

**Il 2007 è stato per Rcf Group un anno di svolta e di significativa creazione di valore. L'esercizio si è chiuso con un fatturato pari a quasi 58,5 milioni di euro, in crescita del 20,8% rispetto al 2006. Molto soddisfacenti sono stati anche gli incrementi del risultato operativo, salito del 30,8%, e dell'utile netto, cresciuto addirittura del 62,8%.**

Rcf Group è leader italiano nella progettazione, produzione e commercializzazione di prodotti per l'audio professionale e di prodotti e sistemi per la sonorizzazione pubblica. Fondata nel '49 a Reggio Emilia, la società guidata dall'amministratore delegato ARTURO Vicari, è uno dei marchi più noti nel mercato dell'audio professionale di qualità con un'ampia gamma di prodotti quali altoparlanti, casse acustiche professionali per musicisti, casse acustiche per concerti e grandi eventi. Nel campo della sonorizzazione a uso pubblico, Rcf Group fornisce un'ampia gamma di prodotti e di sistemi per ogni tipo di necessità di annunci vocali con particolare attenzione agli impianti audio utilizzati per annunci in caso di emergenza ed evacuazione. Con 274 dipendenti in tre stabilimenti (localizzati a Reggio Emilia, Bologna e Ascoli Piceno), Rcf Group vende in circa cento Paesi. Dal 27 luglio del 2007 è quotata sul mercato Expandi.

Nel dettaglio, il fatturato è aumentato del 20,8% da 48,385 milioni del 2006 a 58,461 del 2007. L'Ebitda è cresciuto del 30,8% da 7,770 a 10,164 milioni, vale a dire dal 16,1% al 17,4% in termini percentuali, ossia in rapporto ai ricavi. L'Ebit è salito del 30,6% da 6,305 a 8,232 milioni, cioè

dal 13% al 14,1%. L'utile ante imposta è risultato incrementato del 47,6% da 4,990 a 7,364 milioni, passando in termini relativi dal 10,3% al 12,6%. L'utile netto è aumentato del 62,8% da 2,579 a 4,197 milioni, che significa dal 5,3% al 7,2%, ed è stato destinato interamente alla crescita del gruppo, in linea con la politica di investimenti espressa nella fase di Ipo. Per quanto riguarda lo stato patrimoniale l'attivo non corrente è salito da 27,339 a 30,795 milioni; il capitale circolante netto da 14,992 a 18,213 milioni; il capitale investito netto da 38,049 a 44,536 milioni; il patrimonio netto da 19,804 a 45,443 milioni. La Posizione Finanziaria Netta del gruppo al 31 dicembre 2007 è risultata positiva per 0,9 milioni di Euro (negativa per 19,4 milioni di Euro al 30 giugno 2007) a seguito della quotazione, avvenuta in data 27 luglio 2007, per effetto della quale il gruppo ha ottenuto liquidità per 21,6 milioni di Euro al netto degli oneri diretti di quotazione.

La crescita del fatturato e il miglioramento della marginalità sono il risultato dell'elevato know how del gruppo e delle sinergie consolidate nel corso degli anni con clienti, agenti, distributori e fornitori. Da un lato sono state potenziate tutte le funzioni della struttura orga-

nizzativa, perseguendo obiettivi di efficienza e di razionalizzazione e riducendo i costi operativi. Dall'altro è stata accentuata la politica di ricerca e sviluppo che negli ultimi due anni ha permesso al gruppo di sfornare oltre 150 nuovi prodotti iniettando dosi di innovazione a livello massiccio nel settore e facendole valere nella sfida con i competitori soprattutto nel segmento della fascia alta di mercato, verso cui Rcf Group è riuscito a spostare il mix delle vendite. In particolare, l'incremento del fatturato è stato molto soddisfacente nel settore dell'audio professionale, grazie appunto all'introduzione di nuove linee di prodotti caratterizzati da un elevato contenuto tecnologico che hanno consentito alla società di rafforzarsi nel segmento di mercato di fascia alta (teatri, concerti). L'incremento delle vendite ha interessato sia il mercato italiano, con un miglioramento del

10,8%, sia quello internazionale, dove il successo riscontrato dai nuovi prodotti è stato ancora maggiore, segnando una crescita del 25,3%, che ha interessato sia i due principali mercati europei (tedesco e britannico) sia le aree extra-europee.

Quanto al futuro la società è intenzionata a perseguire un'attenta politica di espansione attraverso il rafforzamento dell'attuale rete distributiva e lo sviluppo di nuove partnership commerciali nonché l'ulteriore rinnovamento e ampliamento della gamma produttiva, grazie ad un continuo processo di innovazione. La crescita dovrebbe avvenire anche per linee esterne attraverso l'acquisizione di aziende sinergiche per know-how con le attività del gruppo e dalla forte presenza in mercati caratterizzati da elevate barriere all'ingresso.