

con tutta la gradualità necessaria.

«La Banca d'Italia condivide pienamente questa

concretizzarsi. Le stime sono condivise

Luigi Federico Signorini

riduzione troppo marcata rispetto ai requisiti standard. Sull'introduzione dell'output floor, comunque, la discussione è ancora in

regole sul capitale, ma occorre attendere per vedere quali risultati si raggiungeranno.

© Riproduzione riservata

Obiettivo: risparmi verso 230 mln €

Rolls-Royce va avanti sui tagli



Il programma di taglio dei costi di Rolls-Royce è sulla buona strada: lo ha reso noto il costruttore britannico, ribadendo l'obiettivo di raggiungere la parte alta dell'intervallo delle stime sul fronte dei risparmi, nonostante le previsioni su una continua debolezza del core business della produzione di motori. La società, che ha più volte mancato i target sugli utili quest'anno, è nel pieno di un'iniziativa di ristrutturazione basata sul taglio della forza lavoro, su un ampio rimpasto manageriale e sulla razionalizzazione

delle attività. L'obiettivo è ottenere risparmi tra 150 e 200 milioni di sterline (175-233 mln euro) a partire dal 2017. La cifra si attesterà nella parte alta della forchetta. Allo stesso tempo Rolls-Royce, produttrice dei motori per gli aerei Boeing e Airbus, ha lanciato un avvertimento sulla continua volatilità del mercato e, in particolare, sulla persistente debolezza delle domanda di propulsori per velivoli e navi. Sono state quindi confermate le linee guida relative a un calo di ricavi e utili per il 2016.

© Riproduzione riservata

TARGET 2018 Hugo Boss tornerà a crescere

Hugo Boss prevede una stabilizzazione delle performance operative l'anno prossimo e un ritorno alla crescita nel 2018. Il nuovo piano industriale contiene una focalizzazione del portafoglio delle attività sui due brand Boss e Hugo, con il rafforzamento nella parte alta del segmento premium per aumentare immagine e reputazione. Hugo Boss punta inoltre ad armonizzare i prezzi a livello globale, ad accrescere le relazioni fra le strutture di vendita all'ingrosso, online e al dettaglio e a rallentare le strategie di espansione dei negozi in gestione diretta.

Il gruppo tedesco ha già varato una serie di iniziative in risposta a un contesto operativo difficile, fra cui il taglio dei costi da 65 milioni di euro per il 2016, la chiusura di negozi non redditizi, l'adattamento della struttura distributiva negli Usa e una riduzione dei prezzi in Cina.

In occasione della pubblicazione dei conti trimestrali, Hugo Boss aveva confermato le linee guida per il 2016, che prevedono una crescita o un calo delle vendite del 3% e una flessione dell'ebitda tra il 17 e il 23%.

© Riproduzione riservata

A 412 MILIONI

Bouygues L'utile batte le attese

Bouygues ha messo a segno nei primi nove mesi dell'anno profitti superiori alle attese, grazie al business delle telecomunicazioni che fino a poco tempo era destinato a essere ceduto. L'utile netto del conglomerato francese è salito a 412 milioni di euro dai 320 mln dello stesso periodo del 2015, superando i 227 mln attesi dal consenso degli analisti.

L'utile operativo ricorrente è migliorato del 20% a 714 milioni, mentre i ricavi sono calati del 3% a 23,11 miliardi.

Nel terzo trimestre l'utile netto è diminuito dell'1% a 373 milioni di euro. Anche il fatturato è risultato in calo del 3% a 8,4 miliardi.

A fine settembre l'indebitamento finanziario netto era pari a 3,89 miliardi di euro dai 4,88 mld di 12 mesi prima.

La società ha confermato le linee guida annuali, sottolineando che «le buone performance dei primi nove mesi dell'anno rafforzano le prospettive di un miglioramento della redditività nel 2016».

© Riproduzione riservata

ENTRO IL 2020

Clabo punta a ricavi oltre 52 mln

Clabo prevede, entro il 2020, di realizzare ricavi superiori a 52 milioni di euro, con una crescita annua composta del 6,8%, un ebitda superiore a 8 mln e un margine del 16%. L'ebit è atteso a 4,2 mln e l'indebitamento finanziario netto a 11 milioni.

La società ha pianificato di investire 16 milioni, di cui 4,3 destinati all'internazionalizzazione, che insieme all'innovazione e all'efficienza dei processi produttivi, rappresenta una delle direttrici strategiche del piano industriale.

Per quanto riguarda le linee di business, Clabo punterà ancora sul segmento gelato e pasticceria, a maggior valore aggiunto, che rappresenta oltre il 65% della produzione. I maggiori sforzi di espansione saranno concentrati in Cina e in Asia, mentre la crescita sarà più graduale negli Stati Uniti, in America Latina e in Medio Oriente.

Quotata sull'Aim Italia, la società è leader mondiale nel settore delle vetrine espositive professionali per gelaterie, pasticcerie, bar, hotel e caffetterie.

© Riproduzione riservata