritto	13.189.994
Capitale sociale Versato	13.189.994
Numero Rea / registrata il	VI 348475, iscritta il 28/10/2011
Codice fiscale	03722320243
Partita IVA	03722320243
Codice Istat	1039
Codice Nace	10.39
Codice Rae	414
Codice Sae	430
Impresa appartenente al gruppo	RIGONI DI ASIAGO - GIOCHELE
Nome Capogruppo	RIGONI DI ASIAGO S.R.L.
Numero uffici sedi secondarie	3

## Notizie storiche

Società ufficialmente costituita nell'ottobre 2011. Con Atto del 29 ottobre 2011 ha ricevuto in conferimento l'attività ed il relativo complesso aziendale, relativo alla produzione e commercializzazione di confetture, miele, creme spalmabili e dolcificanti, dalla "preesistente" RIGONI DI ASIAGO S.p.A. (CCIAA di Vicenza REA n° 263387 del 22 gennaio '98). Quest'ultima, in seguito a tale operazione, dall'1 novembre 2011 opera quale immobiliare/holding; la stessa a fine gennaio 2012 ha assunto la ragione sociale di MONTE MIELA Srl.

La famiglia RIGONI di fatto opera nel settore di riferimento dal 1979, allorché iniziò l'attività di trasformazione e commercializzazione di mieli (attraverso la società APICOLTURA RIGONI SNC di MARIO & PAOLO & C.) in parte di propria produzione ed in parte di produzione di terzi. Va in ogni caso sottolineato come la famiglia RIGONI sin dagli anni '20 si occupava di produzione e vendita di miele, anche se non propriamente in forma di impresa. La suddetta APICOLTURA RIGONI SNC di MARIO & PAOLO & C. cedette l'attività (prima tramite contratto di affitto e quindi, dall'aprile '99 tramite conferimento d'azienda) alla neo costituita RIGONI DI ASIAGO S.p.A. (C.F. 02648130249). In breve tempo l'attività di trasformazione e commercializzazione del miele assunse la preminenza rispetto alla produzione. Parallelamente si sviluppò anche la produzione di confetture al miele e di integratori a base di prodotti apistici. La commercializzazione, in precedenza effettuata solo attraverso dettaglianti, venne pian piano allargata alla GDO.

Sul finire degli anni '80 l'azienda dovette affrontare alcune difficoltà riconducibili sia alla crisi del mercato del miele (in seguito all'ingresso nel mercato di nuovi Paesi produttori, soprattutto dell'Est Europa), alla crisi vissuta dalla grande parte delle strutture (società statali) legate alla raccolta ed alla trasformazione, ed allo sviluppo del mercato dei "discount" (causa di un sensibile abbassamento delle marginalità di vendita). La RIGONI si trovò ad affrontare tale crisi già significativamente esposta sotto l'aspetto finanziario (a fronte degli investimenti rilevanti per la realizzazione nel nuovo centro produttivo di Foza, inaugurato nel 1990). I vertici dell'azienda, al fine di superare tale crisi, sposarono quindi agli inizi degli anni '90 la scelta strategica del "biologico". Vennero ampliate le varietà di miele commercializzate (tutte "bio"). Vennero quindi sviluppati nuovi prodotti, in primis le marmellate "bio" (con dolcificante naturale ricavato dal succo di mela). Nacque in quegli anni il marchio "FIORDIFRUTTA", tuttora prodotto di punta dell'azienda in termini di fatturato conseguito. Gli ingenti investimenti posti in essere in quegli anni furono finalizzati al mantenimento di un elevato standard qualitativo contenendo (grazie ad un adeguato impianto produttivo ed all'utilizzo di tecnologie innovative, come ad esempio la cottura a bassa temperatura) i costi produttivi, in primis mano d'opera ed energia.

Ad inizio anni 2000 si ebbe l'ingresso nella compagine societaria di RIBS S.p.A. (in seguito divenuta SVILUPPO ITALIA) e di VENETO SVILIPPO, partner finanziari dal 2000 al 2005. Sempre in quegli anni si ebbe l'apertura di un nuovo centro di produzione sito ad Albaredo D' Adige.

Con un progressivo sviluppo in termini di quote di mercato acquisite, anche in ambito internazionale, e con un continuo ampliamento e miglioramento della struttura produttiva/commerciale/logistica (con l'apertura del centro di Albaredo d'Adige), RIGONI DI ASIAGO è giunta quindi ai giorni d'oggi. Al fine di sostenere i piani di sviluppo predisposti ed al fine di garantire alla società una più adeguata capitalizzazione, nel corso del 2012 si è quindi avuto l'ingresso nella compagine societaria (con il 36%

delle quote) del FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. il quale ha apportato nuovi mezzi finanziari per complessivi 10 milioni di Euro. Al fine di favorire l'ingresso del nuovo socio e parallelamente la volontà di mantenere entro il perimetro della famiglia RIGONI, l'intera proprietà dello stabilimento di Foza (VI), il Gruppo RIGONI ha dovuto porre in essere una riorganizzazione interna, che ha visto appunto la costituzione della odierna RIGONI DI ASIAGO Srl la quale ha ricevuto in conferimento l'attività e il relativo complesso aziendale della RIGONI DI ASIAGO S.p.A. Quest'ultima (ora denominata MONTE MIELA Srl), in seguito a tale operazione, opera oggi quale holding/immobiliare (è in particolare proprietaria del complesso produttivo di Foza).

## Proprietà

Il Capitale Sociale della RIGONI DI ASIAGO Srl, sottoscritto e versato inizialmente per 10 mila Euro, in seguito all'operazione di conferimento del 29 ottobre 2011, è stato aumentato per complessivi 8.490.000 Euro. In data 15 febbraio 2012 nella compagine societaria è entrato a far parte il FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. (CCIAA di Milano REA n° 1926203), il quale ha apportato 500 mila Euro, di cui 145.439 Euro in quote societarie e 254.561 Euro relativi a "sovrapprezzo". In data 25 luglio 2012 è stato infine deliberato un ulteriore aumento di Capitale riservato al FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. per Euro 4.444.555 con "sovrapprezzo" di Euro 5.055.445. Complessivamente il FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. ha apportato quindi 10 milioni di Euro, di cui 4.689.994 Euro come Capitale e 5.310.006 Euro come sovrapprezzo quote. Ad oggi il Capitale Sociale risulta in definitiva ammontare a 13.189.994 Euro, interamente sottoscritto e versato; socio di riferimento rimane la MONTE MIELA Srl (interamente riconducibile alla famiglia RIGONI, in parte direttamente ed in parte attraverso il controllo della holding GIOCHELE Srl), la quale detiene il 64,44% delle quote complessive, mentre il FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. detiene il restante 35,56% delle quote. Da sottolineare come l'ingresso nella compagine societaria del FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. è stato finalizzato all'ingresso di nuove finanze atte a supportare un ampliamento della capacità produttiva nonché un ulteriore sviluppo e consolidamento della società sul mercato nazionale ed estero. In ottica futura non sono previsti nel breve/medio termine aumenti di Capitale Sociale, mentre è volontà del management reinvestire in azienda gli utili preventivati per i prossimi esercizi.

## Gruppi e Partecipazioni

RIGONI DI ASIAGO Srl è punto di riferimento di un più ampio contesto di Gruppo di aziende (operative e commerciali). Il Gruppo RIGONI poggia su due holding, ovvero la GIOCHELE Srl (C.F. 00497890244), già APICOLTURA RIGONI Srl, e la MONTE MIELA Srl (C.F. 02648130249), già RIGONI DI ASIAGO S.p.A.

GIOCHELE Srl, opera quale holding pura. Ha un Capitale Sociale pari a 3,3 milioni di Euro, con quote suddivise in egual misura (25% a testa) tra i componenti della famiglia RIGONI. Ha assunto l'attuale ragione sociale in data 17 gennaio 2012 (in precedenza era APICOLTURA RIGONI Srl). Al pari di RIGONI DI ASIAGO Srl, anche GIOCHELE Srl presenta bilancio consolidato.

MONTE MIELA Srl, già RIGONI DI ASIAGO S.p.A. (ha modificato ragione sociale nel gennaio 2012), opera da novembre 2011 unicamente quale sub holding ed immobiliare (è in particolare proprietaria dell'immobile relativo al sito produttivo di Foza). Essa è caratterizzata da un Capitale Sociale pari a 8,5 milioni di Euro, controllato per il 96,35% dalla GIOCHELE Srl e per il restante 3,65% da esponenti della famiglia RIGONI (0,91% a testa). MONTE MIELA Srl controlla a sua volta il 64,44% della RIGONI DI ASIAGO Srl (mentre il FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. detiene il restante 35,56% delle quote).

RIGONI DI ASIAGO Srl controlla direttamente 3 società di diritto bulgaro, ovvero le produttive ECOTERRA E.O.O.D. ed ECOVITA O.O.D. entrambe con sede a Pazardjik, e la NERI & ASIAGO E.O.O.D. società di fatto inattiva e destinata nel prossimo futuro a cessare o ad essere incorporata nella ECOTERRA o nella ECOVITA. Controlla altresì le società commerciali RIGONI DI ASIAGO USA LLC (con sede a Miami/Florida) e RIGONI DI ASIAGO FRANCE Sarl (con sede a Marsiglia), la cui attività è finalizzata alla penetrazione di due mercati esteri ritenuti strategici da RIGONI, ovvero quello statunitense e quello transalpino. Nel perimetro di consolidamento non rientra invece l'APICOLTURA RIGONI USA Inc. in cui RIGONI DI ASIAGO Srl detiene il 51% del Capitale (partecipazione peraltro completamente svalutata in bilancio), società di fatto inattiva da tempo; quest'ultima rappresentò a suo tempo (anni '90) un primo tentativo da parte del Gruppo RIGONI, in collaborazione con partner commerciali locali, di sviluppo nel mercato USA. Di seguito un dettaglio delle partecipazioni di RIGONI DI ASIAGO Srl.

### **ECOTERRA E.O.O.D. (Bulgaria)**

INDIRIZZO: Via Sinitevska 3 – Pazardjik

ATTIVITÀ: coltivazione di frutta biologica

VALORE IN BILANCIO 2012: 670 mila Euro

PERCENTUALE DI CONTROLLO: 100%

Dati di Bilancio rilevanti:

	2012	30 giugno 2013
Ricavi	1.223	753,7
Valore della produzione	2.209,3	1.350,6
Margine Operativo	-317	12
Risultato d'esercizio	-1.000	-248
Patrimonio netto	-1.648,1	-1.897,1

Tale partecipazione, è stata acquisita nel corso del 2012 dalla GIOCHELE Srl, nell'ambito della riorganizzazione dell'intero Gruppo. ECOTERRA svolge un'attività di coltivazione di frutta biologica, sia in ambito vivaistico che in piantagione, attività strategica per l'attività dell'intero Gruppo RIGONI (dalla Bulgaria RIGONI ricavi infatti circa la metà della frutta biologica immessa successivamente nel processo produttivo).

Emergono risultati reddituali ampiamente negativi (sebbene indicati in parziale miglioramento nel corso del 2013), nonché un Patrimonio Netto negativo al 30 giugno 2013 per 1,9 milioni di Euro. L'andamento economico/finanziario deficitario risulterebbe imputabile ad una "cattiva" gestione da parte del management a suo tempo posto a controllo, ragion per cui RIGONI ha recentemente optato per un parziale rinnovo dei vertici delle società controllate bulgare, con l'immissione in particolare di 2 nuovi "tecnici di produzione" italiani. Tale operazione ha reso possibile, sin da subito, un maggiore controllo sull'attività della controllata nonché un necessario recupero in termini di efficienza. Appaiono conseguentemente positive le prospettive per il futuro prossimo dell'azienda. Ciò ha portato RIGONI DI ASIAGO Srl a ritenere le perdite come "non durevoli" e recuperabili nel medio termine, ragione per cui la partecipazione in ECOTERRA non è stata svalutata in bilancio. Non è peraltro mai mancato, proprio in ragione della valenza strategica dell'operato di tali controllate all'interno del processo di produzione di RIGONI, l'apporto finanziario di RIGONI DI ASIAGO Srl ad ECOTERRA ed ECOVITA; non ultimo, in data 13 dicembre 2013, è stato apportato da RIGONI DI ASIAGO Srl un sostanzioso aumento di Capitale in ECOTERRA, attraverso l'utilizzo di un credito finanziario precedentemente erogato, per un valore complessivo di 4 milioni di Euro.

Attraverso il controllo di ECOTERRA (in entrambi caso pari al 100% delle quote), rientrano (a partire dai primi mesi del 2012) nel perimetro di consolidamento del Gruppo RIGONI anche le società bulgare BIOTOP O.O.D. e BIOFRUTTA O.O.D. le quali si occupano rispettivamente della coltivazione di cereali e della produzione di olio di girasole (utilizzato nel processo produttivo della NOCCIOLATA) e della coltivazione di frutta "bio" in ambito vivaistico. Emerge come a giugno 2013 sia stato conferito potere al Presidente di ECOTERRA di perfezionare un aumento di Capitale nella controllata BIOFRUTTA per complessivi 2,5 milioni di Euro e nella controllata BIOTOP per 250 mila Euro (mediante utilizzo, previa rinuncia al rimborso, di crediti finanziari vantati nei confronti delle due controllate); tali operazioni, che dovevano essere effettuate in via preventiva entro la fine del 2013, sono di fatto slittate ai primi mesi del 2014.

**ECOVITA O.O.D. (Bulgaria)**

INDIRIZZO: Via Sinitevska 3 – Pazardjik

ATTIVITÀ: prima lavorazione e surgelazione di frutta biologica

VALORE IN BILANCIO 2012: 1.159 mila Euro

PERCENTUALE DI CONTROLLO: 75,56%

Dati di Bilancio rilevanti:

	2012	30 giugno 2013
Ricavi	3.135	540,6
Valore della produzione	3.032,6	723,7
Margine Operativo	316	59
Risultato d'esercizio	-64	-157,3
Patrimonio netto	1.382,8	1.225,5

ECOVITA effettua un'attività di prima lavorazione (lavaggio e selezione), sempre in regime di basse temperature, e di successivo confezionamento e surgelazione della frutta biologica fornita da ECOTERRA. La materia prima così trattata viene quindi spedita in Italia presso il centro logistico di Albaredo d'Adige, in attesa di essere lavorata presso lo stabilimento di Foza.

Emergono, come per ECOTERRA, risultati d'esercizio negativi, con un Patrimonio Netto comunque positivo. Così come per ECOTERRA, anche in merito ad ECOVITA si prospetta, in ragione di una più oculata ed efficiente gestione dell'attività, un miglioramento nel medio periodo dell'andamento economico/finanziario. Sempre in data 13 dicembre 2013, è stato apportato da RIGONI DI ASIAGO Srl un aumento di Capitale in ECOVITA, attraverso l'utilizzo di un credito finanziario precedentemente erogato, per un valore complessivo di 2 milioni di Euro.

Il restante 24,44% delle quote di ECOVITA fa capo a FINEST S.p.A. - SOCIETÀ FINANZIARIA PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE DEL NORD-EST, società per azioni partecipata da FRIULIA S.p.A. società finanziaria della Regione Friuli Venezia Giulia, dalla Regione Veneto, dalla Provincia Autonoma di Trento, dalla SIMEST e da alcune banche del territorio. Si tratta in ultima analisi di una forma di finanziamento da parte di FINEST, il quale prevede che il RIGONI provveda entro 6 anni al riacquisito della totalità delle quote.

**RIGONI DI ASIAGO USA LLC (USA)**

INDIRIZZO: 52NW 47 th Street – Miami (FL)

ATTIVITÀ: commercializzazione sul mercato USA dei prodotti RIGONI

VALORE IN BILANCIO 2012: 0

PERCENTUALE DI CONTROLLO: 90%

Dati di Bilancio rilevanti:

	2012	30 giugno 2013
Ricavi	806,6	557,7
Valore della produzione	943,2	641,9
Margine Operativo	-106,7	-74,6
Risultato d'esercizio	-106,7	-74,6
Patrimonio netto	-253,6	-330,8

Società parte del Gruppo dal 2007, si occupa della vendita sul mercato statunitense (focalizzandosi sulle zone di New York e della California) dei prodotti RIGONI. Causa il negativo andamento economico e la concomitanza di un Patrimonio Netto negativo (a giugno 2013 per 331 mila Euro circa), RIGONI DI ASIAGO Srl ha provveduto (già nel corso del 2011), in via prudenziale, ad una svalutazione totale di tale partecipazione, a fronte della quale risultano essere stati iscritti nei fondi, 253 mila Euro quale “fondo ripristino valore partecipazioni”, accogliente l'importo stanziato per adeguare il valore di carico della partecipata al valore di patrimonio netto causa perdite permanenti di valore. RIGONI DI ASIAGO USA ha comunque evidenziato nel primo semestre 2013 una crescita affaristica; una maggiore penetrazione del mercato statunitense permane nel breve/medio termine un obiettivo strategico dell'azienda.

**RIGONI DI ASIAGO FRANCE Sarl (Francia)**

INDIRIZZO: 67 Avenue du Prado – Marsiglia

ATTIVITÀ: commercializzazione sul mercato francese dei prodotti RIGONI

VALORE IN BILANCIO 2012: 238 mila Euro

PERCENTUALE DI CONTROLLO: 100%



Dati di Bilancio rilevanti:

	2012	30 giugno 2013
Ricavi	1.397,9	1.186,9
Valore della produzione	1.660,6	1.443
Margine Operativo	-189,8	-33,7
Risultato d'esercizio	-172,8	-35
Patrimonio netto	-233,7	-268,7

Società divenuta operativa a pieno regime solamente nel biennio 2010/2011, caratterizzata sinora da risultati reddituali non positivi (sulla perdita 2012 ha influito in modo consistente la rilevante incidenza dei costi sostenuti per investimenti in termini di comunicazione e pubblicità, indispensabili per favorire l'inserimento dei prodotti RIGONI sul mercato di riferimento). Presentava a fine esercizio 2012 un Patrimonio Netto negativo per 234 mila Euro; a fronte di ciò il valore della partecipazione è stato svalutato in bilancio per 60 mila Euro. RIGONI DI ASIAGO ritiene in ogni caso le perdite conseguite sinora quali "non durevoli" (a differenza di RIGONI DI ASIAGO USA, in merito alla quale le perdite sono state ritenute definitive) ed imputabili ai rilevanti costi di start-up. A conferma di ciò, emerge la rilevante crescita affaristica evidenziata da RIGONI DI ASIAGO FRANCE nel 2013 (nel primo semestre la società ha conseguito ricavi per 1.186,9 mila Euro, quasi raddoppiati rispetto al medesimo periodo dell'esercizio 2012); l'esercizio dovrebbe essere chiuso con ricavi di circa 3 milioni di Euro

#### **NERI & ASIAGO E.O.O.D. (Bulgaria)**

INDIRIZZO: Via Sinitevska 3 – Pazardjik

ATTIVITÀ: inattiva

VALORE IN BILANCIO 2012: 246 mila Euro

PERCENTUALE DI CONTROLLO: 100%

#### **APICOLTURA RIGONI USA Inc. (USA)**

INDIRIZZO: 161 Atwater Street – Plantsville (USA)

ATTIVITÀ: inattiva

VALORE IN BILANCIO 2012: 0

PERCENTUALE DI CONTROLLO: 51%

## Eventi straordinari registrati negli ultimi 12 mesi

Non si rilevano eventi straordinari nell'ultimo anno.

## Soci

Socio	Valore nominale	% quote	Tipo di diritto
<p><b>MONTE MIELA</b>            SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA            VIA GUGLIELMO OBERDAN 28 - 36012            ASIAGO (VI)            Situazione impresa: ATTIVA dal 06/03/1998            Eventi Negativi:No            Attività: Locazione immobiliare di beni propri o in leasing (affitto)            Capitale Sociale: 8.500.000 Euro            Ricavi (2012): 180.000 Euro            Utile/perdita (2012): 53.274 Euro            Gruppo: GIOCHELE            Nome Capogruppo: GIOCHELE S.R.L.            N.REA: VI263387            Codice Fiscale: 02648130249  <i>Richieste Informazioni ultimi 12 mesi: 18</i></p>	8.500.000 €	64,44%	PROPRIETA'
<p><b>FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR</b>            SOCIETA' PER AZIONI            VIA TURATI 16/18 - 20121 MILANO (MI)            Situazione impresa: ATTIVA dal 24/08/2010            Eventi Negativi:No            Attività: Gestione di fondi comuni di investimento e dei fondi pensione            Capitale Sociale: 4.000.000 Euro            Gruppo: FONDO D'INVESTIMENTO SGR            Nome Capogruppo: FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR SPA            N.REA: MI1926203            Codice Fiscale: 06968440963  <i>Richieste Informazioni ultimi 12 mesi: 82</i></p>	4.689.994 €	35,56%	PROPRIETA'

## Esponenti ufficiali significativi

Esponente	Carica
<p><b>ANDREA RIGONI</b></p> <p><i>Nato a: ASIAGO (VI) il 03/07/1951</i>  <i>Indirizzo: VIA OBERDAN 30,</i>  <i>36012 ASIAGO (VI) (Domicilio fiscale)</i>  <i>Codice Fiscale RGNNDR51L03A465U</i></p>	<p><b>PRESIDENTE CONSIGLIO</b>  <b>AMMINISTRAZIONE</b> in carica dal  27/06/2012  <b>AMMINISTRATORE DELEGATO</b>  in carica dal 16/11/2011  <b>CONSIGLIERE</b> in carica dal 25/10/2011</p>
<p><b>ANTONIO RIGONI</b></p> <p><i>Nato a: ASIAGO (VI) il 02/07/1950</i>  <i>Indirizzo: VIA OBERDAN 30,</i>  <i>36012 ASIAGO (VI) (Domicilio fiscale)</i>  <i>Codice Fiscale RGNNTN50L02A465U</i></p>	<p><b>AMMINISTRATORE DELEGATO</b>  in carica dal 16/11/2011  <b>CONSIGLIERE</b> in carica dal 25/10/2011</p>
<p><b>GIANFRANCO VERCELLONE</b></p> <p><i>Nato a: BORGOMANERO (NO) il</i>  <i>31/10/1956</i>  <i>Indirizzo: LARGO MONSIGNOR LUIGI</i>  <i>CALZA 23, 43121 PARMA (PR)</i>  <i>(Residenza)</i>  <i>Codice Fiscale VRCGFR56R31B019S</i></p>	<p><b>CONSIGLIERE</b> in carica dal 15/02/2012</p>
<p><b>MARIO RIGONI</b></p> <p><i>Nato a: ASIAGO (VI) il 07/04/1952</i>  <i>Indirizzo: VIA IV NOVEMBRE 27,</i>  <i>36032 GALLIO (VI) (Domicilio fiscale)</i>  <i>Codice Fiscale RGNMRA52D07A465R</i></p>	<p><b>CONSIGLIERE</b> in carica dal 25/10/2011</p>
<p><b>LUIGI RIGONI</b></p> <p><i>Nato a: ASIAGO (VI) il 09/05/1967</i>  <i>Indirizzo: VIA OBERDAN 34,</i>  <i>36012 ASIAGO (VI) (Residenza)</i>  <i>Codice Fiscale RGNLGU67E09A465E</i></p>	<p><b>CONSIGLIERE</b> in carica dal 25/10/2011</p>

## Cariche aziendali ricoperte dagli Esponenti in altre società

<b>ANDREA RIGONI</b>	Codice Fiscale: RGNNDR51L03A465U Nato a: ASIAGO (VI) 03/07/1951
<i>Azienda</i>	<i>Carica</i>
<b>INTEROFFICES DI ANDREA RIGONI &amp; C.</b> SOCIETA' IN NOME COLLETTIVO Eventi Negativi:No N.REA: VI162489	<b>SOCIO</b> Carica attiva
<b>MONTE MIELA</b> SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA VIA GUGLIELMO OBERDAN 28 - 36012 ASIAGO (VI) Situazione impresa: ATTIVA dal 06/03/1998 Eventi Negativi:No Attività: Locazione immobiliare di beni propri o in leasing (affitto) Capitale Sociale: 8.500.000 Euro Ricavi (2012): 180.000 Euro Utile/perdita (2012): 53.274 Euro Gruppo: GIOCHELE Nome Capogruppo: GIOCHELE S.R.L. N.REA: VI263387 Codice Fiscale: 02648130249	<b>CONSIGLIERE</b> Dal 19/09/2011 Carica attiva
<b>ANTONIO RIGONI</b>	Codice Fiscale: RGNNTN50L02A465U Nato a: ASIAGO (VI) 02/07/1950
<i>Azienda</i>	<i>Carica</i>
<b>GIOCHELE</b> SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA VIA GUGLIELMO OBERDAN 32 - 36012 ASIAGO (VI) Situazione impresa: ATTIVA dal 18/09/1979 Eventi Negativi:No Attività: Apicoltura Capitale Sociale: 3.300.000 Euro Ricavi (2012): 90.435 Euro Utile/perdita (2012): -29.908 Euro Gruppo: GIOCHELE Nome Capogruppo: GIOCHELE S.R.L. N.REA: VI149296 Codice Fiscale: 00497890244	<b>AMMINISTRATORE UNICO</b> Dal 07/07/2012 Carica attiva
<b>MONTE MIELA</b> SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA VIA GUGLIELMO OBERDAN 28 - 36012 ASIAGO (VI) Situazione impresa: ATTIVA dal 06/03/1998 Eventi Negativi:No Attività: Locazione immobiliare di beni propri o in leasing (affitto) Capitale Sociale: 8.500.000 Euro Ricavi (2012): 180.000 Euro Utile/perdita (2012): 53.274 Euro Gruppo: GIOCHELE (*) Nome Capogruppo: GIOCHELE S.R.L. N.REA: VI263387 Codice Fiscale: 02648130249	<b>AMMINISTRATORE DELEGATO</b> Dal 19/09/2011 Carica attiva  <b>CONSIGLIERE</b> Dal 19/09/2011 Carica attiva

## Caratteristiche commerciali e politiche di marketing-mix

La sede legale della società è sita ad Asiago (VI) in Via Guglielmo Oberdan 28, ove dispone di struttura di circa 300 mq. indicata di proprietà della famiglia RIGONI; tale struttura comprende gli uffici acquisti, contabilità fornitori, tesoreria e sollecito incassi, contabilità industriale e di magazzino. Presso il domicilio fiscale è altresì seguita la gestione strategica dell'attività produttiva (controllata interamente dalla coltivazione della materia prima sino al confezionamento del prodotto finito) e commerciale.

Ha centro produttivo a Foza (VI) in Via Gecchelini snc, ove rileviamo stabilimento, di proprietà della controllante MONTE MIELA Srl, su un'area coperta di circa 3.100 mq. (su un terreno di 5.000 mq.), disposti su tre piani; la struttura comprende altresì un "piccolo" magazzino circa 330 mq. Attualmente dispone di tre linee di produzione per "FIORDIFRUTTA", "NOCCIOLATA" e "MIELE", nonché di altrettante linee di confezionamento, di cui una principale e due di dimensioni più contenute. Vengono lavorate oltre 6.000 tonnellate di frutta l'anno, di cui circa la metà proveniente dalle controllate bulgare ed il resto da agricoltori italiani di fiducia (con cui ha stipulato accordi pluriennali) e da altri paesi esteri. A Foza il ciclo è completamente automatizzato e monitorato attraverso computer che comandano le macchine: ogni operazione viene registrata per avere la tracciabilità sia delle materie prime utilizzate sia del processo di trasformazione. Nel 2012 sono stati effettuati investimenti per complessivi 475 mila Euro, di cui 277 mila per migliorie su impianti e l'acquisto di nuovi impianti e 198 mila per attrezzature ed altre immobilizzazioni; nel primo semestre 2013 ha investito 194 mila Euro per il miglioramento dei macchinari esistenti.

Ha centro logistico ad Albaredo d'Adige (VR) in Via dell'Agricoltura 21/33, presso struttura di 4.200 mq. (su un terreno di circa 25.000 mq), di proprietà aziendale, situato in una posizione strategica per i trasporti. E' un polo logistico innovativo, composto da un magazzino automatizzato con 11.500 posti pallets (ossia oltre 12 milioni di vasetti), una moderna cella frigorifera e dall'area destinata alle operazioni di carico/scarico. Nel 2012 sono stati effettuati investimenti per 2.471 mila Euro per l'ampliamento del magazzino automatico e 376 mila Euro per l'installazione dell'impianto fotovoltaico, che consentirà di conseguire risparmi in termini di spese energetiche. Nel 2014 è previsto il trasferimento della produzione di "NOCCIOLATA" in una nuova struttura di Albaredo D'Adige di 4.000/4.500 mq. che sorgerà in prossimità del centro logistico già in essere.

Infine, la società dispone di punto vendita al dettaglio ad Asiago (VI) in Corso IV Novembre 78, presso locali indicati in affitto, per il commercio di generi alimentari (il 95% dei quali provenienti dalla RIGONI DI ASIAGO stessa).

RIGONI DI ASIAGO si occupa della produzione e commercializzazione nel mercato alimentare di prodotti provenienti quasi integralmente da agricoltura biologica. In dettaglio, la gamma prodotti comprende "FIORDIFRUTTA", confettura "bio" e dolcificata con succo di mele biologico, disponibile in 27 varietà (nel 2013 è stata introdotta quella alla pera), che nel 2012 ha coperto il 75,7% delle vendite, "MIELE" biologico e di produzione italiana (13 varietà tra "monoflora" e "poliflora"), che ha inciso l'11,5% sul fatturato 2012, "NOCCIOLATA", crema spalmabile di cacao e nocciole con ingredienti biologici (6,6% delle vendite 2012), "DOLCEDI", zucchero estratto da succo di miele "bio", "FRUTTOSA", miscela di frutta biologica (intera, a pezzetti, in purea pronta all'uso). Nel 2012 ha anche introdotto una marmellata da spremere in confezione da 18 grammi, con l'obiettivo di ampliare le occasioni d'uso del prodotto.

La società opera con buona parte della GDO nazionale, settore di mercato che nel 2012 ha rappresentato il 90,2% del giro d'affari.

In ambito nazionale, l'impresa si avvale di 21 agenti plurimandatari di zona per il canale GDO e di 4 store account. Si rivolge a 11 centrali d'acquisto, 62 insegne e 289 punti vendita.

La struttura commerciale estera è composta dalle controllate RIGONI DI ASIAGO USA LLC e RIGONI DI ASIAGO FRANCE Sarl, nonché da distributori e/o importatori per gli altri paesi (Canada, Brasile, Perù, GB, Scandinavia, Paesi Bassi, Polonia, Svizzera, Germania, Danimarca, Ucraina, Russia, Turchia, Grecia, Bulgaria, Cina, Giappone, Australia, Olanda).

RIGONI DI ASIAGO promuove concorsi e partecipa a manifestazioni locali e regionali per pubblicizzare i propri prodotti; oltre a prendere parte a fiere internazionali, quali "CIBUS" (Salone Internazionale dell'Alimentazione di Parma), l' "ANUGA" di Colonia (dal 5 al 9 ottobre 2013, il principale evento al mondo nel settore "Food & Beverage"), "WINTER FANCY FOOD" e "SUMMER FANCY FOOD" negli USA, l' "EXPO WEST" in California.

In Italia, il posizionamento chiaro e distintivo del prodotto, l'elevato livello di qualità percepita, i costanti investimenti in "Brand Awareness", il significativo grado di fidelizzazione della clientela e del consumatore finale, garantiscono alla società un vantaggio strategico rilevante rispetto alla concorrenza. RIGONI DI ASIAGO inoltre gode di ottima reputazione anche all'estero, con un'offerta commerciale innovativa per molti mercati (in termini di unicità del prodotto) ed una formula della "NOCCIOLATA" potenzialmente vincente.

## Dimensioni

RIGONI DI ASIAGO Srl ha chiuso l'esercizio 2012 con ricavi pari a 56,5 milioni di Euro circa, con una crescita del 6,6% circa rispetto al 2011. Il valore al 2011, ai fini di un migliore raffronto, essendo la RIGONI DI ASIAGO Srl divenuta operativa solamente a novembre 2011, è frutto della somma dei dati di MONTE MIELA Srl (periodo gennaio/dicembre 2011) e della stessa RIGONI DI ASIAGO Srl (novembre/dicembre 2011).

Prodotto di punta è il "FIORDIFRUTTA", le cui vendite hanno influito sui ricavi 2012 per il 75,7%. Sempre nel 2012 i ricavi relativi al mercato nazionale ammontano al 91,3% circa; all'estero i paesi di punta risultano essere la Germania e la Francia (complessivamente i Paesi dell'area UE rappresentano il 7,2% dei ricavi). Il mercato USA influisce per lo 0,9% dei ricavi, mentre ancora più marginale è la quota relativa ad "altri" Paesi. In merito al 2013, la percentuale di ricavi relativi ad esportazioni dovrebbe crescere al 10% circa.

Attualmente RIGONI DI ASIAGO dispone di un organico composto da una sessantina di dipendenti, suddivisi tra 5 dirigenti, 3 quadri, 18 impiegati, 32 operai (27 dislocati presso lo stabilimento produttivo di Foza ed i restanti 5 presso il centro logistico di Albaredo d'Adige) e 2 commessi presso il negozio di Asiago. L'apertura del nuovo stabilimento di Albaredo comporterà, per il triennio 2014/2016, un piano di assunzione di 24 nuovi addetti.

Azienda tipicamente “produttiva”, RIGONI DI ASIAGO appare caratterizzata da una struttura piuttosto rigida: le immobilizzazioni, pari a complessivi 30,7 milioni di Euro (il valore del bilancio riclassificato, superiore al valore di bilancio civilistico, prevede il confluire all’interno delle immobilizzazioni finanziarie, anche di una parte dei crediti oltre l’esercizio inseriti invece “civilisticamente” all’interno delle attività correnti), rappresentano il 40,8% circa degli impieghi totali. Più nel dettaglio le immobilizzazioni materiali sono valutate per 10,6 milioni di Euro, mentre le immobilizzazioni finanziarie ammontano 18,2 milioni di Euro; minore l’importo delle immobilizzazioni immateriali (1,8 milioni di Euro). Nel corso del 2012 RIGONI DI ASIAGO ha posto in essere complessivamente investimenti durevoli per 5,6 milioni di Euro, essenzialmente imputabili all’ammodernamento ed ampliamento della struttura produttiva. Per quanto riguarda le immobilizzazioni immateriali si segnalano, sempre in merito al 2012 costi pluriennali per 800 mila Euro relativi a spese d’inserimento di prodotti presso nuovi punti vendita.

In prospettiva futura l’investimento rilevante previsto riguarda quello inerente la realizzazione del nuovo stabilimento di Albaredo, per complessivi 6 milioni di Euro (in buona parte coperto attraverso un finanziamento ISA in via di approvazione); buona parte dei macchinari che saranno dislocati in loco, finalizzati alla produzione della sola “NOCCIOLATA”, sono in parte già stati realizzati (a fronte dei quali sono segnalate in bilancio semestrale, al 30 giugno 2013, “immobilizzazioni in corso ed acconti per poco meno di 500 mila Euro). In merito allo stabilimento di Foza è in fase di ultimazione la realizzazione di un nuovo concentratore, con capacità produttiva di 1.000 litri, per un investimento complessivo di 500 mila Euro (è prevista l’attivazione ad inizio 2014).

Nel complesso emerge, a fine esercizio 2012, un margine di struttura primario negativo per 10 milioni di Euro; il Patrimonio Netto riesce infatti a coprire solamente il 67,2% delle immobilizzazioni. Grazie all’apporto dei finanziamenti a M/L termine, l’azienda riesce in ogni caso a garantire la piena copertura dell’attivo fisso (il margine di struttura di secondo livello è positivo per 2,2 milioni di Euro circa); ne scaturisce in definitiva un sufficiente equilibrio tra fonti ed impieghi.

## Organizzazione

Relativamente all'organizzazione interna, RIGONI DI ASIAGO ha adottato un modello di business articolato in cinque fasi.

La prima fase è relativa all'acquisizione della clientela, seguita dalla Direzione Commerciale che, tramite un Responsabile Italia ed uno Estero, dirige e coordina l'ufficio commerciale.

La seconda fase è quella di approvvigionamento e trasformazione, con ricerca costante della qualità di prodotto, di gestione e produttiva. RIGONI DI ASIAGO ha una propria filiera dedicata alla produzione agricola di frutta biologica, al fine di controllare interamente il processo produttivo, dalla coltivazione della materia prima sino al confezionamento del prodotto finito. In Bulgaria vengono lavorate annualmente circa 3.000 tonnellate di frutta fresca, che viene trasformata in semilavorato surgelato. In Italia invece RIGONI ha implementato e continua a sviluppare una filiera di frutta biologica, stipulando accordi pluriennali di collaborazione con agricoltori ed apicoltori di fiducia.

La terza fase riguarda lo stoccaggio della frutta surgelata e del miele nel centro logistico di Albaredo D'Adige, per poi essere trasferite nel centro produttivo di Foza (dotato di impianti di confezionamento ed etichettatura rinnovati nel biennio 2008/2009), dove viene trasformata in prodotto finito la totalità delle materie prime acquistate.

La quarta fase è quella di spedizione e consegna, che avviene attraverso terzisti.

L'ultimo step è quello relativo alla fatturazione/amministrazione, seguito dall'ufficio amministrativo ubicato presso il Centro Direzionale di Asiago.

Gli esponenti della famiglia RIGONI seguono in prima persona molteplici aspetti della gestione aziendale: il Presidente/AD Andrea RIGONI è anche Direttore Generale, Responsabile del Marketing Strategico e degli Acquisti; l'AD Antonio RIGONI è Responsabile Tecnico, R&S (inclusa la messa a punto delle ricette) e dei processi produttivi; il Consigliere Luigi RIGONI è Responsabile della produzione e della logistica; il Consigliere Mario RIGONI si occupa delle manutenzioni ed operations.



## Certificazione e brevetti

RIGONI DI ASIAGO dispone delle seguenti certificazioni:

Certificazione BRC rilasciata il 24/04/2013 da DET NORSKE VERITAS ITALIA Srl con scadenza 08/05/2014, necessaria per entrare nel mercato inglese della Grande Distribuzione.

Certificazione IFS rilasciata il 12/04/2013 da DET NORSKE VERITAS ITALIA Srl con scadenza 21/05/2014, molto apprezzata in Germania e nel Centro - Europa.

Certificazione di Qualità UNI EN ISO 9001:2008 dal 04/02/2011 da DET NORSKE VERITAS ITALIA Srl con scadenza 04/02/2014.

Certificazione PEFC CHAIN OF CUSTODY CERTIFICATE rilasciata da DNV CERTIFICATION AB (Sweden) il 19/08/2013 con scadenza il 19/08/2018. Questo certificato è valido per lo sviluppo, la lavorazione, il confezionamento e la distribuzione di mieli da agricoltura regolamentata provenienti dalla Foresta del Consiglio certificata PEFC (Licenza n. 18-22-01-02).

Certificazioni BIOAGRICERT (per i prodotti biologici, che vengono realizzati senza uso di sostanze chimiche in tutte le fasi del processo produttivo) e KOSHER.

RIG  
ONI  
DI  
ASI  
AGO

ha altresì avviato l'iter per ottenere la Certificazione Ambientale ISO 14000.

## Settore di appartenenza

Il mercato nazionale servito ha realizzato nel 2012 un valore complessivo di 826 milioni di Euro, in crescita di circa il 6,3% rispetto al 2011, in controtendenza rispetto alla generalizzata crisi dei consumi. Tale risultato è il frutto di un cambiamento nel carrello della spesa e negli abitudini alimentari degli italiani sempre più attenti all'aspetto salutistico (meno zucchero e più frutta/prodotti naturali) ed ai prodotti biologici.

In dettaglio, il comparto delle creme spalmabili è quello che evidenzia maggiore propensione di crescita (+10,5% nel 2012). RIGONI DI ASIAGO nel 2013 ha registrato un incremento del 54,5% in termini di volume di "NOCCIOLATA" venduta. Anche il mercato delle confetture, tendenzialmente maturo, nel 2012 ha evidenziato una crescita del 5,9%; in tale settore è vitale l'innovazione di prodotto e l'attenzione per l'alta qualità.

Il mercato del miele è molto maturo – il miele è considerato quasi una commodity dal consumatore – con volumi di vendita sostanzialmente invariati.

L'azienda inoltre opera in un settore caratterizzato da una continua crescita del "Private Label", che tende ad erodere le quote di mercato ai marchi di proprietà; ha pertanto puntato sulla differenziazione del prodotto in termini qualitativi e di percezione del marchio da parte del consumatore.

La famiglia RIGONI ha scelto il biologico nel 1992, con la nascita di "FIORDIFRUTTA" e con l'obiettivo di offrire al consumatore un prodotto qualitativamente migliore e più buono. Nel 2012, la quota di mercato detenuta da RDA nel settore degli alimenti biologici è stata pari al 4,9% con una percentuale di esportazioni dell'1,8%. RIGONI DI ASIAGO ha utilizzato il biologico per valorizzare l'immagine di marca ed è l'unica azienda ad aver puntato sul mass market con un prodotto esclusivamente "bio".

Informazioni

## Profilo economico-finanziario

### Bilancio riclassificato

INFORMAZIONI ECONOMICO FINANZIARIE					
<i>Nota: vengono visualizzati solamente i bilanci il cui schema di riclassificazione è comparabile</i>					
<i>IMPORTI ESPRESSI IN MIGLIAIA DI EURO</i>					
Conto Economico riclassificato	31/12/2011	31/12/2012	2012 su valore della produzione		2012/2011 (%)
			azienda (%)	settore (%)	
<b>Ricavi</b>	<b>9.521</b>	<b>56.475</b>	<b>99,59</b>	<b>98,50</b>	<b>493,16</b>
+ Var. rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	0	0	0,00	1,26	n.c.
+ Incrementi imm. per lavori interni	0	0	0,00	0,04	n.c.
+ Contributi in conto esercizio	42	234	0,41	0,20	457,14
<b>= Valore della produzione</b>	<b>9.563</b>	<b>56.709</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>493,00</b>
- Acquisti	4.962	25.685	45,29	73,85	417,63
+ Variazione materie prime	144	1.030	1,82	0,35	615,28
- Spese per servizi e god. beni di terzi	3.229	24.327	42,90	15,29	653,39
<b>= Valore Aggiunto</b>	<b>1.516</b>	<b>7.727</b>	<b>13,63</b>	<b>11,21</b>	<b>409,70</b>
- Costo del personale	473	2.976	5,25	7,43	529,18
<b>= Margine operativo lordo (EBITDA)</b>	<b>1.043</b>	<b>4.751</b>	<b>8,38</b>	<b>3,79</b>	<b>355,51</b>
- Amm. immobilizzazioni materiali	188	1.180	2,08	1,77	527,66
- Accantonamenti operativi	20	100	0,18	0,21	400,00
- Amm. immobilizzazioni immateriali	226	1.104	1,95	0,32	388,50
+ Saldo ricavi/oneri diversi	-28	6	0,01	0,21	n.c.
<b>= Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>581</b>	<b>2.373</b>	<b>4,18</b>	<b>1,70</b>	<b>308,43</b>
<b>Saldo proventi/oneri finanziari</b>	<b>-167</b>	<b>-658</b>	<b>-1,16</b>	<b>0,64</b>	<b>n.c.</b>
+ Proventi finanziari netti	104	817	1,44	0,30	685,58
- Oneri finanziari	271	1.475	2,60	0,94	444,28
<b>= Utile corrente</b>	<b>414</b>	<b>1.715</b>	<b>3,02</b>	<b>1,06</b>	<b>314,25</b>
- Rettifiche attività finanziarie	-67	-315	-0,56	-0,09	n.c.
+ Risultato gestione straordinaria	-3	-25	-0,04	0,02	n.c.
<b>= Risultato prima delle imposte</b>	<b>344</b>	<b>1.375</b>	<b>2,42</b>	<b>0,99</b>	<b>299,71</b>
- Imposte sul reddito d'esercizio	161	692	1,22	0,68	329,81
<b>= Risultato d' esercizio</b>	<b>183</b>	<b>683</b>	<b>1,20</b>	<b>0,31</b>	<b>273,22</b>
+ Altre componenti	0	0	0,00	0,07	n.c.
<b>= Utile / perdita d'esercizio</b>	<b>183</b>	<b>683</b>	<b>1,20</b>	<b>0,38</b>	<b>273,22</b>
<b>Cash flow</b>	<b>713</b>	<b>3.382</b>	<b>5,96</b>	<b>23,27</b>	<b>374,33</b>

Stato patrimoniale riclassificato	31/12/2011	31/12/2012	2012 su totale attivo/passivo		2012/2011 (%)
			azienda (%)	settore (%)	
<b>Attivo</b>	<b>61.807</b>	<b>75.249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>21,75</b>
<b>Attivo immobilizzato</b>	<b>23.777</b>	<b>30.717</b>	<b>40,82</b>	<b>37,94</b>	<b>29,19</b>
Immobilizzazioni immateriali	1.041	1.824	2,42	2,13	75,22
Immobilizzazioni materiali	8.084	10.645	14,15	29,51	31,68
Immobilizzazioni finanziarie	14.652	18.248	24,25	6,31	24,54
<b>Attivo a breve termine</b>	<b>38.030</b>	<b>44.532</b>	<b>59,18</b>	<b>62,06</b>	<b>17,10</b>
Rimanenze	15.278	16.308	21,67	20,86	6,74
Crediti clienti	14.021	14.953	19,87	31,78	6,65
Altre attività a breve	6.082	8.725	11,59	5,55	43,46
Liquidità	2.649	4.546	6,04	3,87	71,61
<b>Passivo</b>	<b>61.807</b>	<b>75.249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>21,75</b>
<b>Patrimonio Netto</b>	<b>9.974</b>	<b>20.657</b>	<b>27,45</b>	<b>26,72</b>	<b>107,11</b>
Capitale Sociale	8.500	13.190	17,53	7,75	55,18
Altre riserve	1.291	6.784	9,02	18,66	425,48
Utile / perdita es. a riserva	183	683	0,91	0,31	273,22
<b>Fondi e debiti consolidati</b>	<b>11.437</b>	<b>12.223</b>	<b>16,24</b>	<b>18,08</b>	<b>6,87</b>
Debiti verso banche mlt	9.328	10.205	13,56	12,25	9,40
Fondi e alti debiti mlt	2.109	2.018	2,68	5,83	-4,31
<b>Passivo a breve termine</b>	<b>40.396</b>	<b>42.369</b>	<b>56,31</b>	<b>55,20</b>	<b>4,88</b>
Debiti verso banche bt	19.839	20.794	27,63	20,23	4,81
Debiti verso fornitori	17.512	19.599	26,05	26,67	11,92
Altre passività	3.045	1.976	2,63	8,31	-35,11

Indicatori economico - finanziari	31/12/2011	31/12/2012	Settore 2012
<b>Indicatori di sviluppo</b>			
Variazione % ricavi	n.c.	-1,10	8,81
Variazione % valore della produzione	n.c.	n.c.	9,82
Variazione % valore aggiunto	n.c.	-15,10	-2,26
Variazione % attivo	n.c.	21,80	9,08
Variazione % patrimonio netto	n.c.	107,10	2,15
<b>Indicatori di redditività</b>			
R.O.S. (%)	7,19	5,65	2,03
R.O.I. (%)	6,60	4,60	2,82
R.O.E. (%)	11,00	4,50	1,63
Cash flow / attivo %	6,90	4,90	3,98
Turnover (ricavi/attivo)	n.c.	0,82	1,45
Oneri finanziari / ricavi %	2,85	2,61	0,96
<b>Indicatori di produttività</b>			
Ricavi pro capite (€ / 000)	1.165,80	1.086,10	498,89
Valore aggiunto pro capite (€ / 000)	185,60	148,60	56,79
Costo del lavoro pro capite (€ / 000)	57,90	57,20	37,61
<b>Gestione del circolante</b>			
Current ratio %	94,10	105,10	112,42
Acid test %	56,30	66,60	74,92
Giorni media di scorta	96,30	100,70	50,57
Giorni di credito clienti	142,70	131,90	79,83
Giorni di credito fornitori	128,30	133,60	71,77
Capitale circolante netto (€ / 000)	-2.366,00	2.163,00	n.c.
<b>Struttura finanziaria</b>			
Margine di tesoreria (€ / 000)	-17.644,00	-14.145,00	n.c.
Margine di struttura (€ / 000)	-13.803,00	-10.060,00	n.c.
Indice di indebitamento	5,08	2,57	2,61
Patrimonio netto tangibile / debiti finanziari totali %	32,00	64,70	70,19
Debiti a breve su valore della produzione	4,22	0,75	0,39

Saldi finanziari	31/12/2011	31/12/2012
Autofinanziamento netto	0	3.647
- Variazione circolante operativo	0	-4.642
= SALDO NETTO DELLA GESTIONE (A)	0	8.289
- Investimenti netti materiali e immateriali	0	-6.221
- Investimenti netti in immobilizzazioni finanziarie	0	-10.938
= FLUSSI NETTI DA ATTIVITA' DI INVESTIMENTO (B)	0	17.159
SALDO FINANZIARIO NETTO (C = A - B)	0	-8.870
+ Aumenti netti di capitale	0	10.000
+ Variazione debiti finanziari mlt	0	537
+ Variazione debiti finanziari bt	0	230
= FLUSSI NETTI DA ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO (D)	0	10.767
VARIAZIONE LIQUIDITA' (C+D)	0	1.897

## Bilancio Prospettico (in milioni di euro)

✓ Sintesi dei dati economici al 30/06/2012 ed al 30/06/2013

CONTO ECONOMICO	30/06/2012	30/06/2013
<b>RICAVI</b>	<b>28.352</b>	<b>32.923</b>
+ Variazione rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	-100	332
+ Incrementi immobilizzazioni per lavori interni	0	0
+ Contributi in conto esercizio	126	122
<b>= VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>28.378</b>	<b>33.377</b>
- Acquisti	12574	14.436
- Variazione materie prime	-389	671
- Spese per servizi e godimento di beni di terzi	12.566	14.060
<b>=VALORE AGGIUNTO</b>	<b>3.627</b>	<b>4.210</b>
- Costo del personale	1.442	1.864
<b>= MOL (EBITDA)</b>	<b>2.185</b>	<b>2.346</b>
- Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	492	500
- Ammortamenti immobilizzazioni materiali	572	621
- Accantonamenti	0	0
+ Saldo ricavi/oneri diversi di gestione	-98	-172
<b>= RISULTATO OPERATIVO</b>	<b>1.023</b>	<b>1.053</b>
Proventi Finanziari	366	530
Oneri Finanziari	706	869
<b>RISULTATO DELLA GESTIONE FINANZIARIA</b>	<b>-340</b>	<b>-339</b>
<b>UTILE CORRENTE = (RISULTATO OPERATIVO - RISULTATO GESTIONE FINANZIARIA)</b>	<b>683</b>	<b>714</b>
- Rettifiche attività finanziarie	50	50
+ Proventi straordinari	6	7
- Oneri straordinari	5	11
<b>= RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>634</b>	<b>660</b>
- Imposte d'esercizio	268	294
<b>= RISULTATO D' ESERCIZIO</b>	<b>366</b>	<b>366</b>
<b>CASH FLOW (risultato d'esercizio + acc. + amm. + rettifiche attività finanziarie)</b>	<b>1.480</b>	<b>1.537</b>

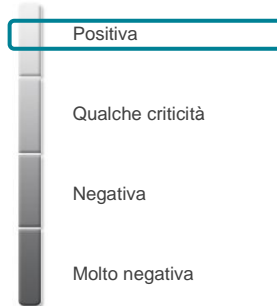
# Valutazioni

Valutazioni

## Grading

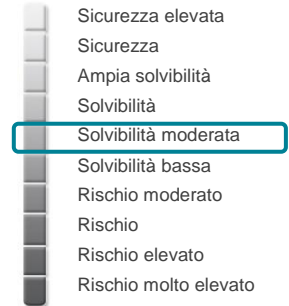
### Valutazione analista

Esprime sinteticamente il giudizio dell'analista Cerved Group sulla situazione complessiva dell'impresa.



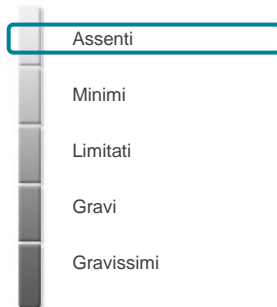
### Situazione Economico-Finanziaria

Valuta l'affidabilità connessa alla situazione economico-finanziaria di un'impresa desunta da bilancio, collocata nel suo sistema di riferimento attuale e prospettico.



### Eventi negativi

Valuta il peso degli eventi negativi riscontrati su impresa ed entità collegate.



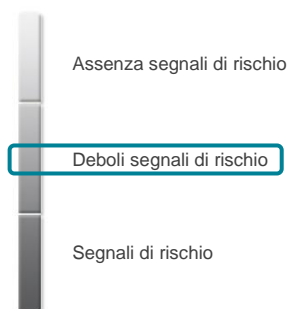
### Tempi di pagamento

Esprime la puntualità dei pagamenti dell'impresa nei confronti dei propri fornitori raccolti mediante il sistema Payline.



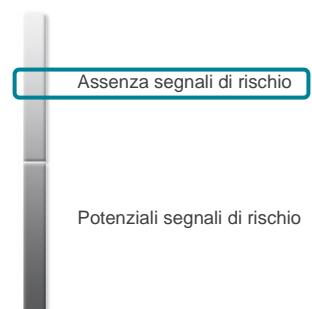
### Rischio connesso al numero di consultazioni

Valuta il grado di rischio in relazione alle richieste di informazioni pervenute a Cerved Group ponderandole in base alle peculiarità dell'impresa e del suo settore.



### Profilo strutturale

Valuta l'affidabilità connessa al profilo anagrafico, settoriale e dimensionale derivante dalle informazioni ufficiali reperite dal Registro Imprese.





Valutazioni

## Analisi Qualitativa e Rationales

### Settore: 3

L'azienda opera in un settore che non presenta seri elementi di rischio. I fondamentali del settore sono buoni: buone prospettive della domanda, fattori esterni favorevoli, concorrenza non particolarmente accesa, bassa ciclicità.

#### PROSPETTIVE DELLA DOMANDA DEL SETTORE



RIGONI DI ASIAGO opera in un mercato caratterizzato da una crescente attenzione per l'aspetto salutistico con interessanti tassi di crescita soprattutto nel comparto delle creme spalmabili.

3: Buone prospettive di crescita

#### GRADO DI DIFFERENZIAMENTO DEI PRODOTTI



L'azienda è in grado di presentare al mercato un prodotto buono, ma soprattutto "diverso" rispetto alla concorrenza in termini di contenuti salutistici e qualità. E' quindi in grado di applicare un prezzo più elevato rispetto ai principali competitor: è in particolare price leader sia per quanto riguarda le confetture che per quanto concerne le creme spalmabili.

2: Elevato. Il prezzo non è la variabile più importante

#### CICLICITA' DELLA DOMANDA



La domanda si mantiene stabile lungo tutto il corso dell'anno.

2: Settore stabile

#### CICLO DI VITA DEL PRODOTTO



Il comparto del miele è molto maturo (il miele è ormai considerato quasi una commodity dal consumatore). Il settore delle confetture e, soprattutto, quello delle creme spalmabili evidenziano invece interessanti prospettive di crescita, anche in ambito internazionale.

3: Settore in fase di maturità o rivitalizzazione con buone prospettive di crescita

#### VULNERABILITA' DEL SETTORE



Dall'analisi del settore in cui opera l'impresa emerge un quadro caratterizzato da elementi tutto sommato positivi; tuttavia, in prospettiva, il mercato stesso potrebbe risentire dell'aumento della pressione competitiva nelle categorie merceologiche trattate, dell'impoverimento del carrello della spesa da parte del consumatore e di un rischio di trading down.

2: L'insieme delle variabili rilevanti (gusti dei consumatori, fattori climatici, tecnologia etc.) è positivo

#### INTENSITA' DELLA CONCORRENZA NEL SETTORE



Emerge un livello di concorrenza in tendenziale crescita. L'azienda in particolare RIGONI DI ASIAGO opera in un settore caratterizzato da una continua crescita del "Private Label", che tende ad erodere le quote di mercato ai marchi di proprietà.

4: Normale livello di concorrenza

**AMBITO DELLA COMPETIZIONE**

1: Internazionale

In ambito nazionale, RIGONI DI ASIAGO emerge come primario attore di mercato (è leader in particolare nel comparto delle marmellate) sia per quanto riguarda le confetture, che per quanto concerne il miele e le creme spalmabili (il settore delle creme spalmabili appare in ogni caso molto concentrato con il player FERRERO che detiene oltre il 90% delle quote di mercato). All'estero vi sono interessanti opportunità commerciali da cogliere, ma i mercati sono ben presidiati da player locali e non nei segmenti di operatività (frequentemente con offerte commerciali di primo prezzo).

**CAPACITA' NEGOZIALE**

4: Le aziende del settore hanno generalmente normale potere negoziale nei confronti dei fornitori e/o dei clienti

Il settore evidenzia quale principale cliente la Grande Distribuzione, in genere realtà di elevate dimensioni; ciò comporta talvolta difficoltà nell'imporre le proprie condizioni contrattuali. RIGONI DI ASIAGO appare tuttavia in grado di trattare con la propria clientela condizioni tendenzialmente più favorevoli rispetto alla concorrenza.

**AMBIENTE COMPLESSIVO**

3: Favorevole. Esistono elementi esterni complessivamente positivi

Nel complesso l'ambiente in cui opera l'impresa è caratterizzato da elementi tendenzialmente positivi. Il mercato degli alimenti "bio" risente meno di altri della crisi economica in atto, evidenziando anzi buone prospettive di crescita.

**Posizionamento: 2**

L'azienda vanta un posizionamento sul mercato molto buono, accompagnato da rilevanti elementi di forza.

**POSIZIONAMENTO COMPETITIVO**

2: Azienda con un buon posizionamento sul mercato

Nel comparto delle confetture, RIGONI è leader in termini di prezzo e primo produttore di marca a valore. Per quanto concerne il mercato delle creme spalmabili, è leader in termini di prezzo e terzo produttore di marca a valore ed a volume. Infine, nel mercato del miele l'azienda è secondo produttore di marca sia a volume che a valore.

**VANTAGGIO COMPETITIVO**

2: Vantaggi competitivi elevati e difendibili

Al fine di eccellere all'interno dei comparti nei quali opera da tempo, RIGONI DI ASIAGO ha puntato sulla differenziazione del prodotto in termini qualitativi e di percezione del marchio da parte del consumatore, acquisendo nel tempo un indubbio vantaggio competitivo difficilmente raggiungibile dalla concorrenza nel breve-medio termine.

**QUALITA' DEI FATTORI PRODUTTIVI**

1: L'azienda ha una certificazione di qualità

L'azienda dispone della certificazione BRC (necessaria per entrare nel mercato inglese della Grande Distribuzione), della certificazione IFS (molto apprezzata in Germania e nel Centro Europa), della certificazione di Qualità UNI EN ISO 9001:2008, della certificazione PEFC CHAIN OF CUSTODY CERTIFICATE (valido per lo sviluppo, la lavorazione, il confezionamento e la distribuzione di mieli da agricoltura regolamentata provenienti dalla Foresta del Cansiglio certificata PEFC). Dispone inoltre di certificazioni BIOAGRICERT (per i prodotti biologici, che vengono realizzati senza uso di sostanze chimiche in tutte le fasi del processo produttivo) e KOSHER. RIGONI ha altresì avviato l'iter per ottenere la Certificazione Ambientale ISO 14000.

**DIVERSIFICAZIONE PRODUTTIVA**

1: Eccellente strategia di diversificazione

L'impresa ha adottato nel passato e continua tuttora ad adottare significative strategie di diversificazione rispetto ai propri concorrenti che le permettono in prospettiva di incrementare le proprie quote di mercato: si consideri la capacità di creare confetture senza l'utilizzo di zucchero o la capacità di lavorare il miele a basse temperature.

**DIMENSIONE AZIENDALE**

3: Impresa di medie dimensioni

Sino ad ora l'impresa è stata dotata di una struttura produttiva che le ha consentito di sviluppare un'offerta di prodotti in linea con le aspettative di mercato. Un ulteriore sviluppo della domanda di mercato rende tuttavia necessario quanto prima un adeguamento della capacità produttiva: in tale ottica la realizzazione di un nuovo stabilimento in Albaredo d'Adige.

**Proprietà: 3**

Non si segnalano problemi derivanti dalla base societaria.

**BASE AZIONARIA**

3: Base azionaria ristretta o familiare e coesa

Trattasi essenzialmente di azienda familiare; gli esponenti della famiglia RIGONI detengono, infatti, sebbene non direttamente, il 64,44% delle quote societarie. L'ingresso nel corso del 2012 del FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO SGR S.p.A. il quale ha apportato complessivamente 10 milioni di Euro, ha garantito in ogni caso alla società un migliore livello di patrimonializzazione e fondi indispensabili per supportare il processo di sviluppo in atto.

**Storia: 2**

L'azienda vanta una lunga e brillante esperienza

**STORIA PASSATA DELL'IMPRESA**

2: L'azienda vanta una lunga e brillante esperienza nel settore

RIGONI opera nel settore di riferimento sin dalla fine degli anni '70. Il management vanta quindi una consolidata esperienza, nonché comprovate capacità gestionali.

**Analisi Eco-Fin: 4**

Società caratterizzata da strutture patrimoniali complessivamente solide e condizioni finanziarie equilibrate; nel complesso presenta buona capacità reddituale e di onorare gli impegni assunti, con tuttavia una certa sensibilità ai cambiamenti macroeconomici

**MERCATI FINANZIARI**

4: Soddisfacente capacità di accesso ai mercati finanziari

La società dispone di un ampio appoggio dal sistema bancario. Non sono emerse ad oggi difficoltà di accesso al credito. In ottica futura, il processo di sviluppo sarà supportato inoltre anche dalla preventivata emissione di mini-bond, operazione che garantirebbe a RIGONI DI ASIAGO nuova liquidità per un ammontare oscillante tra i 5 ed i 7 milioni di Euro.

**VALUTAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA**

4: Solvibilità

La società in esame evidenzia un profilo affaristico - reddituale discreto. L'assetto finanziario appare leggermente impegnato, con un'ampia esposizione verso il settore bancario. Non emergono in ogni caso tensioni tali da inficiare la capacità di tenere fede agli impegni assunti, sia nel breve che nel M/L termine.

**Qualità bilanci: 2**

L'azienda ha un bilancio certificato. Non si segnalano rilievi. L'informazione è ampia e completa, i criteri di redazione del bilancio prudenziali

**REVISORI**

**2: Nessuna eccezione significativa dei revisori**

La società si avvale sia di un organo di controllo interno, ovvero di un Collegio Sindacale guidato attualmente dal Presidente Michele Pietro VILLA, che dell'operato di una società di revisione esterna, ovvero MAZARS S.p.A. In merito al bilancio 2012 è stata fornita valutazione positiva sia dal Collegio Sindacale che dalla suddetta società di revisione, con nessuna segnalazione significativa da apportare in termini di corretta tenuta della contabilità sociale, di corretta rilevazione nelle scritture contabili dei fatti di gestione e di corrispondenza del bilancio d'esercizio alle risultanze delle scritture contabili e di conformità dello stesso alle norme che lo disciplinano.

**CRITERI DI VALUTAZIONE DI BILANCIO**

**3: La società utilizza criteri di valutazione prudenziali**

La società utilizza criteri di redazione di bilancio ispirati ai principi di chiarezza, veridicità e correttezza.

**COMUNICAZIONE**

**2: Ottimo livello di informazione: ampia, trasparente, tempestiva e credibile**

L'impresa è caratterizzata da un congruo livello di trasparenza nella redazione del bilancio, il quale ottempera anche il principio di comparabilità.

*Il rating Cerved Group è un'opinione sul merito di credito che esprime in sintesi la capacità di rimborso o la probabilità di insolvenza del soggetto valutato.*

*Cerved Group emette rating solicited, vale a dire valutazioni dell'affidabilità creditizia che sono state richieste direttamente dal soggetto oggetto d'analisi. Il rating rilasciato è soggetto a monitoraggio continuo fino alla data di scadenza indicata. Entro tale data Cerved Group garantisce l'aggiornamento delle informazioni ufficiali e proprietarie relative all'azienda oggetto di valutazione e, ove ne ricorrano le condizioni, l'immediata comunicazione al cliente della eventuale revisione del rating assegnato.*

*Il rating Cerved Group non costituisce un consiglio d'investimento né una forma di consulenza finanziaria; non equivale a raccomandazioni per la compravendita di titoli o per la detenzione di particolari investimenti, né fornisce indicazioni riguardo all'opportunità per un particolare investitore di effettuare un determinato investimento.*