

Presentati il Bilancio consolidato e di sostenibilità

Il Gruppo Fedrigoni chiude il 2020 con 1.315 milioni di euro di fatturato (+200 milioni), 197 milioni di Pro Forma Adjusted Ebitda e conferma nel primo trimestre 2021 il trend di crescita

Prossimi obiettivi, i goal ESG 2030: -30% di emissioni CO2 in atmosfera, -67% di infortuni sul lavoro, zero rifiuti industriali in discarica e +50% di donne manager

Il Gruppo è oggi il primo player in Europa nelle carte speciali e le etichette per i vini e il terzo al mondo nei materiali autoadesivi. Durante lo scorso anno sono state concluse due importanti acquisizioni nel segmento Self-Adhesives (il Gruppo Ritrama e il Gruppo IP Venus), i cui ottimi risultati hanno mitigato il calo di domanda nel settore Paper. “Abbiamo tenuto fede a tutti gli impegni - commenta l'AD Marco Nespolo - e in un anno così complesso ciò ha significato un notevole incremento degli investimenti e un'accelerazione delle principali direttrici strategiche del nostro piano di crescita”. Tra queste, l'attenzione alla sostenibilità, che porterà la divisione Paper a sostituire ovunque possibile la plastica con carte ugualmente performanti e, negli autoadesivi, a produrre soluzioni sempre più attente all'impatto ambientale e all'economia circolare. La crescita del Gruppo è continuata anche quest'anno, con un incremento dell'Adjusted Ebitda nel primo trimestre 2021 dell'11,3% (48,3 milioni di euro nel Q1 2021 rispetto a 43,4 milioni di euro nel Q1 2020), un Pro Forma Adjusted Ebitda nel periodo marzo 2020-marzo 2021 pari a 205,8 milioni di euro (+4,4% rispetto al 2020) e una riduzione dell'indebitamento finanziario netto.

Milano, 28 giugno 2021 – Fedrigoni, gruppo italiano tra i primi al mondo nella produzione e vendita di carte speciali per packaging, editoria e grafica e di materiali autoadesivi premium per l'etichettatura, ha chiuso il 2020 con un fatturato di 1.315,2 milioni di euro rispetto ai 1.115 milioni di euro del 2019 (+200,2 milioni di euro) e un Pro Forma Adjusted Ebitda di 197,2 milioni di euro.

Il trend di crescita è continuato anche quest'anno. Infatti, nonostante l'effetto del Covid-19 sul primo trimestre 2021 rispetto allo stesso periodo 2020 (fatturato di 360,4 milioni di euro nel primo trimestre 2021 contro i 363,6 milioni di euro del primo trimestre 2020), il Gruppo ha registrato un incremento dell'Adjusted Ebitda nel periodo marzo 2020-marzo 2021 dell'11,3% (48,3 milioni di euro nel 2021 rispetto a 43,4 milioni di euro nel 2020), un Pro Forma Adjusted Ebitda da marzo 2020 a marzo 2021 pari a 205,8 milioni di euro (+4,4% sul 2020) e una riduzione dell'indebitamento finanziario netto, che ha permesso di consolidare ulteriormente la solidità dell'azienda.

L'azienda è oggi il terzo attore globale nei materiali autoadesivi e il primo in Europa nelle etichette per i vini e le carte speciali, con 4.000 persone in 25 Paesi, 34 stabilimenti produttivi e centri di taglio e oltre 25.000 prodotti, oltre ad alcune migliaia realizzate in esclusiva per grandi brand della moda e del lusso. La crescita del fatturato 2020, realizzato per il 75% all'estero, si lega al completamento dell'acquisizione del Gruppo Ritrama. Lo scorso anno, infatti, Fedrigoni ha portato a termine con successo due acquisizioni importanti per la crescita della sua divisione Self-Adhesives: quelle del Gruppo italiano Ritrama, che ha raddoppiato la presenza nel mercato dei materiali autoadesivi, e del Gruppo messicano IP Venus, a dicembre, i cui risultati sono quindi solo parzialmente confluiti nel bilancio.

“Il calo degli ordini di carta e la flessione nel settore banconote sono stati compensati dagli ottimi risultati nel mondo delle soluzioni autoadesive premium - commenta l'AD di Fedrigoni, Marco Nespolo - i cui margini sono cresciuti a doppia cifra e dove rappresentiamo ormai il terzo polo globale. Il 2020 è stato indubbiamente un anno di grande intensità, ma sono state messe in campo da subito tutte le azioni necessarie a tutelare la salute delle nostre 4.000 persone nel mondo e a garantire la continuità del



business: la pandemia non ci ha fatto deviare di un passo dal percorso di trasformazione definito nel piano industriale 2020-2023”.

“Abbiamo voluto tenere fede a tutti gli impegni - continua Nespolo - e questo ha significato incrementare gli investimenti più del previsto su tutti i fronti, per sfruttare al meglio la nostra solidità e guadagnare ulteriori posizioni di mercato, accelerando le principali direttrici strategiche del nostro piano di crescita. Abbiamo lavorato sull’attrazione di talenti e sul rafforzamento del management, lanciato una nuova immagine globale e investito su un’innovazione di prodotto sempre più sostenibile e circolare. Siamo intervenuti su impianti e tecnologia, processi e modelli organizzativi, sistemi di supporto e competenze, e abbiamo intensificato il piano di acquisizioni per rafforzare il nostro posizionamento globale e ampliare il portafoglio di offerta in segmenti attrattivi, come il packaging per i brand di lusso e le etichette per l’industria enologica”. Negli ultimi 2 anni e mezzo Fedrigoni ha portato a termine cinque acquisizioni (incluse l’americana Acucote e la messicana Ri-Mark appena concluse), per un totale di oltre 400 milioni di euro di investimento, e si sta guardando intorno per cogliere ulteriori opportunità.

Le prossime sfide: la strategia di sostenibilità che guarda al 2030

Il Gruppo Fedrigoni non si è mai sottratto alle sfide legate allo sviluppo e all’innovazione sostenibile e accelera ulteriormente il proprio impegno sulle tematiche ESG (environment, social, governance) presentando nel Bilancio di sostenibilità la nuova strategia e gli obiettivi 2030, per diventare un punto di riferimento del settore quanto a politiche ambientali, e uno dei migliori luoghi di lavoro per sicurezza, inclusività, e occasioni di crescita professionale.

Entro il 2030, infatti, il Gruppo si è impegnato a ridurre del 67% gli infortuni sul lavoro, già diminuiti del 40% nell’ultimo triennio, grazie a una precisa politica sulla prevenzione che poggia anche sulla responsabilizzazione di ogni dipendente (attraverso l’invito a segnalare potenziali rischi e mancati infortuni) al fine di tutelare la salute e la sicurezza propria e dei colleghi. E ancora: le donne in posizione manageriale arriveranno al 30% dall’attuale 20% (+50%), l’acqua utilizzata nei processi di lavorazione, già dimezzata negli ultimi 16 anni, verrà restituita al 95% ai fiumi (come sempre depurata e alla giusta temperatura), saranno mano a mano azzerati i rifiuti industriali conferiti in discarica in quanto verranno totalmente riciclati per altri usi, le emissioni di CO2 in atmosfera caleranno del 30%, e il 95% dei fornitori dovrà essere qualificato anche su parametri ESG.

Anche l’offerta di prodotti sarà sempre più eco-compatibile e improntata all’economia circolare: i volumi di soluzioni con caratteristiche avanzate di sostenibilità raddoppieranno, passando dal 20% al 40% nel mondo Paper (dove già ora vengono utilizzate solo cellulose provenienti da foreste certificate FSC e tutti i prodotti sono riciclabili) e dal 35% al 70% in quello Self-Adhesives. Fedrigoni, tra i fondatori di CELAB, il consorzio internazionale nato per garantire la circolarità dei prodotti autoadesivi, vuole infatti arrivare nel 2025 al 75% di riciclo e riutilizzo dei *liner* (il supporto staccabile) e all’uso sempre più massiccio di adesivi e colle performanti ma facilmente solubili in acqua.

Nel mondo carta, invece, l’obiettivo è proporre soluzioni realmente alternative alla plastica quanto a robustezza, idrorepellenza e igiene, ma realizzate con materia prima rinnovabile e totalmente riciclabile, usando - ove possibile e realmente sostenibile - fibre alternative alla cellulosa o di recupero. Le applicazioni sono moltissime e alcune già realtà concreta: dagli astucci per il make-up alle carte fedeltà, dalle copertine dei libri al packaging di tutti i tipi, incluse le shopper di lusso, fino al settore il food&beverage, contraddistinto da una normativa stringente. Tra le novità in arrivo, *Icelite CleanCut*, la carta innovativa sviluppata in collaborazione con Easysnap®, per la produzione di confezioni monodose di liquidi – prima in plastica e ora a base di carta – che si aprono con una mano sola, spezzando a metà la confezione poi riciclabile. E ancora, *Materia Viva*, la raccolta di carte con contenuto di fibra riciclata - alcune nuove accanto alle serie già presenti dal 1996 - e con fibre naturali alternative alla cellulosa.



Per raggiungere gli obiettivi 2030, Fedrigoni ha messo in campo numerosi progetti concreti: per la pulizia dell'acqua, oltre a potenziare i sistemi che già impediscono la perdita di fibre e di additivi durante il processo di lavorazione, verranno installati nuovi impianti di depurazione biologica, in aggiunta a quello installato nei mesi scorsi allo stabilimento di Verona; sul fronte dei rifiuti, saranno introdotte ovunque tecnologie innovative per l'essiccamento dei fanghi, principale scarto di processo nella fabbricazione della carta, in modo da ridurne il volume e renderli disponibili per il riutilizzo in altri settori come la bio-edilizia, mentre l'ammodernamento delle centrali di cogenerazione già esistenti e i nuovi impianti ad alto rendimento permetteranno di ridurre ulteriormente il rilascio di CO2 e di consumare meno, sia metano che energia elettrica. Moltissime anche le iniziative di restituzione al territorio portate avanti dal Gruppo: dai Boschi Fedrigoni vicino agli stabilimenti, il primo a Caponago (MB) e il prossimo a Verona, all'impegno nella diffusione dell'arte e della cultura attraverso le attività della Fondazione Fedrigoni Fabriano e il Festival del Disegno che da settembre offre per un mese 200 attività guidate gratuite dedicate al disegno in tutta Italia.

Per garantire che l'impegno ESG poggia su rigorose basi scientifiche e standard internazionali, Fedrigoni ha aderito a Science Based Targets e United Nations Global Compact, con l'intenzione di contribuire in particolare a 10 dei principi sullo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite.

Il piano ESG di Fedrigoni sarà raccontato attraverso una campagna di comunicazione integrata con al centro il concept *Making Progress*, che evidenzia la volontà di mettere in campo un impegno concreto per fare progressi, ogni giorno, attraverso la collaborazione con l'intero ecosistema, come brand, stampatori, converter, graphic designer, fornitori.

Maggiori info sulla strategia ESG del Gruppo Fedrigoni su <https://fedrigoni.com/sostenibilita/il-nostro-impegno/>

Fedrigoni

Dal 1888 Fedrigoni significa eccellenza nella produzione di carte speciali. È tra i maggiori player in Europa nella produzione e vendita di diverse tipologie di carta ad alto valore aggiunto per packaging e grafica, di prodotti premium per l'etichettatura e altri materiali autoadesivi. Con oltre 4.000 dipendenti tra Italia e sedi estere e 25.000 prodotti, il Gruppo vende e distribuisce in oltre 130 Paesi e, anche grazie alle recenti acquisizioni, ha guadagnato la posizione di terzo player globale nel mondo dei materiali autoadesivi. Fanno parte della divisione Paper il Gruppo Cordenons e lo storico marchio Fabriano, e della divisione Self-Adhesives, Arconvert, Manter, Ritrama (da febbraio 2020), IP Venus (da dicembre 2020), Acucote e Ri-Mark (da giugno 2021). Inoltre, fa parte del Gruppo anche il distributore americano GPA. Per maggiori informazioni: www.fedrigoni.com

Per ulteriori informazioni alla stampa: Stefania Vicentini, +39 335 5613180, sv@dicomunicazione.it

