

CONVEGNO A VENEZIA

Tinexta al tornante dei 10 anni si prepara a crescere all'estero

Il presidente Salza
«L'Europa diventata
la nostra dimensione
quotidiana»

Nicola Brillo

VENEZIA. «L'innovazione, nella nostra esperienza, ha sempre voluto dire anticipare l'evoluzione della produzione e dell'economia, rispondendo alle esigenze di qualità, fare in modo che tutti i collaboratori si sentano impegnati in un progetto condiviso con passione e creatività». Enrico Salza, presidente di Tinexta, ha aperto ieri i lavori per il decennale della società, gruppo integrato di servizi per le imprese, alla Fondazione Cini di Venezia. «Negli anni '50 innovazione era costruire case per gli operai - ha proseguito -. Oggi il mondo è cambiato non una, ma due o tre volte. Saremo sempre più aiutati dall'intelligenza artificiale, sfrutteremo i big data, useremo automobili a guida autonoma, saremo connessi in tutte le dimensioni. Ma il mio augurio resta, e resterà, "Mens sana in corpore sano", perché la crescita non sia solo nei numeri, pur importanti, ma anche nella qualità di vita di tutti».

Nata nel 2009 come Tecnoinvestimenti, dall'idea di riorganizzare le partecipazioni delle Camere di Commercio e di alcune società dal potenziale innovativo, Tinexta si rivolge alle Pmi, ma anche ad associazioni di categoria, enti pubblici e ordini professionali. Impiega 1.300 dipendenti, con sedi in Italia e all'estero. L'anno scorso ha portato a termine l'acquisizione di AC Camerfirma, autorità spagnola di certificazione di digita-

le, primo passo concreto verso l'obiettivo di creare un Trust Service Provider paneuropeo.

Quotata sul segmento Star della Borsa Italiana, Tinexta è una realtà in crescita: dai 147,3 milioni di ricavi nel 2016, è salita a 181 nel 2017 e ha sfiorato i 240 nel 2018. L'Ebitda (margine operativo lordo) passato dai 29 milioni nel 2016 ai 66 nel 2018. I target del gruppo per il 2019 puntano ai 250 milioni di ricavi ed Ebitda tra i 68 e 70 milioni di euro. «Siamo usciti da una fase caratterizzata da quella che è stata chiamata, non a torto, "campagna elettorale permanente" - prosegue Salza - ora dobbiamo e possiamo costruire nei fatti un nuovo modo di essere in Europa, sentire l'essere europei come un allargamento degli orizzonti, come una possibilità di risposta costruttiva alla dimensione della globalizzazione. L'Europa è la nostra dimensione quotidiana, così come l'euro è la nostra moneta quotidiana».

Il 2019 per Tinexta si prospetta «come un anno brillante, con risultati pienamente in linea con quanto avevamo comunicato al mercato, anzi probabilmente superiori». L'ad Pier Andrea Chevillard conferma così gli obiettivi del gruppo: «Avevamo parlato di ricavi oltre 250 milioni di euro, di Ebitda intorno ai 70 milioni, sono obiettivi che riteniamo di poter raggiungere con una crescita quasi completamente organica del 10% rispetto all'anno scorso». L'obiettivo dichiarato è di arrivare nell'arco di un triennio a produrre almeno il 20-25% di ricavi all'estero. —

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

