

Radici: le plastiche vanno bene

Un approfondimento sui risultati del gruppo bergamasco in una delle aree strategiche di attività.

26 aprile 2012 06:11

Dopo aver diffuso i dati di bilancio relativi al 2011, che vedono una crescita del fatturato di gruppo a 1,23 miliardi di euro, RadiciGroup ha fornito qualche dettaglio in più sull'andamento delle attività nel settore delle materie plastiche, che l'anno scorso hanno messo a segno un incremento del 10%, da 235 a 259 milioni di euro. Per



altro, con buone prospettive per l'anno in corso: "Abbiamo chiuso positivamente i primi tre mesi del 2012, in linea con i risultati del primo trimestre 2011 - dichiara Luigi Gerolla, Amministratore Delegato dei business materie plastiche e chimico di RadiciGroup -. Con prudenza, è chiaro. Per l'economia internazionale ci sono prospettive incerte, stiamo vivendo una fase in cui molti aspetti, in primis il rallentamento dei paesi asiatici, sono difficili da decifrare, ma siamo ottimisti".

Il gruppo in trent'anni di attività è riuscito a costruirsi una credibilità a livello internazionale. "Siamo riconosciuti come un produttore fortemente integrato, con una base produttiva in grado di coprire efficacemente il mercato europeo, e non solo - aggiunge Gerolla - Ed è proprio quest'impronta globale che ci siamo dati a rappresentare il nostro maggior vantaggio competitivo. Sul 2012 prevediamo di confermare la crescita dello scorso anno".

A trainare le vendite di tecnopolimeri nel 2011 è stato il settore automotive, grazie al brillante andamento di mercati emergenti e non, in particolar modo Stati Uniti, Cina e Germania. La società si conferma sempre più orientata ai mercati esteri, anche oltreoceano. Se le vendite in Italia dell'area materie plastiche oggi non superano il 17%, ciò che resta è ben bilanciato tra Europa, con il 41% del totale, e mercati extraeuropei, che rappresentano il 42% del giro d'affari.

Cresce l'Europa. Cesare Clausi, Business Manager Europe di RadiciGroup Plastics, conferma il buon andamento delle vendite in Europa, che imputa alla capacità del gruppo di assicurare a livello internazionale: "prodotti con elevati standard qualitativi su mercati molto lontani tra loro, in tempi rapidi e comprimendo al massimo i costi della Supply Chain". "Il nostro settore presenta tassi di crescita ancora interessanti - precisa -. Le prospettive di crescita in ambito europeo sono legate non tanto al recupero graduale dei consumi pre crisi, quanto all'opportunità di sostituire materiali caratterizzati da elevato impatto sull'ambiente con tecnopolimeri che garantiscano analoghe prestazioni, ma con un impatto ambientale nettamente inferiore". Per Clausi, la ricerca di materiali più leggeri e resistenti, processi produttivi che migliorino il bilancio energetico, la presenza globale che riduca inutili costi di

trasferimento, sono fattori chiave per continuare ad essere competitivi anche sul mercato europeo.

Consolidamento negli USA. Positivi i riscontri del gruppo sul mercato nordamericano, come rileva Danilo Micheletti, COO Nord e Sud America e Cina di RadiciGroup Plastics: "Abbiamo iniziato a raccogliere i frutti dell'acquisizione di MDE, posizionandoci su settori che prima non toccavamo, in particolare quello Elettrico/Elettronico e potendo seguire con più forza progetti di clienti europei con sede produttiva negli USA". E' stato anche rafforzato il rapporto con le case automobilistiche, oggi più diretto: "Nel corso di questi anni, grazie al fattore innovazione abbiamo spostato la nostra posizione, trasformandoci da semplici followers a realtà in grado di proporre al mercato soluzioni assolutamente innovative. Per il 2012, nonostante qualche dubbio sulla tenuta del mercato nella seconda metà dell'anno, ci aspettiamo buoni risultati".

Sudamerica meno dinamico. Il rallentamento dell'economia brasiliana ha invece penalizzato le vendite nel paese, dove la società detiene importanti quote di mercato: "Il PIL del Paese è cresciuto appena del 2,7% vale a dire meno della metà del 7,5% registrato nel 2010 - commenta Micheletti -. Inoltre, l'entrata in campo di nuovi competitors nei nostri settori di riferimento non ci ha facilitati. Per il 2012 prevediamo una prima parte dell'anno ancora sofferente, ma siamo ottimisti sul secondo semestre, viste le attuali manovre del governo brasiliano, volte a contrastare l'inflazione e la frenata dell'economia". Speranze di ripresa vengono anche da importanti eventi sportivi in programma nel paese sudamericano, dai Mondiali del 2014 alle Olimpiadi di Rio del 2016.

Cina sempre in corsa. "Nettamente diverso lo scenario in Cina - conclude Micheletti - dove siamo cresciuti di oltre il 20% rispetto al 2010. Un tasso di crescita che prevediamo di mantenere anche nel 2012. Qui, soprattutto nel settore auto, stiamo beneficiando dell'evoluzione della nostra americana Radici Plastics USA".

© Polimerica - Riproduzione riservata