



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in Economia Aziendale

ANALISI DI UN'IMPRESA ALL'AVANGUARDIA: FAINPLAST

ANALYSIS OF A CUTTING-EDGE COMPANY: FAINPLAST

Relatore:
Prof. Cesari Mariano

Rapporto Finale di:
Marchei Maria Rita

Anno Accademico 2020/2021

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
CAPITOLO I: LA STORIA DI FAINPLAST 3	
1 Storia di Fainplast; come nasce e si sviluppa.....	7
1.1 Cos'è la spinta imprenditoriale	9
CAPITOLO II: SOCIALLY FAINPLAST	
1 Definizione del Sistema impresa e impresa sostenibile	12
1.1 Livello di sostenibilità Fainplast	14
1.2 Gestione delle risorse umane e vantaggio competitivo.....	17
1.3 Welfare aziendale	20
CAPITOLO III: ANALISI DEL BILANCIO POST-LOCKDOWN	
1 Come un'azienda di successo possa comunque crescere in un contesto di crisi eccezionale come il lockdown da covid.....	22
1.1 Analisi del bilancio 2020	24
CONCLUSIONI	27
BIBLIOGRAFIA	30
SITOGRAFIA.....	31

INTRODUZIONE

Il mio elaborato si incentra sull'analisi della gestione aziendale della Fainplast SRL. Azienda che opera nel settore della produzione delle materie plastiche in forme primarie (compounds a base di PVC e poliolefine), che mi ha accolto per l'attività di tirocinio prevista nel mio percorso universitario.

Durante il mio tirocinio ho avuto modo di analizzare il funzionamento di una realtà aziendale enorme come la Fainplast. Di solito il tirocinio curricolare viene svolto per accrescere le competenze pratiche dello studente che ha studiato prettamente materie teoriche. Ma nel mese e mezzo di stage non mi sono limitata a svolgere determinate mansioni, ma mi è piaciuto analizzare il funzionamento generale delle varie unità aziendali. In particolar modo ho osservato il loro modo di relazionarsi, di prendere decisioni e la capacità del sistema aziendale Fainplast di reagire ai cambiamenti.

La gestione aziendale Fainplast la possiamo definire come una gestione all'avanguardia. Ad oggi sono ancora poche le aziende, specialmente nel territorio ascolano, che si impegnano nel sociale e che danno importanza all'inclusione dei dipendenti nel processo decisionale aziendale. È una realtà trasparente dove si enfatizza il ruolo che gli effetti comportamentali hanno sugli obiettivi del sistema azienda.

Il personale Fainplast ha una propria voce, viene ascoltato e le loro idee per migliorare il luogo di lavoro o le strategie aziendali vengono accolte attraverso un sistema che Roberta Faraotti, figlia del titolare, ha chiamato “cassetta delle idee”. Ma tutto ciò non è abbastanza per Fainplast. I vertici aziendali hanno a cuore ciascun dipendente; infatti il clima che si respira all’interno dell’edificio di lavoro è un clima familiare, dove ognuno è a proprio agio con i colleghi e dove c’è un dialogo aperto con la direzione.

Come ho appreso in più materie del mio corso di studio, è questo che differenzia un’azienda di successo; infatti, fattore fondamentale per la crescita della produttività è la motivazione del suo personale. Le realtà imprenditoriali che non abbracciano il concetto di una corretta gestione delle risorse umane spesso subiscono intoppi e rallentamenti nello sviluppo di crescita. La gestione del personale infatti va considerata come una strategia aziendale che porta a dei risultati nel medio-lungo termine.

Ma Fainplast è impegnata non solo ad offrire benefici al proprio personale ma a creare valore anche per l’ambiente esterno in cui opera; infatti è impegnata in numerosi progetti per aiutare i giovani, sostenere le attività culturali, e lottare contro gli sprechi alimentari. Ultimo di suoi progetti, in termini cronologici e non di importanza, è il progetto S-loan nella quale ha stanziato 10 milioni per essere più sostenibile nei confronti dell’ambiente.

In questi ultimi anni si sta demonizzando l'uso della plastica e conseguentemente si sta inasprendo l'atteggiamento dei governi nei confronti di chi la produce. Non si tiene però conto che il problema di fondo non è la produzione di plastica ma il corretto smaltimento della stessa. I compounds polimerici hanno un ampio ventaglio di applicazioni in svariati settori. Come per i cavi elettrici, calzature innovative, materiale edile e dispositivi medicali. Bisogna perciò dare la giusta attenzione all'ambiente cercando di non danneggiarlo e controllando in modo scrupoloso l'utilizzo che si fa della materia plastica, ma senza andare oltre il limite dell'accanimento nei confronti di realtà economiche che portano beneficio alla società.

Lo scopo del mio elaborato è quello di analizzare ciò che rende Fainplast un'azienda all'avanguardia e di conseguenza una realtà economica di grande successo.

Nel primo capitolo andremo perciò a vedere il modo in cui il sogno Fainplast è iniziato, come l'idea del Cavalier del Lavoro Battista Faraotti è stata messa in pratica. La sua idea imprenditoriale ovviamente ha incontrato degli ostacoli e la sua attività ha alternato delle fasi di stabilità e di cambiamento come quest'ultimo pandemico. Ma ciò nonostante, ha saputo affrontare questi cambiamenti grazie ad un'organizzazione flessibile e in grado di adattarsi rapidamente ai mutati contesti.

Nel secondo capitolo entriamo nel vivo dell'organizzazione aziendale e mostreremo il modo in cui le decisioni strategiche vengono prese e messe in pratica grazie all'inclusione dei dipendenti.

Nel terzo ed ultimo capitolo analizzeremo nel concreto un momento di crisi per molte attività economiche; la pandemia da Covid-19. In questo periodo Fainplast non ha subito chiusure, grazie al fatto che producesse beni necessari al contenimento della diffusione della pandemia da covid con articoli che sono considerati presidi medico sanitari, ha saputo non solo rimanere in piedi in questo periodo difficile, ma addirittura ha migliorato il suo bilancio di fine esercizio, nonostante un periodo iniziale di crisi dovuto alle chiusure di diversi settori produttivi.

Mi ritengo molto fortunata ad aver attuato il mio programma di tirocinio in una realtà come Fainplast in un periodo particolare come quello pandemico. Spero con questo mio elaborato di far apprendere l'importanza di una gestione sostenibile e impegnata nel sociale che rafforza la capacità produttiva di una realtà industriale immersa nell' <ambiente> in cui è nata e si sviluppa sinergicamente.

CAPITOLO I: LA STORIA DI FAINPLAST

1 STORIA DI FAINPLAST. COME NASCE E SI SVILUPPA

Fainplast nasce nel 1993 grazie alla spinta imprenditoriale di Battista Faraotti.

Al venticinquesimo anniversario dell'azienda, svolto presso la Palazzina Azzurra di San Benedetto del Tronto nel 2018, Faraotti si è ritrovato con la sua famiglia, con i suoi collaboratori e amici ed ha fatto un breve excursus della storia Fainplast definendola "la sua storia".

Il neo nominato Cavaliere del lavoro, lasciò Ascoli Piceno per trasferirsi ad Assisi e cogliere nuove opportunità imprenditoriali. A quei tempi, avendo poco o nulla per poter costruire il suo sogno, non si avvìlì ma fu costante nella ricerca della realizzazione di quel sogno; con un dotazione iniziale di capitale proprio di 100 milioni di lire riuscì ad ottenere con l'aiuto del suo amico Enzo Sensi i macchinari necessari per iniziare la produzione e con il determinante contributo dell'amico commercialista Alfredo Sperandio dal sistema bancario una linea di affidamento di iniziali 800 milioni di lire di salvo buon fine per smobilizzo crediti commerciali.

Da subito Faraotti andò alla ricerca di dipendenti fedeli che rispettassero gli stessi valori aziendali di: trasparenza, rispetto, onestà e correttezza. Scelse 15 dipendenti che lo accompagnarono e supportarono in questa avventura. Faraotti riconosce che la fase iniziale è la più delicata, ma grazie all'aiuto e ai sacrifici dei suoi dipendenti

l'azienda si è sviluppata. Ad oggi gli stessi dipendenti lavorano ancora in azienda, ed è diventato un posto di lavoro anche per alcuni figli di questi dipendenti. L'imprenditore ha testualmente dichiarato in un'intervista: "ritengo il fattore umano decisivo e per 25 anni è stato così in azienda. Ho investito nelle persone e poi molto sui prodotti innovativi e il binomio ha dato i suoi frutti."

Nel 1996 il sogno continua, portare la produzione in Ascoli Piceno, la sua città natale: Ascoli Piceno. Nel giro di pochi anni raddoppia la superficie coperta e costruisce la nuova palazzina dedicata agli uffici. Continua è la ricerca e l'innovazione dei suoi prodotti. Faraotti è l'uomo dalle mille idee e grazie al continuo rinnovamento dei suoi prodotti ben presto arriva a raggiungere il fatturato record di 105 milioni di euro, nel 2015, 140 milioni di euro nell'esercizio chiuso al 31/12/2020.

1.1 COS'È LA SPINTA IMPRENDITORIALE.

La spinta imprenditoriale è uno degli elementi fondamentali del patrimonio genetico dell'impresa. Per patrimonio genetico intendiamo gli aspetti che distinguono l'impresa al momento della costituzione, tra questi appunto troviamo la spinta imprenditoriale e le risorse tangibili e intangibili disponibili.

La spinta imprenditoriale è il risultato di un insieme di elementi riguardanti il comportamento del soggetto che esercita la funzione imprenditoriale e gli obiettivi che si intendono perseguire attraverso l'impegno imprenditoriale. Essa può avere natura economica, cioè quella di migliorare le proprie condizioni economiche, o può essere mossa da ideali, cioè contribuire alla soluzione di un problema o semplicemente realizzare un'idea innovativa. Ovviamente la spinta imprenditoriale non è statica ma può mutare nel tempo per effetto dell'evoluzione degli obiettivi personali e delle prospettive del soggetto sia per il cambiamento di tale soggetto.

La spinta imprenditoriale di Faraotti, è molto forte, legata non solo ad aspetti prettamente economici fini a sé stessi, ma è soprattutto mossa da un ideale di base.

L'idea imprenditoriale che ha sviluppato si atteneva alla creazione di una realtà economica che creasse valore per la società nella quale è immersa, oltre che rispondere alle importanti esigenze del mercato.

Ad oggi possiamo dire che nonostante siano passati 29 anni la sua idea non è cambiata. La Fainplast continua ad essere un luogo di lavoro attento ai suoi dipendenti. Faraotti continua ad investire nei suoi collaboratori ed è attentissimo nella scelta degli stessi. Egli ci tiene a sottolineare che la sua azienda è cresciuta grazie ad anni di sacrifici, ma soprattutto grazie ai valori sui quali si basa, e ai quali i suoi dipendenti si ispirano. Si tratta di valori forti come l'onestà, trasparenza, correttezza e rispetto.

I suoi prodotti sono sempre all'avanguardia e pronti ai cambiamenti che il mercato impone. Ciò è frutto dell'amore per il suo lavoro e alla sua continua ricerca di materiali innovativi.

“È decisivo seguire il mercato, se facessi gli stessi prodotti del 2005 non starei qui e bene come ora. E oggi il cliente che si rivolge a noi trova soddisfazione all'80% del suo fabbisogno”.

La definizione classica di imprenditore la ritroviamo in molti testi universitari.

L'imprenditore viene definito come: “La persona che esercita professionalmente un'attività economica organizzata ai fini della produzione o scambio di beni e servizi”. Ma questa definizione è riduttiva, non tiene conto dell'impegno imprenditoriale e della sua relativa responsabilità. L'imprenditore è colui che rischia tutto per creare un'attività economica che crei valore per sé e per tutte le persone che fanno parte dell'ambiente interno ed esterno in cui opera. Esso deve superare tutti i problemi che si pongono sul proprio cammino per far crescere la

propria attività, e saper prevedere quelle che saranno le condizioni a lungo termine.

«I problemi non devono essere la scusante per non fare. Ciò non deve impedirci di lavorare. Ci si attrezza di conseguenza. Sia chiaro, è giusto denunciare le carenze esistenti, ma non devono essere un freno all'attività dell'azienda. Per dirla in un altro modo, non ci aspettiamo che qualcuno accorci per noi i tempi, caso mai siamo noi a dover partire in anticipo. Mio padre mi diceva sempre 'Se puoi fare una cosa, falla' e io sono sicuro che sia così. Io mi sono ispirato a questo principio».

Queste sono le parole dell'imprenditore ascolano Battista Faraotti, esse ci fanno capire che l'imprenditore è colui che non si ferma davanti agli ostacoli ma è tenace nell'ottenimento dei risultati.

L'impresa è il fulcro di tutte le persone che le ruotano intorno. Il vero imprenditore non pensa solo ai propri interessi ma deve pensare agli interessi di tutte quelle persone, perché sono quelle che gli permettono di fare impresa, di esistere.

CAPITOLO II: SOCIALLY FAIRPLAST

1. DEFINIZIONE DEL SISTEMA IMPRESA E IMPRESA SOSTENIBILE.

L'impresa è un sistema costituito da un insieme di risorse e di attori legati tra loro da relazioni orientate alla realizzazione di determinate attività.

Si definisce sistema poiché non è un complesso statico di capitali e lavoratori, ma è la combinazione di questi elementi in un organico funzionalmente unitario.

Gli attori interni ed esterni con il quale l'impresa stabilisce relazioni sono forze che si condizionano reciprocamente e che incidono sulla crescita dell'azienda.

L'impresa è un sistema cognitivo, complesso e gerarchico.

- Cognitivo perché svolgendo le proprie attività apprende e matura una conoscenza che è alla base del suo operare.
- Complesso perché è composto da numerose parti che si rapportano in maniera complicata.
- Gerarchico perché è diviso in sottosistemi dove ognuno di esso si relaziona con gli altri attraverso un rapporto di autorità.

Il sistema impresa inoltre detiene la proprietà autopoietica, cioè evolve a partire da sé stessa. In quanto tale è sia aperta, nel senso che scambia risorse

con l'ambiente di cui è parte, che chiusa, mantenendo stabile la sua organizzazione interna.

Ad oggi non basta che le imprese generino ricchezza ma è fondamentale il concetto della sostenibilità. Allora bisogna chiedersi: quando un'impresa è sostenibile?

L'impresa è definita sostenibile quando opera con lo scopo di raggiungere contemporaneamente e in modo equilibrato obiettivi economici, sociali e ambientali (ESG - Environmental, Social and Governance)

Per sostenibilità a livello economico intendiamo la capacità dell'impresa di produrre e mantenere all'interno del territorio il massimo valore aggiunto combinando efficacemente le risorse, al fine di valorizzare la specificità dei prodotti e dei servizi. In poche parole è la capacità di generare reddito e lavoro per il sostentamento delle popolazioni.

Per sostenibilità a livello sociale intendiamo l'insieme delle azioni mirate a raggiungere l'equità nella società. Ciò implica una serie di azioni che mirano alla realizzazione di un'ambiente di lavoro che abbatte le disuguaglianze e mira alla meritocrazia.

Per sostenibilità ambientale intendiamo un'attività economica che nella realizzazione dei propri processi non arrechi danno all'ambiente.

1.1 LIVELLO DI SOSTENIBILITÀ FAINPLAST

Dal punto di vista ambientale, Fainplast ha da sempre gestito la sua attività attenta a non arrecare danni. La sua è una produzione rischiosa, infatti ha adottato sistemi all'avanguardia che permettano di lavorare in totale sicurezza per evitare che ci siano sprechi o utilizzi pericolosi per l'ambiente e per i dipendenti.

La produzione di materie plastiche è sottoposta ad una severa legislazione per evitare appunto conseguenze nocive. L'impresa si è allineata a queste disposizioni e le segue meticolosamente.

Dal bilancio 2020 emerge: "Per quanto concerne le tematiche ambientali, la società ha pianificato la propria attività d'investimento ambientale in una prospettiva di eco-efficienza. Si evidenzia che nel corso dell'esercizio, come già in precedenza, non si sono verificati fatti (malfunzionamenti e /o rotture di impianti ecc.) tali da poter arrecare danni all'ambiente. Per quanto concerne il personale, la società ha intrapreso ormai da tempo tutte le iniziative necessarie alla tutela dei luoghi di lavoro, secondo quanto disposto dalla vigente legislazione in materia."

Per implementare il livello di sostenibilità ambientale, Fainplast sta attuando un progetto chiamato "S-loan" con il quale mira a raggiungere gli obiettivi del Pnrr,

si impegna costantemente ad innalzare i livelli di qualità, ridurre la dipendenza da fonti energetiche non rinnovabili e incrementare ulteriormente il proprio già diffuso sostegno alle attività sociali, culturali e sportive.

A livello di sostenibilità sociale la Fainplast, internamente all'azienda si è sempre attenuta ad un codice etico che scoraggia ogni tipo di disuguaglianza a livello comportamentale e organizzativo.

All'esterno è impegnata in progetti che mirano ad abbattere le disparità e a sostenere le persone svantaggiate, come la storia di Davide, ragazzo senza vista da 19 anni, che realizza il sogno di arrivare in bici fino a Pechino.

Un altro progetto che sta a cuore alla Fainplast è chiamato "Schiacciamo la difficoltà". Con questa iniziativa l'azienda offre l'opportunità alle famiglie di provvedere all'attività sportiva dei propri figli.

La Fainplast, espone il proprio impegno sociale anche attraverso altri progetti che mirano al miglioramento della società che la circonda con iniziative che avvicinano le persone alla cultura. Per esempio: "Dialoghi sul contemporaneo" che viene descritto come: "Un progetto che desidera innescare nella comunità locale, e non solo, sensibilità, stimoli e curiosità ai linguaggi dell'arte in generale e in particolare al contemporaneo, fondamentali per comprendere l'essenza stessa del processo creativo che oggi evolve a ritmi sempre più incalzanti e per questo, purtroppo, molto spesso incompresi."

Importante anche sottolineare l'iniziativa "Cosa Fain Mensa", è un progetto alimentare che nasce da un'idea del Dottor Mauro Mario Mariani, medico, specialista in angiologia e di Fainplast.

Consiste nel proporre a tutti i collaboratori uno stile di vita salutare a cominciare dalle abitudini da assumere nel luogo di lavoro.

Per questo Fainplast mette a disposizione:

- VASCHEFFE CON INSALATA arricchita di frutta secca
- VASCHEFFE DI FRUTTA FRESCA, locale e stagionale, contenute nei distributori aziendali da poter assumere nei momenti di pausa.

1.2 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE E VANTAGGIO COMPETITIVO

Da sempre gli studiosi di organizzazione aziendale vanno alla ricerca del legame tra risorse umane e vantaggio competitivo.

Il rapporto tra la gestione delle risorse umane e la crescita strategica dell'impresa si basa sul concetto tipico del capitale aziendale intangibile. Come il valore degli asset intangibili dipende dalla loro liquidità, anche qui il valore della gestione delle risorse umane è intesa come la capacità dei dipendenti di sostenere la strategia aziendale ed allinearsi agli obiettivi definiti in fase di pianificazione strategica, creando valore per i soggetti che si relazionano con l'impresa.

Le risorse umane devono perciò essere viste come un investimento fondamentale per la crescita e lo sviluppo della strategia d'impresa. La corretta gestione del personale genera nel lungo periodo un grande vantaggio competitivo.

Un ruolo fondamentale lo assumono le competenze distintive del capitale umano per la creazione del valore prospettico. È importante sottolineare che i produttori di queste competenze distintive non sono altro che le risorse umane dell'impresa. Da questa considerazione emerge la funzione essenziale che dovrebbero avere i

dipendenti all'interno delle scelte di valore da compiere nel processo di pianificazione.

Gli strumenti di gestione delle risorse umane a supporto dell'implementazione delle strategie sono:

- **La formazione:** ha un ruolo fondamentale nella generazione delle conoscenze e capacità dei dipendenti ed è per l'azienda una fonte di vantaggio competitivo.
- **Percorsi di carriera:** è la crescita nell'ambito professionale. Dal punto di vista dell'impresa è l'insieme delle mansioni e responsabilità che un dipendente ricopre nel tempo, collegate ad una variazione della retribuzione.
- **Sistema di compensation:** è un processo che individua un sistema volto ad aumentare la motivazione dei dipendenti attraverso delle ricompense. Sono decisioni strategiche e operative da adottare. Rientrano strumenti di retribuzione fissa e variabile, i benefits...

Fainplast nello specifico, adotta questi strumenti, che gli permettono di: mantenere attrattività e competitività nel mercato, accrescere la performance complessiva e il contributo individuale del dipendente, rinforzare i comportamenti

organizzativi coerenti con le strategie aziendali, motivare i dipendenti e soprattutto far entrare il dipendente nell'ottica che lui è importante per l'azienda.

Inoltre, l'impresa adotta un sistema che ha ideato e messo in pratica Roberta Faraotti. Questa iniziativa chiamata "la cassetta delle idee" si sostanzia nella possibilità, che il dipendente ha, di esprimere le proprie idee. Ciascuno di loro può scrivere cosa migliorerebbe dell'azienda e dei processi aziendali, ma si può anche scrivere in merito a delle nuove iniziative che porterebbero beneficio all'ambiente lavorativo. Si valutano tutte le proposte e al dipendente che ha avanzato la migliore, viene ricompensato con un benefit.

Questo è un altro strumento che fa percepire al dipendente di essere parte del processo decisionale. Lo fa sentire importante e integrato appieno nello sviluppo aziendale.

1.3 Welfare aziendale

Un altro strumento che utilizza Fainplast per far comprendere ai suoi dipendenti che loro sono importanti per l'azienda, è il sistema di welfare aziendale al quale ha aderito.

Per welfare aziendale si intende l'insieme di iniziative, beni e servizi messi a disposizione dall'impresa come sostegno al reddito per potenziare il potere di acquisto, la salute e il benessere del lavoratore. La definizione di welfare è infatti quella di "benessere" e anche di "sussidi" e "assistenza sociale".

I programmi di welfare possono strutturarsi 'on top' alla retribuzione, cioè con elargizione liberale da parte dell'azienda o anche attraverso accordi sindacali, attraverso agevolazioni fiscali entro limiti di spesa per l'impresa.

Oppure possono essere legati alla parte variabile della retribuzione ed in quel caso vanno regolati da accordi sindacali aziendali o di categoria.

Fino a qualche anno fa il welfare aziendale si sostanziava solo piccoli aumenti in busta paga. Mentre i benefit erano visti come una prerogativa delle multinazionali. Ora si sta diffondendo anche nelle piccole e medie imprese a seconda che basino la loro strategia della gestione del personale nell'ottica di un rapporto di maggiore reciprocità per migliorare la qualità della vita, prendendo anche in considerazione la soddisfazione e la motivazione al lavoro.

Alcuni esempi pratici di welfare possono essere: i buoni pasto, le convenzioni con palestre e centri benessere, sostegno economico nell'utilizzo del trasporto pubblico...

“Il welfare aziendale rappresenta una colonna portante per un'azienda sia in termini di benessere per il lavoratore sia per la crescita dell'azienda. Quando una persona è soddisfatta del proprio lavoro e del contesto lavorativo, ciò avrà ripercussioni sia nel lato privato ma soprattutto in ambito aziendale perché lavorare in serenità spinge ognuno di noi a lavorare meglio e di più.” Queste le parole di Roberta Faraotti in un'intervista pubblicata dal sito dealogando.it

“Il welfare, va visto come una responsabilità sociale dell'azienda verso i propri collaboratori ma anche verso la società.”

Non tutti si rendono conto di quanto sia importante il sistema welfare in una grande realtà economica.

Ad oggi infatti, nonostante il numero delle adesioni stia crescendo, sono poche le aziende che prevedono un sistema di welfare.

I benefici di questo piano non riguardano l'azienda solo indirettamente, ma anche direttamente perché approntare un piano welfare mi porta ad una riduzione dei costi di gestione, miglioramento dell'immagine aziendale, miglioramento del benessere organizzativo.

CAPITOLO III: ANALISI DEL BILANCIO NEL PERIODO LOCKDOWN

1. COME UN'AZIENDA DI SUCCESSO POSSA COMUNQUE CRESCERE IN UN CONTESTO DI CRISI ECCEZIONALE COME IL LOCKDOWN DA COVID.

“In conseguenza del blocco delle attività produttive e commerciali diverse da quelle ritenute essenziali, la società ha comunque subito una temporanea restrizione del proprio mercato di sbocco; ciò ha comportato nel primo semestre una seppur minima contrazione dei volumi delle vendite rispetto alle attese che, grazie al più generale trend di crescita dell'azienda, è stata integralmente riassorbita nella restante parte dell'esercizio.”

Da quanto riportato nella relazione sulla gestione al 31/12/2020 del bilancio Fainplast, capiamo che anche se la società non ha subito direttamente la chiusura dell'attività di produzione, rientrando nelle attività ritenute essenziali, ha però dovuto subire i suoi effetti in via indiretta.

La Fainplast infatti ha dovuto affrontare una contrazione delle vendite nei mesi di aprile, maggio, giugno, dovuta alla chiusura delle attività di molti dei clienti. Ciò ha spinto l'organizzazione aziendale a doversi adeguare. Sono

entrati in gioco i fattori caratteristici della gestione organizzativa Fainplast; la flessibilità e la sinergia tra le diverse unità aziendali.

I vari reparti aziendali hanno adeguatamente analizzato i segnali di cambiamento del mercato e insieme alla direzione hanno saputo fronteggiare la situazione.

L'azienda ha effettuato un'aggressiva politica di acquisto delle principali materie prime, con conseguenti ripercussioni positive sui margini di vendita dei prodotti finiti.

Hanno inoltre adattato in tempo reale le formulazioni e i programmi di produzione per venire incontro alle mutevoli condizioni del mercato di approvvigionamento.

Si può dire che il patrimonio delle competenze aziendali insieme ad un'organizzazione elastica e all'avanguardia è stata capace di volgere in positivo ciò che la pandemia aveva inizialmente compromesso. Evidentemente la forza di questa azienda sta nell'organizzazione capace di coinvolgere tutte le strutture aziendali coordinandole simultaneamente verso le correzioni dettate dalle mutate esigenze di mercato.

1.1 ANALISI DEL BILANCIO 2020

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO	31/12/2020	31/12/2019
Ricavi delle vendite	139.390.649	144.740.302
Produzione interna	685.319	529.894
Valore della produzione operativa	140.076.013	145.270.196
Costi esterni operativi	108.921.228	116.066.353
Valore aggiunto	31.154.785	29.203.843
Costi del personale	9.928.893	9.486.317
Margine operativo lordo	21.225.892	19.717.526
Ammortamenti e accantonamenti	4.254.183	4.096.871
Risultato Operativo	16.971.709	15.620.655
Risultato area accessoria	(703.695)	(1.189.675)
Risultato area finanziaria	277.168	(176.411)
Ebit normalizzato	16.545.182	14.254.569
Risultato area straordinaria	(253.068)	94.864
Ebit integrale	16.292.114	14.349.433
Oneri finanziari	1.185.555	1.172.585
Risultato lordo	15.106.559	13.176.848
Imposte sul reddito	3.318.602	3.370.443
Risultato netto	11.787.957	9.806.405

Analizzando il conto economico della Fainplast notiamo subito il decremento dei ricavi rispetto al precedente anno. La differenza di 5.349.653€ è interamente attribuibile alla discesa dei prezzi medi di mercato.

Il Margine Operativo Lordo (MOL) è un indicatore che ci permette di esaminare la redditività della gestione caratteristica aziendale. Misura quindi la capacità reddituale derivante dalla gestione tipica al netto degli oneri, interessi finanziari, ammortamenti e delle imposte. Per trovare il valore percentuale ci basta dividere

l'utile lordo per il ricavo delle vendite e moltiplicarlo per 100. Un valore che uguale o superiore al 10 è sintomo di una gestione sana.

La Fainplast ha un MOL pari a 10.83% perciò siamo in presenza di un'azienda che è sicuramente idonea a generare ricchezza, a produrre profitto sulla base dei costi sostenuti.

Confrontando il MOL del 2020 con quello del 2019 vediamo che c'è stato un incremento pari a 1.508.366€ dovuto principalmente al decremento dei costi esterni operativi.

Dopo di che andiamo ad analizzare l'ebit integrato, cioè l'utile operativo. È un indicatore economico che indica la differenza tra i ricavi e i costi aziendali, senza tener conto delle imposte e degli oneri finanziari. Notiamo subito che c'è stato un incremento di 1.942.681€

Nonostante i numerosi ostacoli, derivati dall'emergenza epidemiologica come: il prezzo crescente dei noli marittimi, le forti tensioni nei mercati asiatici, l'iniziale restrizione del proprio mercato di sbocco, la discesa dei prezzi di mercato che aveva causato il decremento dei ricavi, la Fainplast, che operando come un unico organo interamente coordinato, è riuscita a conseguire lusinghieri risultati anche in termini di profitto.

STATO PATRIMONIALE FINANZIARIO	31/12/2020	31/12/2019
ATTIVO FISSO	75.110.313	60.017.938
Immobilizzazioni immateriali	398.291	187.264
Immobilizzazioni materiali	57.826.419	45.505.412
Immobilizzazioni finanziarie	16.885.603	14.325.262
ATTIVO CIRCOLANTE	73.061.512	73.045.013
Magazzino	18.762.902	19.647.920
Liquidità differite	46.081.408	47.120.549
Liquidità immediate	4.254.183	4.096.871
Capitale investito	148.171.825	133.062.951
Mezzi propri	60.445.649	42.009.547
Capitale sociale	1.040.000	1.040.000
Riserve	59.405.649	40.969.547
PASSIVITA' CONSOLIDATE	42.997.785	48.486.592
PASSIVITA' CORRENTI	44.728.391	42.566.812
CAPITALE FINANZIAMENTO DI	148.171.825	133.062.951

Analizzando lo stato patrimoniale della Fainplast notiamo che l'attivo fisso è aumentato, rispetto all'esercizio precedente, grazie dell'aumento delle immobilizzazioni generato dalla rivalutazione dei beni d'impresa, come disposto dalla legge di bilancio 2020, e dagli investimenti che hanno riguardato i fabbricati industriali, gli impianti e macchinari e le attrezzature industriali e commerciali. L'attivo circolante è sostanzialmente rimasto invariato, un minimo aumento è dovuto alle liquidità immediate.

Infine, analizzando le passività troviamo una diminuzione delle passività consolidate e un aumento nelle passività correnti. Ma la situazione complessiva rimane sostanzialmente inalterata.

CONCLUSIONI

Dopo aver conosciuto la storia che ha portato alla creazione della Fainplast e definito la spinta imprenditoriale di Battista Faraotti, approfondito l'azienda dal punto di vista della sostenibilità, ed infine analizzato il bilancio in una situazione di crisi come quella del 2020, possiamo affermare che ciò che rende Fainplast un'azienda all'avanguardia è la sua innovativa gestione aziendale.

Nonostante si facciano studi sull'organizzazione aziendale da decenni e si sia arrivati alla conclusione che una maggiore sostenibilità e una maggiore attenzione al capitale umano apportino innumerevoli benefici all'azienda, sono poche ancora quelle che si allineano a questo tipo di strategia. Ciò che le frena è la paura del cambiamento. Ma non è proprio una delle caratteristiche fondamentali dell'azienda essere flessibili al cambiamento?

Nel mercato preindustriale la pianificazione strategica, quindi la definizione degli obiettivi di lungo termine, era molto più semplice.

Il mercato di oggi, invece, è dinamico, perciò le imprese moderne devono avere come caratteristica imprescindibile la capacità di adattarsi ai cambiamenti. È impensabile definire obiettivi a lungo termine e credere di non doverli mai revisionare.

Per questo motivo si parla di processo di budgeting evoluto. Si stanno attuando delle modifiche alla creazione dei budget, strumenti fondamentali per la fase di programmazione, per renderli più flessibili possibile.

In un periodo storico di crisi pandemica la Fainplast infatti è riuscita in pochissimo tempo a far fronte a questi problemi, riuscendo persino ad aumentare il proprio utile.

Ma un'organizzazione così efficiente non è facile da creare.

È nata grazie ad anni di sacrifici ed ideali rincorsi dal Cavalier del Lavoro Battista Faraotti.

La sua spinta imprenditoriale ha un carattere forte.; si basa su importanti valori come l'onestà, la trasparenza e il rispetto.

Incide in essa il carattere dell'imprenditore ed il suo impegno. Faraotti è un uomo dalle mille idee innovative, che ama il suo lavoro e i suoi prodotti. Ciò porta ad una crescita costante sia della qualità dei materiali sia della quantità di prodotti offerti al cliente.

È tenace e non si ferma davanti gli ostacoli, anzi da essi trova la forza per superarli e migliorarsi, come abbiamo visto nel periodo iniziale del 2020, durante il quale l'azienda si è trovata a far fronte al calo delle vendite, a causa della restrizione del proprio mercato di sbocco. Infatti, l'attività Fainplast, non ha subito chiusure, a differenza di alcuni dei suoi clienti. Ciò ha fatto sì che l'azienda reagisse e si adattasse al cambiamento. Nella seconda parte del 2020 il calo delle vendite è stato interamente assorbito, anzi alla fine dell'anno ha dimostrato di avere anche migliorato il suo risultato netto.

Faraotti è un imprenditore che tiene molto ai suoi dipendenti. Li ritiene il fondamento della sua impresa, senza i quali i processi aziendali non si attuerebbero. La sua organizzazione aziendale infatti è gestita stando attenti ai singoli dipendenti. Questa attenzione si sostanzia nell'utilizzo di numerosi strumenti utili a far capire a ciascun dipendente che fa parte dell'azienda e in quanto tale è importante per essa.

Il clima che si respira all'interno dell'ambiente lavorativo è familiare, c'è un elevato grado di coesione tra i dipendenti e di conseguenza delle varie unità organizzative. Ciò porta ad un miglioramento dei processi aziendali che risultano fluidi e snelli. In conclusione, dopo averla analizzata attentamente, possiamo affermare che Fainplast è davvero un'azienda all'avanguardia sia dal punto di vista dei processi aziendali interni, sia all'esterno.

Bibliografia

Economia e gestione delle imprese, di Fontana, Cairoli

La responsabilità sociale dell'azienda, di Manuel di Nicola

Bilancio Fainplast 2020

SITOGRAFIA

Fainplast.com

Cronachepicene.it

Ilrestodelcarlino.it

Dealogando.com